

مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الاتصال والدراسات الإعلامية ، م ١ ع ٢ صفحة: ٢٠٠ (٢٠٢٤م)
رقم الإيداع: ١٤٤٢/٨٦٥٩



مجلة جامعة الملك عبد العزيز الاتصال والدراسات الإعلامية

المجلد ١ العدد ٢

٢٠٢٤م

مركز النشر العالمي
جامعة الملك عبد العزيز
ص ب: ٨٠٢٠ - جدة: ٢١٥٨٩
إدارة النشر الإلكترونية
<http://spc.kau.edu.sa>

■ هيئة التحرير ■

رئيسة هيئة تحرير المجلة

أ. د شعاع عبد الرحمن الجاسر

مديرة تحرير المجلة

د. مروة عطية محمد

عضوًا

أ. د محمد مسعود قيراط

عضوًا

د. حسن محمد صميلي عضوًا

عضوًا

أ. د فطيمة قبيني بن دنيا

المحتويات

القسم العربي

الصفحة

- تبني ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور: دراسة في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)
..... سالم بن محمد سالم القحطاني ١
- المشاركة الرقمية لميمات الإنترنت بين الأجيال المختلفة في المملكة العربية السعودية
..... ميسون أسامة أحمد السباعي ٣٧
- دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبدالعزيز
..... صفا بنت معيلي المحمادي ٨٣
- المضامين اللا أخلاقية في أفلام نتفلكس: تحليل محتوى لعينة من أفلام نتفلكس الأكثر مشاهدة
..... عاطف بن علي العتيبي، وعادل عبد ربه، وأفنان عبد الله قطب ١١٥
- تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبدالعزيز
..... محمد جبريل الزيلعي ١٤٩

القسم الإنجليزي

- استراتيجية البحث المثلى لإجراء البحوث حول المعلومات المضللة والأخبار الزائفة: مقارنة بين أنظمة البحث وخيارات الكلمات المفتاحية (المستخلص العربي)
..... لويزا ها، وأمونيا لويس تولوفاري، وديبيبريتا راهوت، وشوديبينا شارما، وديفيد نجيري، وفيرا لوكس ٢٠٠

تبني ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور: دراسة في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)

سالم بن محمد سالم القحطاني

أستاذ مساعد قسم الصحافة والإعلام، كلية الفنون والعلوم الإنسانية، جامعة جازان، المملكة العربية السعودية

sjafsher@jazanu.edu.sa

المستخلص. هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم تبني ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، وذلك في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT، وتتضمن هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم الباحث في ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٥٠) مفردة من ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية بخمس مناطق هي (جازان - الرياض - عسير - جدة - الطائف) بواقع (٩٠) مفردة لكل منطقة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى توظيف هذه التقنيات في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

الكلمات المفتاحية: ممارسي العلاقات العامة والإعلام، تقنيات الذكاء الاصطناعي، تعزيز التواصل، العلاقات العامة الرقمية، نظرية القبول التكنولوجي.

المقدمة

يمر العالم بمرحلة انتقالية عميقة وشاملة في جميع المجالات، وهي مرحلة يتعاظم فيها دور التكنولوجيا الحديثة في التحول من الأساليب التقليدية إلى الأساليب الإلكترونية، وبات مفهوم الحكومة الإلكترونية عنصر تميز المنظمات والدول. وقد أدى التطور في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى إعادة النظر في الأداء الحكومي

ووظائفه التقليدية، والخدمات التي يقدمها لقطاعات المجتمع، سواء الجمهور أو المنظمات والمؤسسات الأخرى، وكيفية مواكبتها متطلبات العصر (سليمان شريفة، ٢٨، ٢٠٠٩).

ومن هذا المنطلق فقد أخذت العديد من المؤسسات على عاتقها مسئولية التوجه نحو استخدام أساليب أكثر مرونة وتوسعاً في العمل مستعينة في ذلك بالشبكة العنكبوتية (الإنترنت)، كما أدركت الحكومات أهمية الاستفادة من التكنولوجيا المتقدمة في المعلومات والاتصالات وتوظيفها لخدمة المجتمع، فتبنت مفهوم الحكومة الإلكترونية لتكون كنسخة افتراضية للحكومة الحقيقية وتقوم بربط المواطن بمختلف أجهزة ودوائر الحكومة عن طريق الإنترنت (مدحت محمد، ٢٠١٦، ١٧).

وطبقاً لأجندة التنمية المستدامة ٢٠٣٠ لم يعد وجود حكومات إلكترونية أو وجود إلكتروني للحكومات مجرد خطوة يمكن أن تقوم بها الحكومات، بل أصبحت ضرورة ومقياس من مقياس الحكم على مدى تقدم أي حكومة وتحقيقها لـ أهداف التنمية المستدامة وتقديم الخدمات للمواطنين بشكل إلكتروني كامل يتطلب العديد من المراحل (سلامة حسام، ٢٠٢٣، ٤).

وقد تزايد في الوقت الراهن استخدام استراتيجيات العلاقات العامة في جميع المؤسسات الحكومية أكثر من أي وقت مضى، حيث أصبحت العلاقات العامة، ولاسيما الرقمية جزءاً أساسياً من تطبيقات الحكومة الإلكترونية في مختلف القطاعات. حيث أن العلاقات العامة الرقمية تدعم اتصال المنظمة بجمهورها من خلال الإنترنت وقدرتها على تقديم أعمالها تقديمًا عالميًا عبر الدول المختلفة إلى جانب دعم إمكانيات التفاعل مع الجمهور والتأثير في إدراكه لأنشطتها ومنتجاتها (ونيس بلال، ٢٠١٤، ٨٨)، وبات جزء من المؤسسات العالمية يتجه نحو استخدام الذكاء الاصطناعي والاستفادة منه في مجالات عدة، أهمها استخراج البيانات، وتحسين طرق البحث، والتنبؤ بالموضوعات، والتفاعل مع تعليقات الجمهور، ومكافحة الأخبار المزيفة، وكتابة النصوص الإخبارية بشكل كامل، وذلك بهدف توفير أدوات أكثر ذكاء وسرعة في نقل الخبر إلى المتلقي، وتفاعل الجمهور بسهولة ويسر (عبدالحميد عمرو، ٢٠٢٠، ٢٧٩).

مشكلة الدراسة

حيث لاحظ الباحث التطور الذي وصل إليه العالم في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي وانتشارها بشكل غير مسبوق في المجتمعات العربية عامة ومؤسسات المملكة العربية السعودية على وجه الخصوص، وتتنوع الاستخدامات لهذه التطبيقات من قبل الأفراد، بل أن المؤسسات الإعلامية أيضاً حولت عملها إلى الاعتماد على التطبيقات الجديدة في إنتاج المواد الإعلامية المختلفة لتلبي احتياجات الجمهور لهذه الوسائط الجديدة ومواكبة

التطور التكنولوجي الذي بات يسارع الزمن، وقد حرص ممارسي العلاقات العامة على التواجد في الفضاء الجديد بمختلف الأشكال والمستويات من خلال هذه التطبيقات المختلفة، وما يؤكد المشكلة البحثية أيضاً ما قام به الباحث من دراسة استطلاعية على عينة من ممارسي العلاقات العامة والإعلام بمؤسسات المملكة قوامها ٥٠ مفردة، لمدى معرفتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومدى استخدامهم لهذه التطبيقات، ودرجة اتجاهاتهم نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، وكذلك معرفة مستوى اهتمامهم بمتابعة تطورات تطبيقات الذكاء الاصطناعي، والتي أسفرت نتائجها عن أن ٨٩٪ من إجمالي مفردات العينة الاستطلاعية لديهم درجة معرفة مرتفعة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن التساؤل التالي: ما درجة تبني ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور؟

ويندرج من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية وهي:

- ١- ما مستوى استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور؟
- ٢- ما أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية؟
- ٣- ما مدى ثقة ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور؟
- ٤- ما درجة سهولة استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور؟
- ٥- ما مستوى الفائدة المتوقعة من استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

أهمية الدراسة

أولاً: الأهمية النظرية

- ١- تتبع أهمية الدراسة من أهمية الذكاء الاصطناعي الذي يعد أحد المصطلحات الناشئة ذات النمو السريع، ويمثل أحد المحاور المهمة لرؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، والذي بات يلقي دعماً متزايداً من قبل الحكومة من خلال إنشاء معاهد وكليات متخصصة لتعليم الذكاء الاصطناعي.

٢- تتبع أهمية الدراسة من أهمية العلاقات العامة الرقمية بأنه نشاط بتقنياته الحديثة يتقدم اليوم بشكل سريع طارحاً للمؤسسات أنماطاً كثيرة، تمثل تحدياً حقيقياً لها في مجالات متعددة، مثل الذكاء الاصطناعي والاتصالات ونحوها.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

١- تسهم هذه الدراسة فيما تخرج به من نتائج قد تقيد ممارسي العلاقات العامة في الوقوف على حجم الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي كشكل جديد نسبياً من أشكال تعزيز التواصل مع الجمهور، ومن ثم إمكانية الكشف عن جوانب القوة وتدعيمها والكشف عن جوانب الضعف وتعديلها.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى تبني ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، وذلك من خلال:

- ١- رصد مستوى استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.
- ٢- حصر أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية.
- ٣- قياس مدى ثقة ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.
- ٤- قياس درجة سهولة استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.
- ٥- قياس مستوى الفائدة المتوقعة من استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

مدخل مفاهيمي للدراسة

أولاً: تطبيقات الذكاء الاصطناعي

ويشير مصطلح الذكاء الاصطناعي إلى قدرة الحاسوب الرقمي أو الروبوت الذي يتحكم فيه الحاسوب على أداء المهام العامة المرتبطة بالكائنات الذكية. وهو فرع من علم الحاسوب (مى مصطفى، ٢٠٢٢، ١٣)،

ويقصد بها التقنيات التي تحاكي القدرات الذهنية البشرية الإعلامية، وأنماط عملها في تحرير المحتوى سواء في مجال الصحافة أو البث التلفزيوني والرقمي (عمرو محمد محمود، ٢٠٢٠، ٢٨٦).

ثانياً: ممارسي العلاقات العامة والاعلام

ممارسو العلاقات العامة والاعلام في المنظمات الحكومية التي لها مواقع على شبكة الإنترنت، هم من يؤدي عملهم بدمج المواقع ضمن مهماتهم الوظيفية؛ فشبكة الإنترنت ساعدت ممارسي العلاقات العامة والاعلام في الحصول على ميزات أكثر فاعلية في أثناء اتصالهم بالجمهور، والقدرة على تشكيل الرأي العام وتغييره، ومن ثم تغيير السلوك (R.J. Dominick, 2002, 362).

حدود الدراسة

- حدود موضوعية: حدد الباحث موضوع دراسته في حجم تبني ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.
- حدود مكانية: تتمثل حدود الدراسة المكانية في التطبيق على عينة من ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية بمنطقة (جازان - الرياض - عسير - جدة - الطائف).
- حدود بشرية: اقتصرت الدراسة على عينة من ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية.
- حدود زمنية: تم تصميم الاستبيان على موقع جوجل درايف ونشرها على وسائل التواصل الاجتماعي خلال شهر مايو من عام ٢٠٢٤م.

الدراسات السابقة

المحور الأول: دراسات تناولت تقنيات الذكاء الاصطناعي

استهدفت دراسة عمرو عبد الحميد (٢٠٢٠) رصد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم في ذلك الاستبيان، وطبقت الدراسة على عينة عمدية مكونة من ٤٠٠ مبحوث من متابعي الأخبار الاقتصادية. وتوصلت الدراسة إلى أن المجالات التي نجحت بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي "الدرشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، يليه "التعامل مع البيانات الضخمة، ثم خاصية" التعرف على وجوه الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي.

في الوقت الذي تسعي فيه دراسة أحمد على الزهراني (٢٠٢٢) إلى التعرف على مدى تبني الصحفيين العرب لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية والإعلامية. وتقع هذه الدراسة ضمن نوعية الدراسات الكمية الوصفية القائمة على تفسير الظاهرة بشكل موضوعي وذلك باستخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي. ومن أبرز نتائج الدراسة أن لدى الصحافيين خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقة بالهواتف الذكية. في حين أن ٤٣.٧٪ ترى أن مفهوم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام يشمل أكثر من مفهوم مثل استخدام الروبوت والدرون وعملية الكتابة للمحتوى بدون تدخل بشري.

في حين استهدفت دراسة جواد راغب الدلو، يوسف يحيى أبوحشيش، أحمد عبدالله إسماعيل (٢٠٢٢) التعرف على اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية، وهي من البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، وتم جمع بياناتها باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، بتطبيقها على (١٠٢) مفردة من خبراء الإعلام الفلسطينيين، وتوصلت الدراسة إلى أن معظم الخبراء يرون أن المؤسسات الفلسطينية جاهزة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت أهم مجالات استخدامها "متابعة الأخبار العاجلة والتغطية السريعة" بنسبة ٨٠.٠٪، يليها "التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها" بنسبة ٧٣.٥٪.

بينما تحاول دراسة محمد رشاد العطار ورفيق سمر الفيصل (٢٠٢٣) التعرف على كيفية تقديم المواقع الإخبارية الإماراتية لمصطلح الذكاء الاصطناعي، حيث تتكون وتتأثر تصورات الجمهور للتطورات العلمية الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي بالتغطية الإخبارية. وتوصلت الدراسة إلى بروز موضوعات الذكاء الاصطناعي في الأخبار الخاصة بالحكومة، والاقتصاد والتعليم والصحة، كما أشارت إلى اعتماد التغطية الصحفية لمواقع الدراسة على الإطار المحدد من خلال عرض الموضوعات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في وقائع محددة بصورة أكبر من الإطار العام.

في حين حاولت دراسة حسام على سلامة (٢٠٢٣) استكشاف دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإنتاج الإعلامي لطلاب الإعلام وما يترتب عليه من تطوير المهارات والكفاءات ذات الصلة في هذا المجال الناشئ بما يساهم في إعدادهم للمتطلبات والفرص التي يجلبها الذكاء الاصطناعي إلى المشهد الإعلامي. وطبقت الدراسة على عينة متاحة مكونة من ٣٠٠ مفردة من طلبة الإعلام وروعي فيها أن تكون ممثلة للتخصصات المختلفة وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها إدراك طلبة الإعلام بالجامعات الخليجية بأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي. وأنها تلقى قبولاً وتقديراً كأداة قيمة في هذا المجال.

ثانياً دراسات تناولت العلاقات العامة الرقمية

واستهدفت دراسة أشرف محمد (٢٠١٩م) التعرف على جهود العلاقات العامة الرقمية في إدارة الصورة الذهنية للقطاع السياحي وانعكاسه على الوعي الثقافي والمعرفي للجمهور الأردني، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، حيث تم تطبيق الدراسة على (١٠٠) مفردة من العاملين في إدارة العلاقات العامة والاعلام في وزارة السياحة والآثار، وهيئة تنشيط السياحة الأردنية، وتم جمع بيانات الدراسة بواسطة استمارة الاستبيان، وتوصلت النتائج إلى وجود انعكاسات لجهود العلاقات العامة الرقمية في إدارة الصورة الذهنية للقطاع السياحي على الوعي الثقافي والمعرفي للجمهور الأردني.

في حين حاولت دراسة (هبة طلعت، ٢٠٢٠م) معرفة دور العلاقات العامة الإلكترونية في تشكيل الصور الذهنية لدى الجمهور في المؤسسات الحكومية والاستثمارية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٢٠٨ مفردة على العاملين بالعلاقات العامة ومسؤولي المواقع الإلكترونية، وتم جمع بيانات الدراسة بأداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين درجة اعتماد ممارسي العلاقات العامة والاعلام علي الوسائط التكنولوجية في تحسين الصورة الذهنية للجمهور.

واستهدفت دراسة (دنيا عبدالرحمن، ٢٠٢١م) التعرف على أثر القيادة التحويلية بأبعادها: (التأثير المثالي، التحفيز الملهم، الاستثارة الفكرية، الاعتبار الفردي، التمكين) على أداء العلاقات العامة الرقمية، وتمثلت عينة الدراسة في موظفي إدارة العلاقات العامة والاعلام بالجامعات الحكومية حيث بلغ عددهم (١٧٤) في أربع جامعات: واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات عن طريق أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى ممارسة القيادة التحويلية جاء بنسبة مرتفعة بلغت ٧٣.٨٪، وأن مستوى أداء العلاقات العامة الرقمية جاء بنسبة ٧٥٪، وأن هناك أثراً إيجابياً للقيادة التحويلية بأبعادها على أداء العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية بمحافظه جدة.

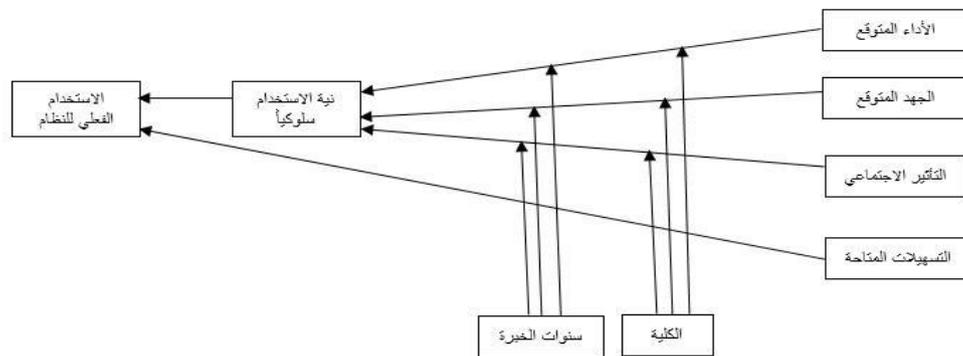
في حين استهدفت دراسة (حسن نهار، ٢٠٢٣م) التعرف على استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية في بناء العلاقة مع الجمهور بجامعتي الإسلامية وطيبة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني والتحليلي، وقد استخدم الباحث أداة الاستقصاء بالمقابلة، وطُبقت الدراسة على عينة مكونة من ٣١ مفردة؛ وتوصلت الدراسة إلى أن إستراتيجية الإعلام جاءت في المرتبة الأولى من الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في العلاقات العامة الرقمية، تلاها إستراتيجية الإقناع، ثم تلاها إستراتيجية الحوار.

التعليق على الدراسات السابقة

- تعد بعض نتائج الدراسات السابقة في حد ذاتها حافزاً لإجراء الدراسة الحالية، وذلك من خلال الوقوف على أحدث النتائج التي توصل إليها الباحثون السابقون وبدأت الدراسة الحالية من حيث أنتهوا.
- ساهمت الدراسات السابقة في تحديد وبلورة مشكلة الدراسة الحالية ووضع تساؤلات وفروض الدراسة.
- الوقوف علي الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة من خلال تطبيق النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.
- تحديد مفاهيم الدراسة واختيار بعض أدوات جمع البيانات ومقارنة النتائج.
- الوصول إلي المراجع العربية التي يمكن الاستعانة بها في كتابة الدراسة.
- التعرف على أهم طرق المعالجة الإحصائية لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). ونموذج قبول التكنولوجيا الذي صاغه فينكاتيش وآخرون في 'قبول المستخدم لتكنولوجيا المعلومات: نحو وجهة نظر موحدة، تهدف النظرية إلى شرح نوايا المستخدم لاستخدام نظام معلومات وسلوك الاستخدام اللاحق، وترى النظرية أن هناك أربعة بنى رئيسية تتمثل في التالي (Venkatesh, V, 2003, 425)



عوامل النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

- متوسط العمر المتوقع للأداء: هو اعتقاد الشخص بأن استخدام نظام ما من شأنه أن يعزز أدائه الوظيفي. 'يشير متوسط الأداء المتوقع إلى أن المستخدمين يجدون أو يتوقعون بأن استخدام تطبيقات

الذكاء الاصطناعي مفيدة لهم بسبب سماتها التي تعزز عمليات الاتصال. وقد أجريت العديد من الدراسات التي حاولت توضيح العلاقة بين بناءات UTAUT وقبول المستخدم، وعلى الرغم من أن معظمها يركز على المستخدمين بدلاً من القائمين بالاتصال، إلا أن النتائج أشارت إلى وجود علاقات إيجابية بين متوسط العمر المتوقع للأداء والنية في استخدام التكنولوجيا (Alfarani, L. A. K, 2016, 4).

- متوسط العمر المتوقع للجهد: يشير إلى "الدرجة التي يعتقد بها الشخص بأن استخدام نظام معين سيكون خالياً من الجهد العقلي (Venkatesh, V.,2003,425)، وهذا يعني السهولة المتصورة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وإنه من المتوقع أن يقل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من جهد ممارسي العلاقات العامة والاعلام.

- التأثير الاجتماعي: ويتعلق التأثير الاجتماعي بمدى شعور المستخدم بأن الآخرين يعتقدون أنه ينبغي لهم استخدام التكنولوجيا (Venkatesh, V.,2003,428) ويتوقع من المستخدمين الاعتماد على تكنولوجيا جديدة تحت تأثير مجموعتهم الاجتماعية، وقد وجدت العديد من الدراسات أن التأثير الاجتماعي لزملاء المستخدم يلعب دوراً رئيسياً في مواقف الأفراد تجاه استخدام التكنولوجيا الجديدة (Wu, J.H. et Wang, S.C.2005, 719).

- التسهيلات المتاحة: وتطور هذه الظروف في معظمها حول مدى اعتقاد المستخدم بأن المؤسسات والهيكل الأساسية متاحة للتمكين من إدخال التكنولوجيا وتعزيزه. (Venkatesh et al. 2003,432)

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع ومنهج الدراسة

تندرج الدراسة الحالية ضمن البحوث الوصفية الكمية؛ التي تهتم برصد واقع الظاهرة المعينة بشكل يتسم بالموضوعية والانتظام، وتوظف الدراسة الحالية منهج المسح.

مجتمع الدراسة واختيار العينة

تحدد مجتمع الدراسة في ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية، ولجأ الباحث إلى استخدام العينة العشوائية، وطبقت الدراسة على عينة ممارسي العلاقات العامة والاعلام ببعض المؤسسات السعودية (الجامعات السعودية - المستشفيات - البنوك) بمنطقة (جازان - الرياض - عسير - جدة - والطائف)، وقد قام الباحث بغلق جميع أسئلة الاستبيان عند تصميمها على جوجل درايف بحيث لا يسمح للمبحوث إرسال الرد بدون

الإجابة على كافة أسئلة الاستبيان، ومن ثم كانت جميع الردود على استمارة الاستبيان صحيحة ولا يوجد نسبة خطأ، وبالتالي كان حجم العينة النهائي (٤٥٠) مفردة، كما هو موضح في جدول ١.

جدول ١. توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، السن، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٢٥٠	٥٥.٥٦
	إناث	٢٠٠	٤٤.٤٤
السن	أقل من ٣٠ سنة	١٥٠	٣٣.٣٣
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٥	١٧٠	٣٧.٧٨
	٤٥ سنة فأكثر	١٣٠	٢٨.٨٩
المستوى التعليمي	أقل من جامعي	٥٦	١٢.٤٤
	جامعي	٢٨٣	٦٢.٨٩
	أعلى من جامعي	١١١	٢٤.٦٧
سنوات الخبرة	أقل من ١٠ سنوات	١٦٠	٣٥.٥٦
	من ١٠ إلى أقل من ٢٠ سنة	١٩٠	٤٢.٢٢
	٢٠ سنة أو أكثر	١٠٠	٢٢.٢٢
	المجموع	٤٥٠	١٠٠

أدوات الدراسة

استخدم الباحث صحيفة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة، وتم تطبيق استبيان يتكون من ١٢ سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس موضحة في التالي، بالإضافة إلى البيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة.

خطوات تقنين أداة الدراسة

أولاً: صدق الاستبيان

أ- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين: تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات السعودية، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠% فأكثر، حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى ١٢ سؤال.

ج- صدق الاتساق الداخلي: تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ويتضح ذلك من خلال جدول ٢.

جدول ٢. معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبيان.

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مقياس مستوى ثقة الباحثين في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٦٨٢	دالة عند ٠.٠١
مقياس درجة سهولة استخدام الباحثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي	٠.٦٥٢	دالة عند ٠.٠١
مقياس درجة اتجاه الباحثين نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٦٨٧	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى الفائدة المتوقعة من استخدام الباحثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٧٠٢	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا	٠.٦٦٤	دالة عند ٠.٠١

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠.٤٣٢، ٠.٧٧٩) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عالي.

ثانياً: ثبات الاستبيان

أ- طريقة إعادة التطبيق: تم تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من ٥٠ مفردة من ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات الباحثين في التطبيقين الأول والثاني، ويتضح ذلك من الجدول ٣.

يتضح من الجدول (٣) مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠.٤٩٨ - ٠.٨٩٥) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠.٠١، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ ٠.٧٩٨ وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة من أدوات الدراسة.

جدول ٣. معامل ثبات الاستبيان وأبعاده المختلفة.

م	البعد	معامل الثبات	مستوى الدلالة
١	مقياس مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٥٣٤	دالة عند ٠.٠١
٢	مقياس درجة سهولة استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي	٠.٦٤٢	دالة عند ٠.٠١
٣	مقياس درجة اتجاه المبحوثين نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٧٢٨	دالة عند ٠.٠١
٤	مقياس مستوى الفائدة المتوقعة من استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٥٧٨	دالة عند ٠.٠١
٥	مقياس مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا	٠.٧٨٤	دالة عند ٠.٠١
	الدرجة الكلية	٠.٧٩٨	دالة عند ٠.٠١

المعالجة الإحصائية للبيانات

قام الباحث باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) واستخدم الأساليب التالية:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- ٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد.
- ٤- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests.
- ٥- معامل ارتباط بيرسون.
- ٦- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة.
- ٧- اختبار كا^٢.
- ٨- معامل التوافق (Contingency Coefficient).
- ٩- اختبار "Z.Test".

نتائج الدراسة وتفسيرها

مدى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور:

جدول ٤ . مدى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	٧٥	٣٠.٠٠٠	١٠٢	٥١.٠٠٠	١٧٧	٣٩.٣٣
متوسط	١٢٠	٤٨.٠٠٠	٦٤	٣٢.٠٠٠	١٨٤	٤٠.٨٩
منخفض	٥٥	٢٢.٠٠٠	٣٤	١٧.٠٠٠	٨٩	١٩.٧٨
الإجمالي	٢٥٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٥٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٢٠.٨١٩ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٢١٠ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠٠١ .

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٢٠.٨١٩ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١ ، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢١٠ تقريباً. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمونها بدرجة مرتفعة بلغت ٣٩.٣٣٪، موزعة بين ٣٠.٠٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١.٠٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها بدرجة متوسطة ٤٠.٨٩٪ موزعة بين ٤٨.٠٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢.٠٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمونها بدرجة منخفضة ١٩.٧٨٪ موزعة بين ٢٢.٠٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٧.٠٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

أهم أشكال الدعم التي تساعدك على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور:

تشير بيانات الجدول (٥) إلى أهم أشكال الدعم التي تساعد المبحوثين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول توافر الدورات التدريبية التي تساعدني في فهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٠.٦٧٪، موزعة بين ٦١.٦٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٩.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاء في الترتيب الأول مكرر وجود الفنيين المدربين على الاستجابة للاستفسارات والمساعدة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٠.٦٧٪، موزعة بين ٥١.٦٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٢.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

جدول ٥. أهم أشكال الدعم التي تساعد المبحوثين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المواقع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠.٤٥٣	٦٠.٦٧	٢٧٣	٥٩.٥٠	١١٩	٦١.٦٠	١٥٤	توافر الدورات التدريبية التي تساعدني في فهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي
٢	غير دالة	٠.٢٣٣	٥٥.١١	٢٤٨	٥٤.٥٠	١٠٩	٥٥.٦٠	١٣٩	إمكانية الحصول على الإصدارات المحدثة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي
١	دالة ***	٤.٣٩٧	٦٠.٦٧	٢٧٣	٧٢.٠٠	١٤٤	٥١.٦٠	١٢٩	وجود الفنيين المدربين على الاستجابة للاستفسارات والمساعدة
٣	دالة *	٢.٢١١	٥٠.٦٧	٢٢٨	٥٦.٥٠	١١٣	٤٦.٠٠	١١٥	التوجيه والإرشاد من رؤسائي وزملائي في العمل
٦	غير دالة	١.٢٣٨	٤١.٧٨	١٨٨	٤٥.٠٠	٩٠	٣٩.٢٠	٩٨	توفر دورات تدريبية على استخدام الأمثل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
٤	دالة *	٢.٤٠٢	٤٨.٦٧	٢١٩	٥٥.٠٠	١١٠	٤٣.٦٠	١٠٩	خطة العمل محدثة لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور
٥	غير دالة	١.١٠١	٤٤.٨٩	٢٠٢	٤٢.٠٠	٨٤	٤٧.٢٠	١١٨	بيئة العمل محفزة ومشجعة على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي
٧	غير دالة	٠.٠٤٥	٣٣.١١	١٤٩	٣٣.٠٠	٦٦	٣٣.٢٠	٨٣	إتاحة فرص تدريب خارجية يمكن من خلالها تعلم مهارات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور
			٤٥٠			٢٠٠		٢٥٠	جملة من أسئلة

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة الثقة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

جدول ٦. درجة الثقة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

درجة الثقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة الثقة	العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٩	٠.٦٩	٢.٣٩	١٢.٢٢	٥٥	٣٦.٨٩	١٦٦	٥٠.٨٩	٢٢٩	تقدم لنا تطبيقات الذكاء الاصطناعي ما نريد أن نحققه في التواصل مع الجمهور بسهولة ويسر
مرتفع	٦	٠.٦٦	٢.٤٥	٩.١١	٤١	٣٧.١١	١٦٧	٥٣.٧٨	٢٤٢	تطبيقات الذكاء الاصطناعي أفضل لأنها موفرة للوقت والجهد
مرتفع	٢	٠.٦١	٢.٦٠	٦.٢٢	٢٨	٢٨.٠٠	١٢٦	٦٥.٧٨	٢٩٦	تتمتع تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمصداقية لدى معظم ممارسي العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور
مرتفع	١	٠.٦١	٢.٦٣	٦.٦٧	٣٠	٢٣.٣٣	١٠٥	٧٠.٠٠	٣١٥	تطبيقات الذكاء الاصطناعي تسهل علينا الاختيار بين أساليب التواصل المختلفة مع الجمهور
مرتفع	٣	٠.٦٦	٢.٥٤	٩.١١	٤١	٢٨.٢٢	١٢٧	٦٢.٦٧	٢٨٢	ما نقرأه حول طرق التواصل مع الجمهور تكتمل جوانبه باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٤	٠.٦٧	٢.٤٩	٩.٧٨	٤٤	٣١.٣٣	١٤١	٥٨.٨٩	٢٦٥	أشعر مع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالكفاية التي لم أجدها مع أي وسيلة أخرى
مرتفع	٨	٠.٦٨	٢.٤٢	١١.١١	٥٠	٣٦.٢٢	١٦٣	٥٢.٦٧	٢٣٧	تطبيقات الذكاء الاصطناعي تتيح لي الفرصة بالحذف والتعديل أثناء عملية التواصل

درجة الثقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة الثقة العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
									دون التأثير على عملية التواصل	
مرتفع	٧	٠.٦٨	٢.٤٤	١٠.٨٩	٤٩	٣٤.٠٠	١٥٣	٥٥.١١	٢٤٨	تطبيقات الذكاء الاصطناعي تتسم بالمرونة
مرتفع	٥	٠.٦٦	٢.٤٨	٩.١١	٤١	٣٤.٢٢	١٥٤	٥٦.٦٧	٢٥٥	تطرح تطبيقات الذكاء الاصطناعي حلول للمشكلات التي تواجهها في عمليات التواصل مع الجمهور
مرتفع	--	٠.٦٦	٢.٤٩	ن = ٤٥٠						جملة من سئولا

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة الثقة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٩، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات تطبيقات الذكاء الاصطناعي تسهل علينا الاختيار بين أساليب التواصل المختلفة مع الجمهور، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٣، وجاءت تتمتع تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمصداقية لدى معظم ممارسي العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٠.

أهم مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

تشير بيانات الجدول (٧) إلى أهم مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول حذف الضوضاء المصاحب للصوت، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٦.٨٩٪، موزعة بين ٦٣.٦٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧١.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاء في الترتيب الثاني التصميم ثلاثي الأبعاد، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٦.٠٠٪، موزعة بين ٦٣.٢٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٩.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة سهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور

جدول ٧. أهم مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقا للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المجالات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٣	غير دالة	١.٣٠٦	٥٩.١١	٢٦٦	٦٢.٥٠	١٢٥	٥٦.٤٠	١٤١	تحويل النص إلى صوت ولهجات مختلفة
١	غير دالة	١.٦٥٦	٦٦.٨٩	٣٠١	٧١.٠٠	١٤٢	٦٣.٦٠	١٥٩	حذف الضوضاء المصاحب للصوت
٢	غير دالة	١.٤٠٠	٦٦.٠٠	٢٩٧	٦٩.٥٠	١٣٩	٦٣.٢٠	١٥٨	التصميم ثلاثي الأبعاد
٧	غير دالة	٠.٢٣٣	٤٤.٨٩	٢٠٢	٤٥.٥٠	٩١	٤٤.٤٠	١١١	التسويق الإلكتروني
٨	غير دالة	٠.١٤٩	٤٢.٨٩	١٩٣	٤٢.٥٠	٨٥	٤٣.٢٠	١٠٨	الواقع الافتراضي
٥	غير دالة	٠.٩٠٧	٤٧.١١	٢١٢	٤٩.٥٠	٩٩	٤٥.٢٠	١١٣	الواقع المعزز
٦	دالة**	٢.٧٠٨	٤٥.١١	٢٠٣	٣٨.٠٠	٧٦	٥٠.٨٠	١٢٧	شات جى بى تى
١٠	غير دالة	٠.٣٤٩	٣٧.١١	١٦٧	٣٨.٠٠	٧٦	٣٦.٤٠	٩١	إنتاج نشرات إخبارية بمذيع آلى
٤	غير دالة	١.٢٩٨	٥٧.١١	٢٥٧	٦٠.٥٠	١٢١	٥٤.٤٠	١٣٦	كتابة خطة العلاقات العامة
٦	غير دالة	٠.٦١٤	٤٥.١١	٢٠٣	٤٣.٥٠	٨٧	٤٦.٤٠	١١٦	نسخ الصوت البشرى الطبيعي
٩	غير دالة	١.١٣٧	٤٠.٤٤	١٨٢	٣٧.٥٠	٧٥	٤٢.٨٠	١٠٧	تحويل الصوت إلى نص
			٤٥٠		٢٠٠		٢٥٠		جملة من سئولا

تشير بيانات الجدول (٨) إلى درجة سهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٢، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا يتطلب الجلوس في مكاتب العمل، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦١، وجاءت تتيح تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدائل مختلفة يمكن الاختيار من بينها في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٠، وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به نظرية قبول استخدام التكنولوجيا الحديثة حيث تعني السهولة المتصورة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وإنه من المتوقع أن يقل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من جهد ممارسي العلاقات العامة والإعلام.

جدول ٨. درجة سهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

درجة التفاعل	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة السهولة العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	١	٠.٦١	٢.٦١	٦.٦٧	٣٠	٢٥.٧٨	١١٦	٦٧.٥٦	٣٠٤	توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا يتطلب الجلوس في مكاتب العمل
مرتفع	٢	٠.٦١	٢.٦٠	٦.٤٤	٢٩	٢٧.١١	١٢٢	٦٦.٤٤	٢٩٩	تتيح تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدائل مختلفة يمكن الاختيار من بينها
مرتفع	٥	٠.٧٣	٢.٣٥	١٤.٨٩	٦٧	٣٤.٨٩	١٥٧	٥٠.٢٢	٢٢٦	توفر تطبيقات الذكاء الاصطناعي وجهات مختلفة سهلة الاستخدام
مرتفع	٣	٠.٦٥	٢.٥٤	٨.٨٩	٤٠	٢٧.٧٨	١٢٥	٦٣.٣٣	٢٨٥	تتطلب قدر بسيط من المهارة والخبرة لتشغيل تطبيقات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٤	٠.٦٧	٢.٤٧	١٠.٢٢	٤٦	٣٢.٦٧	١٤٧	٥٧.١١	٢٥٧	هناك إرشادات طوال عملية التواصل سهلة الإلتباع
مرتفع	--	٠.٦٥	٢.٥٢	ن = ٤٥٠				جملة من سئلا		

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

جدول ٩. موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

درجة الفائدة	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلبى		محايد		ايجابى		درجة الفائدة	العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	١	٠.٦٥	٢.٥٨	٩.١١	٤١	٢٤.٢٢	١٠٩	٦٦.٦٧	٣٠٠	يزيد من حيوية التواصل ويجعله أكثر ديناميكية	
مرتفع	٧	٠.٧٠	٢.٣٥	١٣.٣٣	٦٠	٣٨.٤٤	١٧٣	٤٨.٢٢	٢١٧	تجعلني أكتسب مهارات من تخصصات مختلفة	
مرتفع	٢	٠.٦٢	٢.٥٦	٧.١١	٣٢	٢٩.٣٣	١٣٢	٦٣.٥٦	٢٨٦	تساعد في سرعة الإنجاز وتبسط من مراحل التواصل	
مرتفع	٣	٠.٦٣	٢.٥٠	٧.٥٦	٣٤	٣٥.١١	١٥٨	٥٧.٣٣	٢٥٨	تساعد في رفع مستواي التعليمي والثقافي	
مرتفع	٦	٠.٧٠	٢.٤١	١٢.٦٧	٥٧	٣٤.٠٠	١٥٣	٥٣.٣٣	٢٤٠	تزيد من مهاراتي في التعامل مع التكنولوجيا الحديثة	
مرتفع	٥	٠.٧١	٢.٤٢	١٣.١١	٥٩	٣١.٣٣	١٤١	٥٥.٥٦	٢٥٠	تساعد في الوصول إلى مفاهيم تواصل مبتكرة وفريدة	
مرتفع	٤	٠.٦٨	٢.٤٥	١٠.٤٤	٤٧	٣٣.٧٨	١٥٢	٥٥.٧٨	٢٥١	تساعد في التغلب على ضعف الميزانية	
مرتفع	٣	٠.٦٨	٢.٥٠	١٠.٤٤	٤٧	٢٨.٦٧	١٢٩	٦٠.٨٩	٢٧٤	تعزز الاندماج بين الإبداع البشرى وقدرات الذكاء الاصطناعي	
مرتفع	--	٠.٦٧	٢.٤٧	ن = ٤٥٠						جملة من سئولا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢.٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات يزيد من حيوية التواصل ويجعله أكثر ديناميكية، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٨، وجاءت تساعد في سرعة الإنجاز وتبسط من مراحل التواصل في الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٦.

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة الأداء المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

جدول ١٠. درجة الأداء المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

درجة الجهد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلبى		محايد		ايجابى		درجة الجهد العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٣	٠.٦٥	٢.٤٨	٨.٤٤	٣٨	٣٥.١١	١٥٨	٥٦.٤٤	٢٥٤	يفيدني استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى في مهنتي
مرتفع	١	٠.٦٤	٢.٥٣	٨.٢٢	٣٧	٣٠.٦٧	١٣٨	٦١.١١	٢٧٥	يساعدني استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى على إنجاز عملي بسرعة
مرتفع	٢	٠.٦٩	٢.٥٠	١١.١١	٥٠	٢٧.٧٨	١٢٥	٦١.١١	٢٧٥	يزيد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى من معدل إنتاجيتي
مرتفع	٤	٠.٧٠	٢.٤٤	١٢.٠٠	٥٤	٣١.٥٦	١٤٢	٥٦.٤٤	٢٥٤	يرفع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى من معدل فرصتي بالترقية
مرتفع	٢	٠.٦٣	٢.٥٠	٧.٥٦	٣٤	٣٤.٨٩	١٥٧	٥٧.٥٦	٢٥٩	يساعدني استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى على مسايرة التطورات التكنولوجية الحديثة
مرتفع	--	٠.٦٦	٢٤٩	ن = ٤٥٠						جملة من سئولا

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة الأداء المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢.٤٩، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات يساعدني استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى على إنجاز عملي بسرعة، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٣، وجاءت بزيادة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى من معدل إنتاجيتي فى الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٠، وهذا ما تؤكد نظرية قبول استخدام التكنولوجيا الحديثة

التي تشير إلى " الدرجة التي يعتقد بها الشخص بأن استخدام نظام معين سيكون خالياً من الجهد العقلي (Venkatesh, V.,2003,425).

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة الجهد المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا:

جدول ١١. درجة الجهد المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

درجة الجهد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلبي		محايد		ايجابي		درجة الجهد	العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٠.٦٦	٢.٥٠	٩.١١	٤١	٣١.٧٨	١٤٣	٥٩.١١	٢٦٦	مفهوم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي واضح لدي	
مرتفع	٠.٦٩	٢.٥٠	١١.٥٦	٥٢	٢٦.٦٧	١٢٠	٦١.٧٨	٢٧٨	استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي سهل وبسيط	
مرتفع	٠.٦٨	٢.٤٢	١١.١١	٥٠	٣٥.٧٨	١٦١	٥٣.١١	٢٣٩	يسهل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عليّ أن أصبح محترفاً	
مرتفع	٠.٦٥	٢.٥١	٨.٦٧	٣٩	٣١.٣٣	١٤١	٦٠.٠٠	٢٧٠	يسهل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التعلم والتدريب	
مرتفع	٠.٦٥	٢.٥٢	٨.٨٩	٤٠	٣٠.٤٤	١٣٧	٦٠.٦٧	٢٧٣	استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يوفر مزيد من الوقت ويقلل الكثير من الجهد المبذول	
مرتفع	٠.٦٧	٢.٤٩	ن = ٤٥٠						جملة من سنلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة الجهد المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٩، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يوفر مزيد من الوقت ويقلل الكثير من الجهد المبذول، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٢، وجاءت يسهل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التعلم والتدريب في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥١.

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة التأثير الاجتماعي من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

جدول ١٢. درجة التأثير الاجتماعي من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

درجة التأثير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلبى		محايد		ايجابى		درجة التأثير العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٥	٠.٧٠	٢.٤٢	١٢.٤٤	٥٦	٣٢.٦٧	١٤٧	٥٤.٨٩	٢٤٧	يرى الأشخاص المهمون لديّ ضرورة تمكني من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٢	٠.٦٨	٢.٤٧	١٠.٤٤	٤٧	٣٢.٢٢	١٤٥	٥٧.٣٣	٢٥٨	يرى الأشخاص المؤثرون عليّ ضرورة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٣	٠.٦٧	٢.٤٦	١٢.٠٠	٥٤	٣٤.٢٢	١٥٤	٥٥.٧٨	٢٥١	يفرض استخدام زملائي بالعمل لتقنيات الذكاء الاصطناعي عليّ ضرورة استخدامه
مرتفع	٤	٠.٧٠	٢.٤٤	١٢.٠٠	٥٤	٣٢.٠٠	١٤٤	٥٦.٠٠	٢٥٢	يحفزني دائماً رؤسائي في العمل على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	١	٠.٦٨	٢.٥١	١٠.٤٤	٤٧	٢٧.٧٨	١٢٥	٦١.٧٨	٢٧٨	تركز رؤية المملكة ٢٠٣٠ على أن تقنيات الذكاء الاصطناعي هي المستقبل
مرتفع	--	٠.٦٩	٢.٤٦	ن = ٤٥٠					جملة من سئولا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة التأثير الاجتماعي من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٦، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات تركيز رؤية المملكة ٢٠٣٠ على أن تقنيات الذكاء الاصطناعي هي المستقبل، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة

بمتوسط حسابي ٢.٥١، وجاءت يرى الأشخاص المؤثرون علي ضرورة استخدامي تقنيات الذكاء الإصطناعي في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٧.

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة التسهيلات المتاحة لممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

جدول ١٣. درجة التسهيلات المتاحة لممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سليبي		محايد		ايجابي		درجة التسهيلات العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٢	٠.٦٨	٢.٤٥	١٠.٤٤	٤٧	٣٣.٧٨	١٥٢	٥٥.٧٨	٢٥١	توفر إدارة المنظمة التي أعمل بها الدعم لي لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل
مرتفع	٣	٠.٦٩	٢.٤٤	١١.١١	٥٠	٣٣.٧٨	١٥٢	٥٥.١١	٢٤٨	يتوافر لدي المهارات اللازمة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٢	٠.٧٠	٢.٤٥	١١.٧٨	٥٣	٣١.٥٦	١٤٢	٥٦.٦٧	٢٥٥	أمتلك المعرفة المطلوبة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	١	٠.٦٦	٢.٥٠	٩.٣٣	٤٢	٣١.٥٦	١٤٢	٥٩.١١	٢٦٦	توفر المنظمة التي أعمل بها الفنيين المختصين الذين يساعدونني على تجاوز صعوبات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٤	٠.٦٧	٢.٤٣	١٠.٠٠	٤٥	٣٦.٦٧	١٦٥	٥٣.٣٣	٢٤٠	لا أواجه أي تعقيدات في عملية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	--	٠.٦٨	٢.٤٥	ن = ٤٥٠						جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة التسهيلات المتاحة لممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٥، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات توفر المنظمة

التي أعمل بها الفنيين المختصين الذين يساعدوني على تجاوز صعوبات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٠، وجاءت أمتك المعرفة المطلوبة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٥.

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة النوايا السلوكية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

جدول ١٤. درجة النوايا السلوكية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

درجة المتعة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلبى		محايد		إيجابي		درجة النوايا السلوكية العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٥	٠.٧١	٢.٤٠	١٢.٨٩	٥٨	٣٤.٤٤	١٥٥	٥٢.٦٧	٢٣٧	أعترم دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل دائم وفعال في تعزيز التواصل مع الجمهور
مرتفع	٤	٠.٧١	٢.٤١	١٣.١١	٥٩	٣٢.٦٧	١٤٧	٥٤.٢٢	٢٤٤	متحمس لاستكشاف ومتابعة الجديد من تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتجربتها
مرتفع	٢	٠.٦٨	٢.٤٦	١٠.٨٩	٤٩	٣٢.٤٤	١٤٦	٥٦.٦٧	٢٥٥	أطلع إلى إتقان توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور
مرتفع	١	٠.٦٦	٢.٤٩	٩.١١	٤١	٣٢.٦٧	١٤٧	٥٨.٢٢	٢٦٢	أبحث عن فرص للتعاون مع خبراء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تخصصات مختلفة
مرتفع	٣	٠.٦٩	٢.٤٥	١١.١١	٥٠	٣٢.٤٤	١٤٦	٥٦.٤٤	٢٥٤	أعمل على الإلمام بالاعتبارات الأخلاقية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تخصصي
مرتفع	--	٠.٦٩	٢.٥٢	ن = ٤٥٠						جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة النوايا السلوكية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي

٢٠٥٢، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات أبحاث عن فرص للتعاون مع خبراء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تخصصات مختلفة، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢٠٤٩، وجاءت أتطلع إلى إتقان توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢٠٤٦.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

جدول ١٥. تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة ***	١٣.٨٦٣	٧.٢٦٥	٢	١٤.٥٣١	بين المجموعات
		٠.٥٢٤	٤٤٧	٢٣٤.٢٦١	داخل المجموعات
			٤٤٩	٢٤٨.٧٩١	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات سهولة الاستخدام المختلفة لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك على مقياس كثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ١٣.٨٦٣ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض.

جدول ١٦. نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٨٦
متوسط	***٠.٧١٢١	-		٢.١٥
منخفض	***٠.٧٣٧٤	٠.٠٢٥٣	-	٢.١٢

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى، والمبحوثين مرتفعى مستوى السهولة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٧١٢١ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى سهولة الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى مستوى سهولة الاستخدام، والمبحوثين منخفضى مستوى السهولة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٧٣٧٤ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى سهولة الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١.

الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى فى تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى.

جدول ١٧. تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعاً لاختلاف درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى.

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٨.٧٣٧	٢	٤.٣٦٨	٨.١٣٤	دالة***
داخل المجموعات	٢٤٠.٠٥٤	٤٤٧	٠.٥٣٧		
المجموع	٢٤٨.٧٩١	٤٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى، وذلك علي مقياس كثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى فى تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ٨.١٣٤ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض.

جدول ١٨. نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعاً لاختلاف درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى.

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٤٧
متوسط	*٠.١٩٥٦	-		٢.٢٢
منخفض	***٠.٤٤٦٢	*٠.٢٥٠٦	-	٢.٠٢

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، والمبحوثين مرتفعى مستوى الفائدة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٩٦٥ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الفائدة المتوقعة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى مستوى الفائدة المتوقعة، والمبحوثين منخفضى مستوى الفائدة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٤٦٢ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الفائدة المتوقعة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي فى تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة الثقة فى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

جدول ١٩. تحليل التباين أحادى الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لاختلاف درجة الثقة فى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة ***	١٠.٣٣٩	٥.٥٠٠	٢	١١.٠٠٠	بين المجموعات
		٠.٥٣٢	٤٤٧	٢٣٧.٧٩١	داخل المجموعات
			٤٤٩	٢٤٨.٧٩١	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة فى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك على مقياس كثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي فى تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ١٠.٣٣٩ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض.

جدول ٢٠. نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لاختلاف درجة الثقة فى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٣٩
متوسط	٠.١٠٨٧	-		٢.١٧
منخفض	***٠.٣٣٣٢	*٠.٢٢٤٥	-	٢.٠٦

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة فى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى، والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٢٤٥. لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٣٣٢. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين مستوى اتجاه ممارسى العلاقات العامة نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى بالمؤسسات السعودية والمتغيرات التالية (الأداء المتوقع- الجهد المتوقع- التأثير الاجتماعى- التسهيلات المتاحة- النوايا السلوكية).

جدول ٢١. معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة سبيرمان	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية
الاتجاه نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى	٢.٤٨	٠.٦٤	-	-	-	-
الأداء المتوقع	٢.٦٢	٠.٦٧	٠.٣٤٢	طردى	متوسطة	٠.٠٠١
الجهد المتوقع	٢.٥١	٠.٦٣	-٠.٤١٢	عكسى	متوسطة	٠.٠٠١
التأثير الاجتماعى	٢.٤٢	٠.٥٨	٠.٤٩٨	طردى	متوسطة	٠.٠٠١
التسهيلات المتاحة	٢.٦٣	٠.٦٣	٠.٥٦٧	طردى	متوسطة	٠.٠٠١
النوايا السلوكية	٢.٧٣	٠.٦٢	٠.٦٢٥	طردى	قوية	٠.٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة (طردية) ودالة إحصائياً بين الاتجاه نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى، ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (الأداء المتوقع - التأثير الاجتماعى - التسهيلات المتاحة- النوايا السلوكية)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان ٠.٣٤٢، ٠.٤٩٨، ٠.٥٦٧، ٠.٦٢٥ على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١.

بينما تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه سالبة (عكسية) ودالة إحصائياً بين الاتجاه نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى، ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول

واستخدام التكنولوجيا (الجهد المتوقع)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان $0.412-$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.0001 .

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية. ويقسم هذا الفرض إلى أربعة فروض فرعية هي:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع.

جدول ٢٢. نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع.

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	٢٥٠	٢.٣٤	٠.٧٥	٣.٧٣٤	٤٤٨	دالة عند ٠.٠٠١
إناث	٢٠٠	٢.٠٨	٠.٧١			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة "ت" 3.734 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.0001 ، لصالح الذكور.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً لاختلاف مستوى التعليم.

جدول ٢٣. تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف مستوى التعليم.

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣.٥٨٨	٢	١.٧٩٤	٣.٢٧٠	غير دالة ٠.٠٥
داخل المجموعات	٢٤٥.٢٠٣	٤٤٧	٠.٥٤٩		
المجموع	٢٤٨.٧٩١	٤٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة، وذلك علي مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ٣.٢٧٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً لاختلاف مستوى السن.

جدول ٢٤. تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف السن.

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة عند ٠.٠٠١	١٧.٤٥٧	٩.٠١٣	٢	١٨.٠٢٥	بين المجموعات
		٠.٥١٦	٤٤٧	٢٣٠.٧٦٦	داخل المجموعات
			٤٤٩	٢٤٨.٧٩١	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ١٧.٤٥٧ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١.

د- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً لاختلاف سنوات الخبرة.

جدول ٢٥. تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف سنوات الخبرة

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة عند ٠.٠١	٣.٩٢٠	٢.١١٧	٢	٨.٤٦٩	بين المجموعات
		٠.٥٤٠	٤٤٧	٢٤٠.٣٢٢	داخل المجموعات
			٤٤٩	٢٤٨.٧٩١	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون سنوات المختلفة، وذلك علي مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ٣.٩٢٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١.

النتائج العامة للدراسة

- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة سهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٢.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٧.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الأداء المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٩.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الجهد المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٩.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة التأثير الاجتماعي من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٦.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة التسهيلات المتاحة من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٥.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة النوايا السلوكية من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٢.
- كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

- وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- وتبين وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى توظيف هذه التقنيات في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

التوصيات

- الحرص على تدريب ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية على كيفية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومعرفة كل ما هو جديد حولها.
- توفير معامل مطورة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي لتسهيل استخدام ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية لهذه التطبيقات داخل المعامل التطبيقية.
- عمل دورات تدريبية مستمرة لتدريب ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية على كل ما هو جديد في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- ضرورة الاستفادة من تجربة المؤسسات الصحفية العربية والأجنبية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

مقترحات الدراسة

- دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز التواصل مع الجمهور.
- توظيف المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة الرقمية لكسب ثقة الجمهور.
- العوامل المؤثرة على قبول ممارسي العلاقات العامة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

مراجع الدراسة

المراجع العربية

- الدلو، جواد راغب، أبو حشيش يوسف يحيى، إسماعيل أحمد عبد الله. (٢٠٢٢). اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية، الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة العربي التبسي، (٣)٧، ٥٣-٩٠. يوليو ٢٠٢٢.

Al-Dalw, J. R., Abubhashish, Y. Y., & Ismaeel, A. A. (2022). Ittijāhāt ḥubarā' al-'i'lām nahwa tazwīf tiqniyāt al-dḍakā' al-iṣṭinā'ī fi al-ṣṣahāfah al-filastīniyah: dirāsah maydāniyah, Maḡallat al-Risālah li Ddirāsāt wa-l-Buḥūt al-'Insāniyah, Kulliyat al-'Ulūm al-'Insāniyah wa-l-Ijtīmā'iyah, Ġāmi'at al-'Arabī al-Ttabsī, 7(3), 53-90. yūlyū 2022.

الزهراني، أحمد على. (٢٠٢٢). تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة، جامعة عمار ثلجي الأغواط، ٥ (١)، ١٥-٣٩. يوليو.

Al-Zahrani, A.A. (2022). Tabannī al-ṣṣuḥufiyyīn al-'arab litaḥbīqāt al-dḍakā' al-iṣṭinā'ī fi al-mu'assasāt al-'i'lāmiyah, al- Maḡallah al-Jazā'iriyah li-Buḥūt al-'I'lām wa-al-Rra'y al-'Āmm, Kulliyat al-'Ulūm al-'Insāniyah wa-l-'Ulūm al-'Islāmiyah wa-l-Ḥadārah, Jāmi'at 'Ammār Talḡī al-'Aḡwāt, 5(1), 15:39, yūlyū.

الطار، محمد رشاد.، الفصيل رفيق سمر. (٢٠٢٣). تأطير الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الإماراتية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣ (٨٤)، ١٦٤٣-١٦٧٢، يوليو.

Al-Attar, M. R., & Al-Faysal, R. (2023). Ta'ḥīr al-dḍakā' al-iṣṭinā'ī fi al-mawāqī' al-'iḥbāriyah al-'imārātiyah, al-Maḡallah al-Maṣriyah li-Buḥūt al-'I'lām, Kulliyat al-'I'lām, Ġāmi'at al-Qāhirah, 3(84), 1643-1672, yūlyū.

المناصير، أشرف محمد. (٢٠١٩). جهود العلاقات العامة الرقمية في إدارة الصورة الذهنية للقطاع السياحي وانعكاسه على الوعي الثقافي والمعرفي للجمهور الأردن، مجلة التنمية البشرية والتعليم للأبحاث التخصصية، ٥ (٤)، ١٠٦-١٣١، أكتوبر.

Al-Manasir, A. M. (2019). Ḡuhūd al-'alāqāt al-'āmmah al-rraqmīyah fi idārat al-ṣṣūrah al-dḍihniyah lil-qitā' al-ssiyaḥī wa-n'ikāsuhu 'alā al-wa'yi al-Ttaqāfi wa-l-ma'rifi lil- ḡumhūr al-'urdunī, Maḡallat al-Ttanmiyah al-Baṣariyah wa al-Tta'lim lil-Abḥāt al-Ttaḥṣuṣiyah, 5(4),106-131,' uktūbir.

تكروني، دنيا عبد الرحمن. (٢٠٢١). أثر القيادة التحولية على أداء العلاقات العامة الرقمية في الجامعات الحكومية بمحافظة جدة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، فلسطين، ٢٩ (٢)، ١٨٥-٢٠٨، أبريل.

Takrony, D. A. (2021). Aḥar al-qiyādah al-ttaḥwīliyah 'alā 'adā' al-'alāqāt al-'āmmah al-rraqmīyah fi al-ḡāmi'āt al-ḥukūmiyah bi-muḥāfazat Jiddah, Maḡallat al-ḡāmi'ah al-'Islāmiyah li-Ddirāsāt al-Iqtisādiyah wa-l-'Idāriyah, filastīn, al-muḡallad 29(2), 185-208, 'abrīl.

خليفة، هبة طلعت. (٢٠٢١). العلاقات العامة الإلكترونية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية في القطاع الحكومي والخاص، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، العدد ١٠، ٣٩-٦٣، يوليو-ديسمبر.

Khalifah, H. T. (2021). al-'Alāqāt al-'āmmah al'iliktrūniyah wa-dawruhā fi taškīl al-ṣṣūrah al-dḍihniyah fi al-qitā' alḥukūmī wa-l-khāṣṣ, al-Maḡallah al-'Ilmiyah li-Buḥūt al-'I'lām wa Ttiknulūgiyā al-'Ittiṣāl, Kulliyat al-Ādāb, Ġāmi'at Ḡanūb al-Wādī, al-'adad 10, 39-63, yūlyū-dīsambir.

سالم، أميرة حسن. (٢٠٢١). مخاطر التسويق الرقمي عبر مواقع التسوق الإلكتروني وتأثيراتها على أنماط السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد ٢٢، ٤٤٩-٥٠٨، يوليو-ديسمبر

Salim, A.H. (2021). Makhāṭir al-ttaswīq al-rraqmī 'abra mawāqī' al-ttasawwuq al-'iliktrūnī wa ta'thīrātuhā 'alā anmāt al-ssulūk al-istihlākī ladā al-murāhiqīn, al- Maḡallah al-'Iilmīyah li-Buḥūt al-'Alāqāt al-'Āmmah wa-l-'I'lām, al-'adad 22, 449-508, yulyū-dīsambir.

سلامة، حسام على. (٢٠٢٣). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير إنتاجات طلبة الإعلام في الجامعات الخليجية، مجلة اتحاد الجامعات العربية، العدد ١١، ١-٧٠. يوليو.

Salamah, H. A. (2023). Tawzīf tiqniyāt al-dḍakā' al-iṣṭinā'ī fi taṭwīr 'intāḡāt ṭalabat al-'I'lām fi al- ḡāmi'āt al-ḥaljījiyah, Maḡallat Ittijāh al-ḡāmi'āt al-'Arabiyah, al-'adad 11,1-70. yūlyū.

سليمان، شريفة رحمة الله. (٢٠٠٩). دور الاتصال والعلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية - دراسة حالة على إمارة دبي، مركز الإمارات للبحوث والدراسات الاستراتيجية، أبو ظبي، ص ٢٨.

Sulayman, Sh. R. (2009). Dawr al-ittiṣāl wa-l-‘alāqāt al-‘ammah fī al-ḥukūmah al-‘iliktrūniyah-dirāsāt ḥālah ‘alā ‘imārat Dubai, Markaz al-‘Imārāt lil-Buḥūt wa-al-Ddirāsāt al-Istrāṭijyah, ‘Abū Ḍabi, p.28.

عبد الحميد، عمرو محمد محمود. (٢٠٢٠). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصاديقته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٥، الجزء ٥، ٢٧٩٧-٢٨٦٠، أكتوبر.

Abdulhamid, A. M. M. (2020). Tawzīf taṭbīqāt al-ḍakā’ al-iṣṭinā’ī fī ‘intāg al-muḥṭawā al-‘i’lāmī wa ‘alāqatuhā bimīṣḍāqiyatihi ladā al-ḡumhūr al-Maṣrī, Maḡallat al-Buḥūt al-‘i’lāmīyah, Kulliyat al-‘i’lām, Ḡāmi‘at al-‘Azhar, al‘adad 55, al-ḡuz’ 5, 2797-2860, ‘uktūbir

عبد الرازق، مي مصطفى. (٢٠٢٢). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام - الواقع والتطورات المستقبلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع. ٨١، ص ١٣، أكتوبر.

Abdulraziq, M. M. (2022). Tiqniyāt al-ḍakā’ al-iṣṭinā’ī fī al-‘i’lām -al-wāqi’ wa-al-ttaṭawurāt al-mustaqbaliyah, al-Maḡallah al-Maṣriyah li-Buḥūt al-‘i’lām, Kulliyat al-‘i’lām, Ḡāmi‘at al-Qāhirah, V.81, p.13. ‘uktūbir

محاسنة، حسن نهار. (٢٠٢٣). الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية الحكومية بالمدينة المنورة: دراسة تطبيقية على جامعتي طيبة والإسلامية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع. ٦٥، ٣٧٧-٤٣٤، أبريل.

Mahasnah, H. N. (2023). al-Istrāṭijyāt al-ittiṣāliyah lil-‘alāqāt al-‘ammah al-rraqmiyah fī al-ḡāmi‘āt al-ssa‘ūdiyyah al-ḥukūmiyah bi-l-madīnah al-munawwarah : dirāsah taṭbīqiyah ‘alā ḡāmi‘atay taybah wa-l-‘islāmīyah, Maḡallat al-Buḥūt al-‘i’lāmīyah, Kulliyat al-‘i’lām, Ḡāmi‘at al-‘Azhar, V.65, 377-434, ‘abrīl.

مدحت، محمد. (٢٠١٦). الحكومة الإلكترونية، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ص ١٧.

Midhat, M. (2016). al- Ḥukūmah al’iliktrūniyah, al-Qāhirah, al-Majmū‘ah al-‘Arabiyyah li-al-Ttadrīb wa al-Nnaṣr, p.17.

ونيس، بلال. (٢٠١٤). المواقع الإلكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية - دراسة مقارنة بين موقعي جامعة بسكرة وجامعة ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، ص ٨٨ - ٩٠.

Wanis, B. (2014). al-Mawāqi’ al’iliktrūniyah lil-‘alāqāt al-‘ammah fī al-mu’assasāt al-ḥukūmiyah-dirāsah muqāranah bayna mawqi‘ay ḡāmi‘at biskrah wa ḡāmi‘at warqalah , [Risālat māḡīstīr ḡayr manshūrah, Kulliyat al-‘Ulūm al-‘Insāniyyah wa-l-Iḡtimā’iyah, Ḡāmi‘at Muḥammad Khayḍar – Biskrah,] pp.88-90.

المراجع الأجنبية

Alfarani, L. A. K. (2016). Exploring the Influences on faculty members’ adoption of mobile Learning at king abdulaziz university, Saudi Arabia [Doctoral dissertation, University of Leeds].

Dominick, R.J. (2002): The Dynamics of mass communication, media in the digital age, McGraw-Hill Companies, USA, p.362.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, Management Information Systems, 27(3), 425-478.

Wu, J.H., & Wang, S.C. (2005), What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance mode, Information and Management, 42(5), 719-729.

Adoption of Artificial Intelligence Techniques by Public Relations Practitioners in Saudi Institutions to Enhance Communication with the Public: A Study Conducted Using the Framework of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Salem bin Mohammed Salem Al-Qahtani

Assistant Professor, Department of Journalism and Media, College of Arts and Humanities, Jazan, University, KSA

sjafsher@jazanu.edu.sa

Abstract. Using the framework of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), the current study sought to determine the extent to which public relations professionals at Saudi institutions were utilising artificial intelligence tools to enhance public communication. The study falls under the category of descriptive studies, and as part of its framework, the researcher employed a survey approach, using the questionnaire as a tool to collect the required data. A random sample of 450 public relations practitioners from Saudi organizations spread across the five regions of Jizan, Riyadh, Asir, Jeddah and Taif – 90 per region– were subjected to the investigation. One of the study’s most important findings was that there is a positive and statistically significant correlation between the respondents’ use of AI tools and how they employ such techniques within the framework of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology.

Keywords: Public relations and media practitioners, Artificial intelligence techniques, Enhancing communication, Digital PR, Technology acceptance theory.

المشاركة الرقمية لميمات الإنترنت بين الأجيال المختلفة في المملكة العربية السعودية

ميسون أسامة أحمد السباعي

أستاذ مشارك بقسم الصحافة والإعلام الرقمي، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز بجدة، المملكة

العربية السعودية

malsebaei@kau.edu.sa

المستخلص. أصبحت ميمات الإنترنت في الوقت الراهن ظاهرة واسعة الانتشار على مستوى العالم، لا سيما في الوطن العربي وبشكل خاص في المملكة العربية السعودية. ورغم وجود العديد من الدراسات الأجنبية التي تناولت بعمق طبيعة المشاركة الرقمية لمستخدمي ميمات الإنترنت من استهلاك ومشاركة وإنتاج عبر منصات التواصل الاجتماعي، إلا أن الدراسات المحلية في المملكة لم تسلط الضوء بشكل كافٍ على هذا الموضوع، خاصة فيما يتعلق بتباين هذه المشاركات بين الأجيال المختلفة، لذا هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف طبيعة المشاركة الرقمية لميمات الإنترنت وعلاقتها بالإشباع المتحققة، والتي تشمل الشهرة، التعبير عن الذات، الترفيه، وتعزيز العلاقات الاجتماعية، لدى المستخدمين من مختلف الأجيال، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي والتحليلي، باستخدام استبانة موجهة إلى عينة مكونة من ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية المشاركين يتعرضون لميمات الإنترنت بشكل مستمر، مع تفضيلهم للميمات المحلية والعربية مقارنة بالأجنبية. وبخصوص طبيعة المشاركة، تبين أن الاستهلاك والمشاركة يتفوقان على إنتاج الميمات وتصميمها. كما أظهرت النتائج صحة جميع الفروض التي اختبرتها الدراسة، مع وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة الرقمية (الإنتاج، المشاركة، والاستهلاك) والإشباع المتحققة من هذه المشاركة (الشهرة، التعبير عن الذات، الترفيه، وتعزيز العلاقات الاجتماعية)، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأجيال فيما يتعلق بالإشباع المحققة وطبيعة المشاركة الرقمية لميمات الإنترنت. وقد تناولت الدراسة النتائج بالتفصيل، مع تقديم مجموعة من التوصيات الهادفة لتحسين استخدام ميمات الإنترنت في السياقات المحلية.

الكلمات المفتاحية: ميمات الإنترنت، طبيعة المشاركة الرقمية، الاستخدامات والإشباع، المملكة العربية السعودية، مواقع التواصل الاجتماعي.

المقدمة

يشهد العالم الرقمي تطورًا ملحوظًا خلال السنوات الأخيرة، حيث تتيح تقنيات الويب ٢.٠ للأفراد إمكانية إنتاج وتعديل ومشاركة محتوى متنوع عبر الإنترنت. ومن أبرز هذه المحتويات ميمات الإنترنت (Internet memes) يصف (Davidson, ٢٠١٢) ميمات الإنترنت بأنها وحدات ثقافية تهدف إلى إيصال فكرة أو مناقشة قضية معينة بأسلوب فكاهي. يمكن أن تكون هذه الميمات على شكل صور ثابتة، صور متحركة، مقاطع فيديو، أو ملصقات، وتنتشر عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، يوتيوب، تويتر، تيك توك، سناب شات، وواتس آب. بذلك، أصبحت الميمات جزءًا مهمًا من الاتصالات الرقمية الحديثة، حيث تمثل نوعًا جديدًا من التواصل بين الأفراد (Shifman, ٢٠١٥). كما أنها تُعتبر قطعًا أثرية متعددة الوسائط (multimodal) تجمع بين العناصر المرئية واللغوية (Osterroth, ٢٠١٥).

ما يميز ميمات الإنترنت أنها تعكس الثقافة الشعبية للمجتمع المحلي عبر الأجيال المختلفة، كما أنها تناقش القضايا الاجتماعية والأحداث الهامة. بعض هذه الميمات تجاوز الحدود المحلية ليصبح عالميًا (Lankshear & Knobel, ٢٠٠٧). يحدث ذلك إما من خلال تقليدها أو إعادة مزجها. يتضمن التقليد محاكاة وإعادة إنتاج محتوى رقمي عبر انتحال شخصيات مشهورة مثل الممثلين، المغنيين، الرياضيين، أو حتى أشخاص عاديين. أما إعادة المزج فتشمل تعديل المحتوى الأصلي باستخدام برامج التحرير الرقمية، مثل دمج الصور أو إضافة نصوص ومقاطع صوتية (Shifman, ٢٠١٢).

لقد أدى الانتشار الواسع لميمات الإنترنت وتداولها بين الأفراد عبر الأجيال المختلفة إلى جذب انتباه الباحثين، خاصة في العالم الغربي، لدراسة هذه الظاهرة. ركزت الدراسات على فهم استخدامات الأفراد للميمات وطبيعة المشاركة والإشباع التي تحققها. يُلاحظ أن الأفراد يختلفون في طرق تعاملهم مع الميمات، فبينما يستهلك البعض الميمات دون مشاركتها، يشارك آخرون الميمات دون تعديلها، وهناك من يقومون بإنتاجها أو تعديلها قبل مشاركتها مع الآخرين (Shao, ٢٠٠٩).

كشفت الدراسات عن أن ميمات الإنترنت تعكس تفاعل الأفراد مع الأحداث والعالم من حولهم، وتصنع ثقافة افتراضية فكاهية تمنحهم مساحة للتعبير عن الذات وتعزيز العلاقات الاجتماعية (Miltner, ٢٠١٤). يستخدمها البعض كوسيلة لنقل مشاعر متنوعة مثل السعادة، الغضب، الحزن، أو التوتر (Park, ٢٠٢٠). بالإضافة إلى ذلك، يشارك الأفراد الميمات مع عائلاتهم وأصدقائهم بغرض الترفيه والاستمتاع (Kulkarni, ٢٠١٧) في الوقت الحاضر، أصبحت شهرة المحتوى تُقاس بمدى انتشاره عبر الإنترنت، من خلال الإعجابات، إعادة المشاركة،

والتعليقات. لذلك، يسعى العديد من الأشخاص إلى نشر ميمات جذابة وسريعة الانتشار تحتوي على صور أو مقاطع فيديو مشهورة (Shifman, ٢٠١٥).

رغم التأثير الإيجابي لميمات الإنترنت في حياة الأفراد، إلا أنها قد تحمل جوانب سلبية، مثل نشر الشائعات والأخبار المزيفة، أو التسبب في التمر، العنصرية، والتحيز ضد أفراد معينين (Shifman, ٢٠١٢; Petrova, ٢٠٢١). لذا، تأخذ الميمات أبعاداً أعمق من مجرد مشاركة محتوى بصري أو نصي، إذ تُستخدم كوسيلة للتعبير عن الآراء والهوية الثقافية، وأصبحت تمثل نقطة التقاء بين الثقافة الشعبية والإنتاج الثقافي باستخدام إمكانات الإنترنت الجديدة (Shifman, ٢٠١٢)، خصوصاً في المجتمع المحلي.

كما وجدت نتائج الاستطلاع أن الأجيال من فئة الشباب هم الأكثر مشاركة لميمات الإنترنت (٤٤٪ من جيل زد و٣٤٪ من جيل الألفية) مقارنة بالأفراد من جيل الطفرة الأكبر سناً (١٢٪) (سيأتي شرح الأجيال بالتفصيل لاحقاً). وعلى الرغم من هذه النتائج وتنامي استخدام الشباب لميمات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي، فإن بعض الدراسات وجدت أن ميمات الإنترنت تجذب الأفراد من جميع الأجيال المختلفة (Wang, ٢٠٢٠).

ومن هنا، تمثل هدف الدراسة الحالية إلى استكشاف ممارسات مستخدمي ميمات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تحليل طبيعة المشاركة الرقمية لهذه الميمات وعلاقتها بالإشباع المحققة لدى مختلف الأجيال في المملكة العربية السعودية.

صياغة مشكلة الدراسة

برز استخدام ميمات الإنترنت بشكل واسع في الآونة الأخيرة، حيث أصبحت جزءاً رئيساً من المحتوى المتداول على منصات التواصل الاجتماعي. تُنتج هذه الميمات بأشكال متعددة وتُشارك على نطاق واسع بين المستخدمين حول العالم، كما أنها تُعد من بين أكثر أنواع المحتوى جذباً وتفاعلاً على المنصات الرقمية، مما يعكس شعبيتها الكبيرة وأهميتها كوسيلة للتعبير والتواصل في العصر الرقمي، وتنتشر هذه الميمات بشكل ملحوظ على منصات مثل تيك توك وإنستغرام وفيسبوك، مما يجعلها أداة فعالة تعبر عن الثقافة الجماهيرية وتعزز التفاعل الاجتماعي.

ومن ثم تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل التالي:

ما طبيعة المشاركة الرقمية لميمات الإنترنت بين الأجيال المختلفة في المملكة العربية السعودية؟

أهداف الدراسة

- التعرف على مجالات ميقات الإنترنت التي يتعرض لها مستخدمو الميقات على مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة.
- رصد أنواع ميقات الإنترنت التي يتعرض لها مستخدمو الميقات على مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة.
- الكشف عن مدى تعرض المستخدمين لميقات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة.
- قياس طبيعة المشاركة الرقمية (الاستهلاك، والمشاركة، والإنتاج) لميقات الإنترنت لدى مستخدميها على مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة.
- رصد الإشباع المتحققة من التعرض لميقات الإنترنت لدى مستخدمي الميقات على مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة.
- التعرف على السياق الاجتماعي المرتبط بمشاركة مستخدمي ميقات الإنترنت في المملكة لميقات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحديد اتجاهات مستخدمي ميقات الإنترنت في المملكة نحو ميقات الإنترنت.
- دراسة العلاقة بين طبيعة المشاركة الرقمية لميقات الإنترنت والإشباع المتحققة من التعرض لها.
- دراسة الفروق وفق الأجيال فيما يتعلق بطبيعة المشاركة لميقات الإنترنت.
- دراسة الفروق بين الأجيال فيما يتعلق بالإشباع المتحققة من التعرض لميقات الإنترنت.

تساؤلات وفروض الدراسة

تساؤلات الدراسة

- ما أنواع ميقات الإنترنت التي يتعرض لها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى تعرض المبحوثين لميقات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مجالات ميقات الإنترنت التي يتعرض لها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما طبيعة المشاركة الرقمية لميقات الإنترنت لدى المبحوثين؟

- ما الإشباعات المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت لدى المبحوثين؟
- ما السياق الاجتماعي المرتبط بمشاركة المبحوثين لميمات الإنترنت؟
- ما اتجاهات المبحوثين نحو ميمات الإنترنت؟

فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت (إنتاج، ومشاركة، واستهلاك الميمات) والإشباعات المتحققة من التعرض للميمات (الشهرة، والتعبير عن الذات، والترفيه، وتعزيز العلاقات الاجتماعية).

الفرض الفرعي الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت (إنتاج ومشاركة الميمات) والإشباعات الخاصة بالشهرة.

الفرض الفرعي الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت (إنتاج، ومشاركة، واستهلاك الميمات) والإشباعات الخاصة بالتعبير عن الذات.

الفرض الفرعي الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت (إنتاج، ومشاركة، واستهلاك الميمات) والإشباعات الخاصة بالترفيه.

الفرض الفرعي الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت (إنتاج، ومشاركة، واستهلاك الميمات) والإشباعات الخاصة بتعزيز العلاقات الاجتماعية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بطبيعة المشاركة لميمات الإنترنت.

الفرض الفرعي الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بإنتاجهم لميمات الإنترنت.

الفرض الفرعي الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا فيما يتعلق بمشاركتهم لميمات الإنترنت.

الفرض الفرعي الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق باستهلاكهم لميمات الإنترنت.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للأجيال فيما يتعلق بالإشباع المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت.

الفرض الفرعي الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالشهرة.

الفرض الفرعي الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالتعبير عن الذات.

الفرض الفرعي الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بتعزيز الترفيه.

الفرض الفرعي الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بتعزيز العلاقات الاجتماعية.

أهمية الدراسة

- تتضح أهمية الدراسة الحالية في كونها تركز على طبيعة مشاركة ميمات الإنترنت على عينة من الأفراد من مستخدمي الميمات على مواقع التواصل الاجتماعي.
- رصد السياق الاجتماعي المرتبط بمشاركة ميمات الإنترنت نظراً لما سوف تضيفه نتائج هذه الدراسة والذي يرجع لاختلاف طبيعة مشاركة الميمات في المملكة العربية السعودية عن نتائج الدراسات السابقة في البلدان الأخرى.
- ضرورة معرفة اتجاهات الأفراد حيال ميمات الإنترنت في المملكة العربية السعودية.
- الإطار النظري الذي اعتمدت عليه الدراسة والمتمثل في مفهوم المشاركة الرقمية ونظرية الاستخدامات والإشباع بهدف الوقوف على طبيعة المشاركة والإشباع المتحققة من استخدام ميمات الإنترنت.
- نظراً لندرة البحوث في هذا المجال في المملكة العربية السعودية، فإنه من الضروري البحث والتعرف على مجالات وأنواع الميمات المستخدمة بين الأجيال في المملكة العربية السعودية.

الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة

تتبنى الدراسة مفهوم المشاركة الرقمية ونظرية الاستخدامات والإشباعات إطارًا نظريًا للدراسة وتوجيه مسار البحث والنتائج.

- مفهوم المشاركة الرقمية

لعل أحد أهم المفاهيم التي تفسر المشاركة الرقمية ما اصطلح جينكنز على تسميته باللغة الإنجليزية: Participatory Culture والذي اقترن بميمات الإنترنت في العديد من الدراسات (Shao, 2009; Cahya & Miltner, 2014; Triputra, 2017)، لكن قبل شرح المفهوم وعلاقته بميمات الإنترنت، ينبغي التطرق لجانب نشأة الميم الثقافية وشرح نبذة عنها وتطور المصطلح إلى ميمات الإنترنت.

يعود المصطلح "ميم" إلى الكلمة اليونانية (mimema) بمعنى التقليد، وكان عالم الأحياء البيولوجي، ريتشارد دوكنيز، من الأوائل الذين قاموا بتطوير مصطلح الميم meme (جمعها ميمز أو ميمات)، في كتابه الجين الأناني، لشرح تطور وتحول المعلومات الثقافية من جيل لآخر مشبها إياها بالجينات البيولوجية (Dawkins, 1976)، فالثقافة والأفكار البشرية، كالمعتقدات، والأفكار، والألحان، والعبارات الشائعة، وأزياء الملابس، تُنقل وتُتشر اجتماعيا عن طريق التقليد مثلها كالمعلومات الوراثية التي تنتقل من جيل لآخر من خلال الجينات الوراثية (Wang & Wang, 2015).

ومع تطور فكرة الميمات واستخدامها في مجالات متعددة، قام بعض العلماء بانتقاد تشبيهها بالمفاهيم الجينية التطورية وذلك لأن التشبيه يضيق ويبسط السلوكيات البشرية المعقدة (Shifman, 2015)، كما أنه يقلل من أهمية دور الأفراد في تحديدهم واختيارهم لنسخ المعلومة الثقافية قبل انتقالها إليهم (Knobel & Lankshear, 2007)، فالثقافة لا تنتشر من دماغ لآخر، بل تُتداول من خلال تبنيها وتعديلها قبل نشرها (Meikle, 2016)، إلى جانب اكتساب الأفراد لثقافات مختلفة بطرق أخرى غير التقليد. وبالرغم من التحديات والانتقادات الموجهة لتفسير الميم.. لا يزال هذا المفهوم مُستخدمًا في دراسات عديدة في هذا السياق فضلا عن دراسة انتشاره بين الأجيال (Burgess, 2015; Shifman, 2008).

ثم جاء الإنترنت الذي مكّن الأفراد من مشاركة محتوهم وأصبح بالإمكان نقل الميمات عبر الإنترنت، وأُطلق عليها ميمات الإنترنت. ومن خلال الرجوع للأبحاث السابقة، لا يوجد تعريف متجانس لميمات الإنترنت، فنجد Burgess (2008) يُعرفها بأنها مزحة أو ممارسة مألوفة يتم تقليدها على نطاق واسع، بينما يُعرف Davidson (2012) ميمات الإنترنت بأنها وحدات من المعلومات الثقافية التي تنتقل من شخص لآخر وتنتشر عبر مواقع

التواصل الاجتماعي متجاهلين منطق التطور والانتشار الذي أشار إليه دوكنيز (Osterroth, ٢٠١٥). وتُعرف شيفمان ميمات الإنترنت بأنها: " (أ) مجموعة من العناصر الرقمية تشترك في خصائص المحتوى والشكل و/أو الموقف، والتي (ب) تم إنشاؤها بوعي لبعضها البعض، و(ج) تم تداولها و/أو تقليدها و/أو نشرها عبر الإنترنت بواسطة العديد من المستخدمين" (Shiffman, ٢٠١٥, p. ٧)، ويرى جنكينز أن الأفراد العاديين قادرين على إظهار إبداعاتهم ومشاركاتهم وتعليم غيرهم من الأفراد الآخرين.. وإنما يقوم ذلك بناء على ثقافة قائمة على العمل التعاوني وتقاسم الأفكار والإبداعات من خلال نقل المعرفة من ذوي الخبرة للمبتدئين، فالأفراد ليسوا مستهلكين فقط، بل مشاركون ومنتجون أيضا من خلال المشاركة الاجتماعية للأفراد في المجتمع (Jenkins, ٢٠٠٦).

ثم ازدهر واندمج المفهوم مع ظهور الإنترنت وما يتسم به من الحواجز المنخفضة وقدرة الأفراد على المشاركة من خلاله، وتختلف هذه المشاركة؛ إذ أصبح الأفراد لا يتصرفون كمستهلكين فقط، بل مكنتهم التكنولوجيا الحديثة من إنشاء وإنتاج محتوى ذي وسائط متعددة على الإنترنت عن طريق أرشفتة، والتعليق عليه، وتشكيله، وإعادة نشره بشكل متطور (Wang, ٢٠١٨).

وقسم Shao (٢٠٠٩) طبيعة مشاركة الأفراد للمحتوى المتعدد الوسائط على الإنترنت إلى مستهلكين، ومشاركين، ومنتجين، كما يلي:

- ١- المستهلكون Consumers: الأفراد الذين يشاهدون/يقرأون للبحث عن المعلومات والتسلية أو أي أسباب أخرى دون مشاركتها. مثال: مشاهدة الفيديوهات، وقراءة المدونات، والاستماع إلى البود كاست.
- ٢- المشاركون Participators: الأفراد الذين يشاركون من خلال التفاعل مع المحتوى ومع مستخدمين آخرين، مثل تفاعل الأشخاص مع بعضهم البعض عبر الرسائل النصية، والبريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، ومواقع النقاش، وكذلك مشاركة محتوى مع الآخرين وعمل إعجاب.
- ٣- المصممون/المنتجون Producers: الأفراد الذين ينشئون وينشرون المضامين الإعلامية المتعددة الوسائط على مواقع الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

وتُعد ميمات الإنترنت شكلا من الأشكال الرقمية التي يتم مشاركتها بين الأفراد، فالأفراد لديهم مستويات مختلفة من مشاركة ميمات الإنترنت، ويستهلكها بعض الأفراد دون مشاركتها، ويعلق بعضهم عليها ويشاركها، بينما يصمم بعض الأفراد وينتجون ميمات خاصة بهم معبرين بذلك عن ذاتهم وثقافتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- نظرية الاستخدامات والإشباع

ظهر مدخل الاستخدامات والإشباع في ١٩٤٠ مُشكِّلاً ردة فعل نقدية للنظريات التي تجد أن الجمهور سلبي في استخدامه لوسائل الإعلام، وبدأ الباحثون آنذاك في طرح أسئلة حول كيفية تأثير احتياجات ورغبات الجمهور في برامج وسائل الإعلام (Baran & Davis, ٢٠١٢)، ثم تطورت النظرية على أيدي Katz, Blumer, and Gurevitch (١٩٧٤) عندما درسوا الإشباع الاجتماعي والنفسي المتحققة من تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وتفسير التفاعل بين الجمهور ووسائل الإعلام، وتقتضى وجود جمهور نشط له دوافعه واحتياجاته الخاصة وأسبابه المحددة التي تدفعه للتعرض إلى وسائل الإعلام لتلبية احتياجات معينة، لذا فهي تهدف إلى فهم كيف يستخدم الجمهور الوسائل ويتفاعل معها بشكل انتقائي، بالإضافة إلى دوافع التعرض لهذه الوسائل (Miller, ٢٠٠٥).

وبحثت دراسات عديدة في استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية، مثل الراديو والتلفزيون، والإشباع التي يسعى الجمهور لتحقيقها من خلال استهلاك هذه الوسائل. وحدد McQuail (١٩٨٣) احتياجات ودوافع الأفراد لاستخدامهم وسائل الإعلام، نذكر منها: جمع المعلومات، والترفيه، والتفاعل وتعزيز العلاقات الاجتماعية، وبناء الهوية الشخصية، والتعبير عن الذات، وفي السنوات الأخيرة، توسعت دائرة البحث من خلال استخدام هذه النظرية لتشمل دراسات وسائل الإعلام الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأن التكنولوجيا مكنت الأشخاص من صنع المحتوى ومشاركته مع الآخرين، وشملت أيضا دوافع إنتاج المحتوى النشط. (Leiser, ٢٠١٩) ووجدت العديد من الدراسات أن الإشباع المتحققة من استهلاك المحتوى والتفاعل معه على الإنترنت تتمركز في جمع المعلومات، والتعرف على أنفسهم وعن الآخرين بشكل أكبر، والترفيه، كالاسترخاء والمتعة والهروب من الحياة اليومية، وغيرها من الإشباع (Shao, ٢٠٠٩)، كما ينشئ الأشخاص محتوى للتعبير عن نواتهم ومشاعرهم وآرائهم ومشاركته مع الآخرين (Meyers, ٢٠١٢).

ووجدت الدراسات المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي أن الأشخاص يشعرون بالرضا عندما يتفاعل الآخرون مع محتوى من إنشائهم كعمل إعجاب، والتعليق عليه، ومشاركته، ويتفاوت هذا الاستخدام من شخص لآخر، ويختلف وفقا للخلفية والمعايير الثقافية السائدة وأعراف المجتمع (قطب والشيخ، ٢٠٢١).

- تطبيق مفهوم المشاركة الرقمية ونظرية الاستخدامات والإشباع على موضوع الدراسة

من خلال استعراض مفهوم المشاركة الرقمية وتطبيقها على ميمات الإنترنت، نرى أن مستخدمي ميمات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي يختلفون في استخداماتهم الرقمية، إذ تتفاوت طبيعة المشاركة، ومجالات

استخدام الأفراد لميمات الإنترنت، والسياق الاجتماعي المستخدم، واتجاهاتهم نحوها باختلاف الأجيال. كما تساعد ميمات الإنترنت الأفراد في تكون هوية الأفراد، وسلوكياتهم، وتعزيز العلاقات الاجتماعية. ويختلف انتشار ميمات الإنترنت وفق قدرة الميم على التكيف مع البيئة الاجتماعية ومدى ارتباطها بالثقافة الشعبية التي تنتشر فيها، فالأفراد قادرون على اختيار محتوى تنافسي للميمات يتناسب مع البيئة الثقافية للمجتمع وذلك لإعادة إنتاجه أو تقليده (Shifman, ٢٠١٢)، ويُعدُّ استخدام نظرية الاستخدامات والإشباعات في هذه الدراسة مهماً؛ إذ تسمح هذه النظرية بدراسة دوافع استخدامات الميمات وأسبابها، وطبيعة مشاركة المرتبطة بها. ويمكن القول إن طبيعة المشاركة ومدى استخدام ميمات الإنترنت يرتبطان بتحقيق عدد من الإشباعات والاتجاهات لدى الأفراد.

الدراسات السابقة

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور رئيسة تتناول: الدراسات التي تناولت نظرية الاستخدامات والإشباعات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، والدراسات التي تناولت ميمات الإنترنت، والدراسات التي تناولت طبيعة المشاركة على الإنترنت، على النحو التالي:

- دراسات تناولت نظرية الاستخدامات والإشباعات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي

تناولت دراسة جمال (٢٠٢٢) الإشباعات المتحققة من استخدام أفراد الأسرة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي. تم تطبيق البحث على عينة من الأسر في الجزائر بلغ عددها (٤٢٥) مفردة. وجدت الدراسة فروقات ذات دلالة إحصائية بين الآباء والأبناء من حيث الإشباعات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وأوضحت النتائج أن الأبناء يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل التسلية، وملء الفراغ، والهروب من روتين الحياة والضغطات الأسرية، بينما يتبادل (٦٤٪) منهم الأفكار والاهتمامات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. كما وجدت الدراسة أن التواصل مع الأهل والأصدقاء يحقق الرضى لدى الكثير من الآباء بنسبة (٦٤.٧٪)، بينما يحقق تصفح مواقع التواصل الاجتماعي الخروج من العزلة الاجتماعية لدى العديد من المبحوثين بنسبة (٤٠.٧٪).

وفي دراسة الشراح (٢٠٢٠) والتي تناولت التعرف على استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها على عينة بلغ عددها (٤٢٠) مفردة من طلبة الجامعة. وجدت الدراسة في أهم نتائجها أن أهم الموضوعات التي يتابعها المبحوثون هي الموضوعات الاجتماعية، بينما وجدت الدراسة أن الترفيه يعد أكثر دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. كما أوضحت الدراسة أن التعرف على الأخبار والأحداث الجارية يُعد أهم الإشباعات المتحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تناولت دراسة غريب (٢٠١٩) رصد وتحليل مضامين الصفحات الرسمية للجامعات المصرية على الفيسبوك ودوافع استخدام الطلاب لهذه الصفحات والإشباع المتحققة لديهم من استخدامها. كانت من أبرز دوافع استخدام الطلاب للفيسبوك هي الدوافع النفعية، مثل التعرف على أخبار الجامعة والحصول على معلومات عنها بسهولة بنسبة (٧٦.٨٪)، وأغراض الدراسة والبحث والامتحانات بنسبة (٦٦.٥٪). أما بالنسبة للدوافع الطقوسية، جاء استخدام الصفحة كنوع من الفضول وحب الاستطلاع بنسبة (٣١.٦٪)، ثم الصداقة والتواصل الاجتماعي مع الزملاء بنسبة (٢٨.٤٪). أما فيما يخص الإشباع المتحققة من استخدام صفحات الجامعة على الفيسبوك، أوضحت نتائج الدراسة تفوق الإشباع المعرفية، مثل التعرف على جديد الجامعة بنسبة (٦٩.٤٪)، تليها إشباع تحقيق الذات، مثل المساعدة في التعبير عن الرأي بنسبة (٢٥.٢٪)، ثم الإشباع الاجتماعي، مثل التواصل مع الآخرين بنسبة (٣٢.٦٪)، وأخيراً إشباع التسلية، مثل التسلية والترفيه بنسبة (٢٤.٨٪).

وإذا نظرنا إلى دراسة Leiser (٢٠١٩) فقد هدفت إلى استكشاف استخدامات وتأثيرات ميمات الإنترنت على المشاركة السياسية في ألمانيا. واعتمدت الدراسة في نتائجها على ثلاث دراسات، إذ تناولت الدراسة الأولى دوافع استخدام الأفراد لميمات الإنترنت عن طريق إجراء مقابلات مع مستخدمي ميمات الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى أن ميمات الإنترنت السياسية تستخدم للتعبير عن الذات، والهوية والاجتماعية، والدوافع الترفيهية. كما أشارت الدراسة إلى أن ميمات الإنترنت تمنح دوراً في زيادة الوعي، وتعزيز الحوار، وتدعم المزيد من الأنشطة السياسية. أما الدراسة الثانية فتناولت المواقف والسلوكيات السياسية لمستخدمي ميمات الإنترنت، وتوصلت الدراسة في أبرز نتائجها إلى أن مستخدمي الميمات السياسية يعتقدون بأنها فعالة وتستخدم في الأنشطة السياسية بشكل تقليدي وغير تقليدي. أخيراً تناولت الدراسة الثالثة تأثير استخدام ميمات الإنترنت السياسية في المستوى الفردي والمشاركة المدنية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج غير حاسمة، ومع ذلك أشارت الدراسة إلى أن التأثير في المبحوثين محتمل جزاءً التعرض للميمات السياسية، الأمر الذي يشير إلى أن التعرض للميمات السياسية بشكل كبير قد يؤدي إلى مشاركة مدنية أكبر.

وفي دراسة Cahya and Triputra (٢٠١٧)، والتي هدفت إلى البحث في الإشباع المتحققة من استخدام ميمات الإنترنت، تحديداً الدافع المعلوماتي، والدافع الترفيهي، والدافع الاجتماعي وتعزيز العلاقات الاجتماعية، ودافع التعبير عن الذات تجاه مشاركة الأفراد لميمات الإنترنت على وسائل التواصل الاجتماعي. أجرى الباحثون دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعة بلغ قوامها (١٠٢) مفردة في إندونيسيا. وجد الباحثون أن من أهم الدوافع التي تؤثر في مشاركة المبحوثين لميمات على مواقع التواصل الاجتماعي هي التعبير عن الذات وشرح ما بداخلهم، كما توصلت الدراسة إلى أن الترفيه يؤثر في مشاركة الأفراد لميمات الإنترنت. كذلك وجدت الدراسة أن

الدوافع الاجتماعية وتعزيز العلاقات الاجتماعية، والدافع المعلوماتي لا يؤثران على مشاركة الأفراد لميمات الإنترنت.

- دراسات تناولت ميمات الإنترنت

دراسة (٢٠٢٠) Kristina, Al Makmun, Habsari, and THOTYBI والتي هدفت إلى استكشاف تجربة جيل الألفية بوصفهم مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، وإلقاء نظرة فاحصة على نمط استخدام ميمات الإنترنت بين الشباب. قامت الدراسة بتحليل محتوى ٥٠ ميم إنترنت تم جمعها من تويتر مع تطبيق استبانة على عينة مكونة من ٢٥ طالب جامعي تراوحت أعمارهم بين ٢٠-٢٣ سنة في إندونيسيا. وتوصلت الدراسة إلى أن ميمات الإنترنت تستخدم في المزح، والاستهزاء، والتهكم، والإغظة، والترهيب، وأشارت النتائج إلى ثقافة الميم المستخدمة من قبل جيل الألفية والتي تشير إلى طريقة فريدة في التعبير عن الأفكار بحرية عن طريق استخدام الشخصيات في أفلام الرسوم المتحركة وغيرها من الصور المعروفة على نطاق واسع بين الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي. وفيما يتعلق باستخدام ميمات الإنترنت، أشار ٣٢٪ من المبحوثين إلى أنهم يستخدمون ميمات الإنترنت للتعبير عن الفكاهة، فيما اتفق ٤٠٪ على استخدام ميمات الإنترنت للتعبير عن الذات، بينما أشار مبحوث واحد إلى استخدام ميمات الإنترنت للتقليد.

أما دراسة (٢٠٢٠) Zulli and zulli فقد هدفت إلى رصد تفاعل المستخدمين وسلوكياتهم في تقليد ونسخ الميمات على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال التحليل النقدي لفيدوهات مستخدمي التيك توك كنص مقلد في حد ذاته. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى أن تقليد ونسخ الميمات على التيك توك تتيح للمستخدمين التفاعل مع الآخرين وتجعلهم يبرزون ثقافتهم الشعبية بصورة واسعة الانتشار، فالخوارزميات في المنصة تصفي المحتوى بناءً على أنماط المشاركة المختلفة وتفضيلات الأشخاص، فتصل الفيديوهات إلى أكبر عدد من الأشخاص المهتمين. كما تؤكد الدراسة على أن منصة التيك توك تتيح للمستخدمين وتشجعهم على التقليد والنسخ ومشاركة الفيديوهات، فالمستخدمون يتفاعلون مع بعضهم البعض أثناء مشاهدة المحتوى ومشاركته، والكثير منهم يقلدون ميمات الإنترنت المشهورة وينشئون مقاطع ثنائية مع مستخدمين آخرين. وتتضمن مقاطع الفيديو سياقات مختلفة، مثل الصحة، والخدمة العامة، ومناقشة الأمور الاجتماعية. ويستفيد مستخدمي التيك توك (كما في يوتيوب وبعض من مواقع التواصل الاجتماعي) من مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة بهم، حيث إن التقليد والنسخ يولدان إنتاج المحتوى وقابلية الانتشار والشهرة بطريقة لا مثيل لها، لذلك هذه الاستراتيجية مفيدة لكل من المنصة ذاتها والمستخدمين. على سبيل المثال، تعد الأغاني المنتشرة بشكل محلي والتي تعكس الثقافة الشعبية مكوناً أساسياً وتُضمَّن في معظم مقاطع الفيديو المنتشرة على التيك توك لدرجة أن المغنين أنفسهم أصبحوا يشاركون الفيديوهات

الخاصة بالجمهور مع جمهورهم، وذلك يشير إلى أن المحاكاة والتقليد هي أساس في المجتمع وتؤثر في الأفراد من خلال نشر سلوكيات مختلفة وتعزيز المشاركة في الأنشطة المدنية.

وفي دراسة (Johann and Bülow ٢٠١٩) تم استهداف التعرف على ميمات الإنترنت التي تناقش القضايا المرتبطة بالسلطة الذكورية تجاه المرأة باللغة العربية، من خلال استخدام الأسلوب النوعي لتحليل شكل ومحتوى بعض من الميمات العربية المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي، تحديداً الفيسبوك وتويتر. وتوصلت الدراسة في أبرز نتائجها إلى أن الميمات مفيدة جداً في نقل المشكلات المتعلقة بقضايا المرأة. من ناحية أخرى، أكدت الدراسة على أن ميمات الإنترنت هي جزء من الثقافة، لذلك يصعب على الأشخاص العاديين استيعاب ميمات الإنترنت العربية لاستخدام العديد من العلامات والعبارات الضمنية التي قد لا يفهمها إلا الأشخاص الذين يتشاركون أو ينتمون لهذه الثقافة. كما وجدت الدراسة أن الغالبية العظمى من ميمات الإنترنت لم تكن مضحكة، وعلى الرغم من ذلك جذبت انتباه القراء، مما يؤكد على سرعة نقل الميمات وانتشارها عبر الإنترنت كجزء من ثقافة مجتمع.

أما دراسة (Ramirez and Church ٢٠١٩)، فقد سعت إلى التعرف على كيفية استخدام الأفراد للميمات ذات الطابع السياسي الشعبي أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ٢٠١٦ واستكشاف الاختلافات في المجموعات ذات الطابع السياسي على الفيسبوك. وقد ركزت الدراسة على تحليل عينة تألفت من ١٠٦ صفحة ذات محتوى خاص بميمات الانتخابات الرئاسية في الفيسبوك. تحديداً، تم تسليط الضوء على المرشحين دونالد ترامب وهيلاري كلينتون (٥٣ صفحة لكل مرشح). وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن ميمات الإنترنت تتيح للمواطنين التعبير عن اتجاهاتهم تجاه المرشحين ومشاركة أفكارهم من خلال إنتاج محتوى ومشاركته والتعليق عليه وتعزيز الصفات الإيجابية للمرشح المفضل والصفات السلبية للمرشح الخصم. إضافة إلى ذلك، أشارت النتائج إلى أن العدد الأكبر لميمات الإنترنت مناهضة لكلينتون وترامب مقابل ميمات الإنترنت الموالية لكلينتون وترامب. كما لم تجد الدراسة صوراً نمطية قائمة على الجندرة لتصوير المرشحين، حيث ركزت صفحات كلينتون على ثروتها، بينما ركزت صفحات ترامب على وعود حملته وتسريحة شعره وملامحه الجسدية.

وإلى جانب ذلك، هدفت دراسة (Sharma ٢٠١٨) إلى فهم المستوى الحالي للوعي بأهمية ميمات الإنترنت في مجال التسويق وإمكانية استخدامها في تسويق العلامات التجارية والإعلان عنها، من خلال إجراء مقابلات مع عينة من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي ومسوقين محترفين في الهند. وجدت النتائج أن المبحوثين يرون أن ميمات الإنترنت تتيح فرصة جيدة وجديدة لتسويق العلامات التجارية على منصات مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك عن طريق استخدام أسلوب الفكاهة لميمات خاصة بفنانين ورياضيين ومشهورين. إضافة إلى ذلك، تُعد ميمات الإنترنت خياراً عصرياً ومثاليًا بالنسبة للعلامات التجارية، إذ يرى بعض من المبحوثين أن استراتيجية استخدام مقاطع من صور

أو فيديوهات لميمات مشهورة أفضل من إنشاء ميمات خاصة بالعلامة التجارية. ومثل أي اتجاه آخر، تحتاج العلامات التجارية إلى انتقاء الميمات المناسبة لتسويقها، واستخدامها بنجاح يعتمد على طريقة مواءمتها مع طبيعة العلامة التجارية.

وتم التركيز على كيفية استخدام ميمات الإنترنت عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا السياسية في دراسة (Kulkarni، ٢٠١٧) إلى جانب فهم تأثير ميمات الإنترنت على الأفراد، وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى أن المبحوثين يستخدمون ميمات الإنترنت للتعليق على فرد، أو فكرة، أو أيديولوجية بطريقة ساخرة، فهم يعدونها مصدرًا للتسلية. كما وجدت الدراسة أن ٦٧٪ من المبحوثين يجدون أن ميمات الإنترنت وسيلة اتصال، بينما يجد ٥٦٪ من المبحوثين أن ميمات الإنترنت تستخدم وسيلة للخطاب السياسي. واستخدمت الدراسة الاستبانة على عينة عشوائية بسيطة قوامها ٥٠ مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الهند. وعلى الرغم من قبول ميمات الإنترنت كوسيلة للتواصل والخطاب السياسي فإن الباحثين وجدوا أن ميمات الإنترنت لا تؤثر في القرارات السياسية للمبحوثين؛ إذ أشار ٨٥٪ منهم أن ميمات الإنترنت لا تؤثر في دعم/ معارضة حزب سياسي، كما يجد ٦٤٪ من المبحوثين أن ميمات الإنترنت لا تؤثر عليهم في القرارات السياسية.

أما في دراسة (Milner، ٢٠١٣)، فقد استهدفت البحث في تناول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي المواضيع المرتبطة بالعرق والجنس على مجموعة من ميمات الإنترنت متعددة الوسائط. واستخدمت الدراسة تحليلًا خطائياً نقدياً على عينة من ميمات الإنترنت متعددة الوسائط في موقع chan٤ وموقع reddit (وهما من مواقع التواصل الاجتماعي) فيما يختص بالعرق والجنس. وتوصلت الدراسة في أبرز نتائجها إلى أن الفكاهة والسخرية هما الخطاب السائد في ميمات الإنترنت. تحديداً، سيطرت ميمات الإنترنت على إظهار المرأة بصورة نمطية، بينما يظهر الرجال، خاصة ذوي البشرة البيضاء، بوصفهم شخصيات مركزية مهيمنة، مسيطرين بذلك على المشهد بشكل تكوري في هذه المواقع. كما وجدت الدراسة أنه يُعبّر عن الفروقات في العرق بين الأشخاص ذوي البشرة البيضاء والسوداء بالاعتماد الشديد على السخرية والنقد، فيما تكاد مشاكل المرأة والأشخاص الملونين تُذكر على استحياء في المواضيع المتعلقة بميمات الإنترنت المتداولة في هذه المواقع.

ودراسة (Knobel and Lankshear، ٢٠٠٧) هدفت إلى كشف الممارسات الاجتماعية المتعلقة بميمات الإنترنت، والتعرف على خصائص ميمات الإنترنت الناجحة والمنتشرة في المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي. اعتمدت الدراسة على منهج المسح، إذ حلّل الباحثون عينة من ميمات الإنترنت الأكثر تداولاً بين الأفراد في مواقع الويب العامة، كما بحثوا في مواقع التواصل الاجتماعي، مثل المدونات وويكيبيديا ومواقع الصور والرسوم المتحركة الشائعة. وقاسوا مدى نجاح ميم الإنترنت بناءً على انتشارها والإشارة إليها في الصحف، أو

التقارير الإخبارية التلفزيونية، أو البرامج الحوارية، أو المجلات العامة، سواء المحلية أو الإقليمية. وقام الباحثون باختيار ما يمثل عينة من ميمات الإنترنت الأكثر نجاحاً وانتشاراً (عددها ١٩). وتوصلت الدراسة إلى أن الفكاهة عنصر أساسي فيما يقارب ٩٠٪ من عينة ميمات الإنترنت (١٧ ميم إنترنت). كما وجد الباحثون أن الميمات تحتوي على سخرية لاذعة لأحداث ثقافية يومية.

- دراسات تناولت طبيعة المشاركة على الإنترنت

في دراسة (Petrova (٢٠٢١)، أجرى الباحثون دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة في روسيا بلغ قوامها (٩٥) مفردة وتتراوح أعمارهم بين ١٧ و ٢١ عاماً. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى أن ٥٤٪ من المبحوثين يتبادلون ميمات محلية وعالمية، ٤٠٪ منهم يتبادلون ميمات محلية فقط، بينما يتبادل ٦٪ منهم ميمات عالمية فقط. وأشارت الدراسة إلى أن اللغة المرئية لميمات الإنترنت تؤثر في تفكير المبحوثين والثقافة الرقمية الخاصة بهم، إذ أفاد ٤٣٪ منهم بأنهم ينشرون أكثر من خمس ميمات إنترنت في اليوم، و ٤٤٪ منهم ينشرون مرة واحدة في اليوم، بينما ١٣٪ منهم لم يسبق لهم مشاركة ميمات الإنترنت مع الآخرين. ووجدت الدراسة أن السبب الرئيس وراء استخدام المستجيبين للغة الميمية هو ابتهاجهم أو إضفاء الابتسامة أو الضحك عليهم (٧٣.٧٪)، استخدام لغة لاستبدال الكلمات وإظهار المشاركة في المحادثة (٩.٥٪)، وأسباب أخرى (١٦.٨٪). لذلك فإن ميمات الإنترنت لا تغير فقط لغة الكلمات والتعبيرات المنقولة إلى صورة، بل تُستخدم أيضاً أداةً كوميدية باستخدام التواصل المرئي.

وفي دراسة (Park (٢٠٢٠) التي سعت إلى التعرف على السياق الذي يستخدم فيه الأفراد ميمات الإنترنت في محادثاتهم اليومية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها، من خلال إجراء مقابلات شخصية مع عينة من مستخدمي ميمات الإنترنت بلغ عددهم ١٧ مبحوثاً. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن معظم المبحوثين يستهلكون وينشرون ميمات الإنترنت، بينما يُنشئ ٣٥٪ من المبحوثين ميمات وينشرونها على مواقع التواصل الاجتماعي. كما يشارك ٩٤٪ من المبحوثين ميمات الإنترنت مع أصدقائهم المقربين، في حين أفاد ٣٥٪ منهم بإرسالها إلى زملائهم والأصدقاء غير المقربين. وأشارت الدراسة إلى أن الأفراد يستخدمون ميمات الإنترنت لتعزيز العلاقات الاجتماعية مع الأصدقاء المقربين أولاً، ثم الأصدقاء العاديين، ثم الأهل والأقارب، ثم للتواصل مع الآخرين. إضافة إلى ذلك، وجدت الدراسة أن المبحوثين يعبرون عن ذاتهم عند إنشاء ميمات الإنترنت وتعديلها ونشرها، ونقل الكثير من الأنواع التعبيرية والمشاعر المختلفة، مثل السعادة، والغضب، والحزن، والتوتر، والإحباط، والصدمة. كذلك تستخدم ميمات الإنترنت في كثير من الأحيان للتواصل حول الأحداث التي حدثت بين مجموعة من الأصدقاء بطريقة سهلة وجذابة عوضاً عن الشرح الطويل. وأخيراً عبّر المشاركون عن مشاعرهم تجاه ميمات

الإنترنت، حيث أفاد ٣٥٪ منهم أنهم لم يملوا بتجارب سلبية باستخدام الميمات فهي بالنسبة لهم إيجابية ومضحكة، في حين ذكر بعضهم أن ميمات الإنترنت تنطوي على مواضيع سلبية، مثل النكات والصور النمطية للمجموعات العرقية.

كما تناولت دراسة (Miltner ٢٠١٤) التركيز على رصد وتحليل واحدة من أهم الميمات الشعبية المنتشرة بين الأفراد في الولايات المتحدة الأمريكية وعلى مستوى العالم وهي اللولكات LOLCats أو القط الميمي، التي تتضمن استخدام صور لقطط مصحوبة بتعليقات بها أخطاء إملائية (لول "LOL" ترمز إلى الضحك بصوت عالٍ)، واستخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي. قامت الباحثة بإجراء ٦ مجموعات تركيز (focus groups) مع بعض من مستخدمي ميمات الإنترنت الذين ينشئون اللولكات ويستهلكونها ويشاركونها على مواقع التواصل الاجتماعي. وتراوحت أعمار المبحوثين من ٢١ إلى ٧٢ عامًا (٨٦٪ منهم من الفئة العمرية ٣٠ عامًا أو أقل) بنسبة ٤٧٪ للنساء و٥٣٪ للرجال. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن ٦٣٪ من المبحوثين هم من المنتجين لميمات اللولكات إذ ينشئونها وينشرونها، بينما ٢٥٪ من المبحوثين يستهلكون ميمات اللولكات وينشرونها على مواقع التواصل الاجتماعي. إضافة إلى ذلك، وجدت الدراسة أن اللولكات تُستخدم من أجل التواصل بين المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي فهي تشبع حاجتهم في التواصل الاجتماعي ولها أدوار اجتماعية متنوعة ومعقدة. كما يشعر المبحوثون بالاستمتاع عند استخدام ميمات اللولكات فهي وسيلة من وسائل التسلية. وبالنسبة للمبحوثين، فيرى أغلبهم أن ميمات اللولكات ما هي إلا أسلوب حياة، فهي تتناسب مع المشهد الثقافي للكثير من المستخدمين عبر الإنترنت وتمكن المبحوثين من التعبير عن مشاعرهم وآرائهم بطريقة مضحكة لن يفهمها سوى المنغمسين في الثقافة الرقمية.

وفي دراسة (Shifman ٢٠١٢) تم الكشف عن السمات المشتركة لميمات الفيديو، من خلال تحليل عينة من "الفيديوهات الميمية" (٣٠ فيديو) على موقع اليوتيوب. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى تركيز الفيديوهات على: الفكاهة سمة رئيسة في معظم سياقات الميم (ارتبط ما لا يقل عن ٢٥ فيديو بالفكاهة)، والتركيز على الأفراد العاديين، والبساطة (احتوى ٢٦ فيديو على مواضيع وأفكار بسيطة)، والتكرار (تكرار نفس المقطع في الفيديو)، والمحتوى الغريب (عدم وجود محتوى ملموس)، وظهور الرجال بدور الشخصيات الرئيسية أكثر من المرأة، وفي كثير من الحالات شخصيات وحيدة (٢٤ فيديو من أصل ٣٠ فيديو). إضافة إلى ذلك، أشارت نتائج الدراسة إلى أن بعض ميمات الفيديو في العينة تشجع على القولية، والعنصرية، والتمييز، وارتبطت الكثير منها بالمجموعات الأغلبية على حساب المجموعات الأقلية، مثل المرأة وذوي البشرة السوداء. كما استنتجت الدراسة من خلال تحليل

الفيديوهات أن صانعي ميمات الفيديو هم في الأساس ينتجون إنتاجًا ثقافيًا بالإمكانيات الجديدة للويب ٢.٠ وهم بذلك يبنون ذواتهم ويبرزونها بصورة مبتكرة وعصرية.

- التعليق على الدراسات السابقة

١- تناولت دراسات عديدة، مثل جمال (٢٠٢٢)، والشرح (٢٠٢٠)، وغريب (٢٠١٩) الاستخدامات والإشباع المتحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مثل الترفيه، وتبادل المعلومات، والتواصل مع الآخرين.

٢- يُلاحظ بوجه عام أن أغلب الدراسات الأجنبية التي أُجريت تناولت استخدامات المبحوثين لميمات الإنترنت، كما تناولت دراسات أخرى تأثير مشاركة المبحوثين لميمات الإنترنت في مواقع التواصل الاجتماعي في دول متعددة، مثل روسيا (Petrova, ٢٠٢١)، وإندونيسيا (Kristina et al., ٢٠٢٠)، والولايات المتحدة الأمريكية (Park, ٢٠٢٠)، وألمانيا (Leiser, ٢٠١٩)، والهند (Kulkarni, ٢٠١٧)، وغيرها من الدول، بينما توجد ندرة في تناول موضوع ميمات الإنترنت بين الأشخاص في الدراسات العربية، تحديدًا في المملكة العربية السعودية.

٣- بالنسبة لطبيعة مشاركة الميمات، ركزت أغلب الدراسات على المشاركة دون الاستهلاك أو الإنتاج. على سبيل المثال، تناولت دراسة Cahya and Triputra (٢٠١٧) البحث على عينة من شباب وشابات الجامعة في إندونيسيا وناقشت ميمات الإنترنت من خلال المشاركة فقط دون دراسة طبيعة استخدام الأفراد لميمات الإنترنت كمستهلكين أو منتجين.

٤- تناولت بعض الدراسات السابقة السياق الذي يستخدم فيه الأشخاص ميمات الإنترنت (Park, ٢٠٢٠) والإشباع المتحققة من ميمات الإنترنت كالتعبير عن الذات، والترفيه، وتعزيز العلاقات الاجتماعية (Leiser, ٢٠١٧; Cahya & Triputra, ٢٠١٩).

٥- استخدمت أغلب الدراسات المنهج الوصفي، أداة الاستبانة وتحليل المحتوى، كما استخدمت دراسات أخرى المنهج النوعي، كالمقابلات الشخصية.

٦- ركزت معظم الأبحاث على الأجيال الرقمية من فئة الشباب، مثل جيل الألفية وجيل زد، في حين تتناول الدراسة الحالية البحث في مختلف الأجيال.

وقد أفادت الدراسات السابقة الدراسة الحالية من خلال تحديد المشكلة البحثية، وتحديد المداخل النظرية، ووضع تساؤلات البحث والفرضيات، بما يتناسب مع الموضوع وسياقه إلى جانب اختيار عينة الدراسة والمتمثلة في الأفراد بالمملكة العربية السعودية بمختلف المتغيرات الديموغرافية.

منهجية الدراسة

تستخدم هذه الدراسة البحوث الوصفية التي تُمكن الباحثين من جمع معلومات مرتبطة بالظاهرة المراد دراستها، وذلك بغرض السؤال عن معتقدات ومواقف وسلوكيات المستجيبين ومجتمع الدراسة (Frey, Botan, & Kerps, ٢٠٠٠). واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي والتحليلي باستخدام استمارة الاستبان، إذ قامت الباحثة بتصميم استمارة حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، عبر مجموعة متنوعة من الأسئلة المغلقة والمقاييس المختلفة.

- مجتمع وعينة الدراسة

يتحدد مجتمع الدراسة في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين يتعرضون لميمات الإنترنت بمختلف الأجيال في المملكة العربية السعودية. واعتمدت الدراسة على عينة قصدية بتطبيق أسلوب عينة كرة الثلج للوصول للمستجيبين نظرًا لصعوبة الحصر الشامل لمجتمع الدراسة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين يتعرضون لميمات الإنترنت في المملكة. أُجريت الدراسة وتطبيقها خلال شهري يناير وفبراير لعام ٢٠٢٢.

- مقاييس الدراسة

اشتملت الاستبانة على خمسة محاور، المحور الأول سُئل المبحوثون عن استخدامات ميمات الإنترنت وتضمنت (مدى تعرض المبحوثين لميمات الإنترنت، ومجالات ميمات الإنترنت، وأنواع ميمات الإنترنت، وطبيعة المشاركة لميمات الإنترنت). وقبل توجيه المبحوثين للمحور الثاني، سُئلوا عن مشاركتهم/ إنتاجهم لميمات الإنترنت مع الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي، وفي حالة الإجابة بـ"نعم"، ينتقلون إلى المحور الثاني الذي تضمن سؤالاً مرتبطاً بالشهرة المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي (مقياس الشهرة)، وسؤالين ذي علاقة بالسياق الاجتماعي المرتبط بمشاركة ميمات الإنترنت (مقياس مشاركة الإنترنت مع الأفراد ومقياس محددات الأفراد عند نشر ميمات الإنترنت)، ثم توجيه المبحوثين للمحور الثالث. أما في حالة الإجابة بـ"لا" (استهلاك ميمات الإنترنت)، فيتجاوزون هذا المحور وينتقلون إلى المحور الثالث من الاستبانة.

جدول ١. مشاركة ميمات الإنترنت مع الآخرين.

هل تشارك ميمات الإنترنت مع الآخرين؟	ك	%
نعم	٣٣٠	٨٢.٥
لا	٧٠	١٧.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠.٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى مشاركة المبحوثين ميمات الإنترنت مع الآخرين؛ فذكروا في المقدمة "نعم" بنسبة (٨٢.٥٪) وعددهم ٣٣٠ مفردة، ثم "لا" بنسبة (١٧.٥٪).

أمّا المحور الثالث من الاستبانة، فاشتمل على محور الإشباع المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي والذي تضمن مقياس الترفيه، والتعبير عن الذات، وتعزيز العلاقات الاجتماعية. ثم المحور الرابع واشتمل على مقياس الاتجاهات نحو ميمات الإنترنت. وأخيرا المحور الخامس الذي اشتمل على البيانات الديموغرافية (النوع، والفئات العمرية وفقا للأجيال، والمستوى التعليمي).

- اختبارات الصدق والثبات

ثبتت صلاحية استمارة الاستبانة في جمع البيانات من خلال إجراء اختبائي الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

- اختبار الصدق (Validity)

قيس صدق الاستبانة عن طريق عرضها على أربعة محكمين من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في الاتصال والإعلام وإجراء بعض التعديلات على الاستبانة وفق آراء المحكمين.

- اختبار الثبات (Reliability)

طُبِقَ اختبار الثبات بعد تحكيم استمارة الاستبانة ووصل إلى ٩٤.٣٪، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

- التحليل الإحصائي للبيانات

استعانت الباحثة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ فأكثر، عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

- الاختبارات الإحصائية المستخدمة:
- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم ANOVA
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

المصطلحات والتعريفات الإجرائية

ساعد مفهوم المشاركة الرقمية ونظرية الاستخدامات والإشباعات الباحثة في تشكيل مفاهيم الدراسة وتحديد المفاهيم المرتبطة بالدراسة وتعريفها، على النحو الآتي:

- ١- مجالات ميمات الإنترنت: يقصد بها موضوعات ميمات الإنترنت التي يتعرض لها المستخدمون من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (المجالات التعليمية، والاقتصادية، والمهنية، والأسرية، والصحية، والرياضية، والترفيهية والإلكترونية).
- ٢- أنواع ميمات الإنترنت: يندرج تحتها ميمات الإنترنت المحلية، والعربية، والأجنبية (مكتوبة باللغة العربية - الإنجليزية).
- ٣- مستخدمو ميمات الإنترنت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية: يقصد بهم الأفراد الذين يستخدمون ميمات الإنترنت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية.
- ٤- طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت: يقصد بها درجة مشاركة الأفراد لميمات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي (الاستهلاك، والمشاركة، والإنتاج).
- ٥- الإشباعات المتحققة من استخدام ميمات الإنترنت: قامت الباحثة بتحديد تلك الإشباعات كالتالي: الشهرة: يقصد بها تصميم أو مشاركة ميمات الإنترنت بغرض الشهرة وجذب الانتباه لمحتوى الفرد على مواقع التواصل الاجتماعي حتى ينال إعجاب المستخدمين، أو التعليق، أو مشاركة المحتوى.
- التعبير عن الذات: هو تعبير الفرد عن الأفكار، أو المشاعر، أو المواقف، أو الاهتمامات، أو الدوافع من خلال التعرض لميمات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي سواء كان مستهلكا، أو مشاركا، أو مصمماً.
- الترفيه: يقصد به الإشباعات المتحققة من ميمات الإنترنت للتسلية، والاستمتاع، وقضاء وقت الفراغ دون الشعور بالملل.

تعزيز العلاقات الاجتماعية: تساعد ميمات الإنترنت الأشخاص على التواصل والمناقشة مع الآخرين بفاعلية، وتعزز الانتماء للمجتمع.

٦- السياق الاجتماعي المرتبط بمشاركة ميمات الإنترنت: يقصد به مدى مشاركة ميمات الإنترنت مع الأفراد الآخرين (كالأهل والأصدقاء)، والتعرف على أهم محددات الأفراد عند نشر ميمات الإنترنت (كملاءمتها للحدث وارتباطها بعادات وتقاليد المجتمع).

٧- الاتجاهات نحو ميمات الإنترنت: يقصد بها كيف يرى الأفراد ميمات الإنترنت، من ناحية صدق المعلومات، ومناقشتها لقضايا ومشاكل المجتمع، ونقلها للثقافة المحلية للأفراد.

٨- الفئات العمرية تبعاً لتصنيف الأجيال: وفقاً لمركز الأبحاث الأمريكي Center Pew Research، يُصنّف الأفراد إلى أجيال تبعاً لدورة الحياة العمرية وبناءً على اختلاف خبراتهم (مثل الأحداث العالمية، والتحويلات التكنولوجية، والاقتصادية، والاجتماعية)، فكل فئة تتمتع بمهارات والتي تؤثر في طريقة فهمهم ووجهات نظرهم تجاه قضية معينة، فنرى أن الأجيال الشابة تختلف وجهات نظرها عن الكبار في السن (Defining generations, ٢٠١٩)، وتُصنّف الأجيال كالاتي:

جيل زد Z

يقصد بهم الأشخاص الذين ولدوا من ١٩٩٧م إلى نهاية عام ٢٠١٢م، وتتراوح أعمارهم حالياً من ١٠ إلى أقل من ٢٦، ويتصف بأنه جيل خبير في التكنولوجيا، فهم ولدوا خلال فترة النمو الرقمي السريع، ووجدوا أنفسهم داخل عالم تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، مشكلين صداقات وعلاقات اجتماعية داخل هذه التطبيقات (Barr, ٢٠٢٢).

جيل واي Y (الألفية Millennium)

يقصد بهم الأشخاص الذين ولدوا من عام ١٩٨١م إلى نهاية عام ١٩٩٦م، وتتراوح أعمارهم حالياً من ٢٦ إلى أقل من ٤٢، ويعرف هذا الجيل بأنهم بارعون في التعامل مع التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي.

جيل إكس X

يقصد بهم الأشخاص الذين ولدوا من عام ١٩٦٥م إلى نهاية عام ١٩٨٠م، وتتراوح أعمارهم حالياً من ٤٢ إلى أقل من ٥٨.

جيل الطفرة Baby Boomers

يقصد بهم الأشخاص الذين ولدوا من عام ١٩٤٦م إلى نهاية ١٩٦٤م، وتتراوح أعمارهم حاليا من ٥٨ وما فوق.

وتساعد تصنيفات الأجيال الباحثين في التعمق ودراسة الاختلافات في استخدامات ومشاركات الأفراد من الأجيال المختلفة للتكنولوجيا الرقمية وتأثيرها في التفاعل الاجتماعي للأجيال، ومن بينها دراسة طبيعة المشاركة الرقمية لميمات الإنترنت، حيث وجد Pauliks (٢٠٢٠) أن طبيعة مشاركة الميم ترتبط بشكل أساسي بجيل الألفية وجيل زد.

تحليل الدراسة

- خصائص العينة

جدول ٢. الخصائص الديموغرافية.

الإجمالي		البيانات الشخصية	
%	ك		
٢٤.٥	٩٨	نكر	النوع
٧٥.٥	٣٠٢	أنثى	
١٠٠.٠	٤٠٠	الإجمالي	
٤٢.٥	١٧٠	جيل زد Z ١٠-أقل من ٢٦	العمر وفق تصنيفات الأجيال
٢٢.٨	٩١	جيل الألفية Y ٢٦-أقل من ٤٢	
٢٤.٨	٩٩	جيل إكس X ٤٢-أقل من ٥٨	
١٠.٠	٤٠	جيل الطفرة ٥٨ وما فوق	
١٠٠.٠	٤٠٠	الإجمالي	
١.٥	٦	متوسط	المستوى التعليمي
٥.٠	٢٠	ثانوي	
٧١.٣	٢٨٥	جامعي	

الإجمالي		البيانات الشخصية
%	ك	
٢٢.٣	٨٩	دراسات عليا
١٠٠.٠	٤٠٠	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة؛ حول النوع، بلغت نسبة الذكور (٢٤.٥%) في مقابل (٧٥.٥%) للإناث. وحول العمر وفق تصنيفات الأجيال، كان أغلب المبحوثين ممن تتراوح أعمارهم بين ١٠ و ٢٦ عامًا، جيل زد، بنسبة (٤٢.٥%)، يليهم من تتراوح أعمارهم بين ٤٢ وأقل من ٤٥ عامًا، جيل إكس، بنسبة (٢٤.٨%)، وأخيرًا من تزيد أعمارهم عن ٥٨ عامًا، جيل الطفرة، بنسبة (١٠%). وبالنسبة للمستوى التعليمي، كان أغلب المبحوثين جامعيين بنسبة (٧١.٣%)، ثم حاصلين على دراسات عليا بنسبة (٢٢.٣%)، وأخيرًا حاصلين على تعليم ثانوي بنسبة (٥%).

- تساؤلات الدراسة

١- معدل تعرض المبحوثين لميمات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول ٣. مدى تعرض المبحوثين لميمات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي.

%	ك	مدى تعرض المبحوثين لميمات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي
٦١.٢٥	٢٤٥	دائمًا
٣٥.٧٥	١٤٣	أحيانًا
٣	١٢	نادرًا
١٠٠.٠	٤٠٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى تعرض المبحوثين لميمات الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا في المقدمة "دائمًا" بنسبة (٦١.٢٥%)، ثم "أحيانًا" بنسبة (٣٥.٧٥%)، وأخيرًا "نادرًا" بنسبة (٣%).

٢- مجالات ميمات الإنترنت التي يتعرض لها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول ٤. مجالات ميمات الإنترنت التي يتعرض لها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي.

%	ك	مجالات ميمات الإنترنت التي يتعرض لها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي
٧٠.٨	٢٨٣	المجلات الترفيهية والإلكترونية
٣٩.٥	١٥٨	المجالات الأسرية
٣٦.٨	١٤٧	المجالات الصحية

٣٥.٠	١٤٠	المجالات التعليمية
٢٦.٣	١٠٥	المجالات الرياضية
١٩.٨	٧٩	المجالات المهنية
١٨.٠	٧٢	المجالات الاقتصادية
٤٠٠		الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق تنوع مجالات ميّات الإنترنت التي تُشكل موضع اهتمام الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي، تصدرها "المجالات الترفيهية والإلكترونية" بنسبة (٧٠.٨٪)، ثم "المجالات الأسرية" بنسبة (٣٩.٥٪)، وأخيراً "المجالات الاقتصادية" بنسبة (١٨٪).

٣- أنواع ميّات الإنترنت التي يتعرض لها الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول ٥. أنواع ميّات الإنترنت التي يتعرض لها الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي.

%	ك	أنواع ميّات الإنترنت التي يتعرض لها الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي
٧٣.٣	٢٩٣	الميّات المحلية
٧٤.٣	٢٩٧	الميّات العربية
٦٣.٣	٢٥٣	الميّات العالمية (مكتوبة باللغة العربية)
٣٦.٠	١٤٤	الميّات العالمية (مكتوبة باللغة الإنجليزية)
٤٠٠		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنواع ميّات الإنترنت من فيديوهات/ صور ساكنة/ صور متحركة وغيرها التي يتعرض لها الباحثون من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؛ فكانت في المقدمة "الميّات العربية" بنسبة (٧٤.٣٪)، تليها مباشرة "الميّات المحلية" بنسبة (٧٣.٣٪)، ثم "الميّات العالمية المكتوبة باللغة العربية" بنسبة (٦٣.٣٪)، وأخيراً "الميّات العالمية المكتوبة باللغة الإنجليزية" بنسبة (٣٦٪).

٤- طبيعة المشاركة الرقمية لميّات الإنترنت لدى الباحثين.

جدول ٦. طبيعة المشاركة الرقمية لميّات الإنترنت التي يقوم بها الباحثون.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	أبداً		نادراً		أحياناً		غالباً		دائماً		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧٤.٠	١.١٦٣	٣.٧٠	٣.٣	١٣	١٤.٠	٥٦	٢٥.٣	١٠١	٢٤.٣	٩٧	٣٣.٣	١٣٣	أقوم بمشاركة ميّات الإنترنت مع الآخرين (مشاركة الميّات)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	أبداً		نادراً		أحياناً		غالباً		دائماً		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧٢.٦	١.١٢	٣.٦٣	٦.٠	٢٤	٧.٢	٢٩	٣٠.٥	١٢٢	٣٠.٥	١٢٢	٢٥.٨	١٠.٣	أقوم بمتابعة ميمات الإنترنت (استهلاك الميمات)
٣٧.٦	١.١٩٦	١.٨٨	٥٢.٥	٢١.٠	٢٥.٥	١٠.٢	١١.٣	٤٥	٣.٣	١٣	٧.٥	٣.٠	أقوم بتصميم ميمات الإنترنت (إنتاج الميمات)
			٦١.٤				الوزن النسبي		٣.٠٤٣				المتوسط

تشير بيانات الجدول السابق إلى طبيعة المشاركة الرقمية لميمات الإنترنت التي يقوم بها المبحوثون؛ فذكروا في المقدمة "أقوم بمشاركة ميمات الإنترنت مع الآخرين" بنسبة (٧٤٪)، ثم "أقوم بمتابعة ميمات الإنترنت" بنسبة (٧٢.٦٪)، وأخيراً "أقوم بتصميم ميمات الإنترنت" بنسبة (٣٧.٦٪).

٥- الإشباع المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت لدى المبحوثين.

أولاً: الإشباع المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت لدى المبحوثين (الشهرة)

جدول ٧. الإشباع المتعلقة بالشهرة.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	أبداً		نادراً		أحياناً		غالباً		دائماً		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٩.٦	١.٨٤٥	٢.٩٨	١٢.٧	٤٢	٧.٦	٢٥	٢٠.٣	٦٧	٢٥.٢	٨٣	٣٤.٢	١١٣	أكون سعيداً عندما يعلق شخص على محتوى ميم شاركته على مواقع التواصل الاجتماعي
٤٣.٢	١.٥٩٦	٢.١٦	٢٧.٠	٨٩	٢٥.٢	٨٣	٢٠.٦	٦٨	١٣.٣	٤٤	١٣.٩	٤٦	أحرص على زيادة مشاركة الأشخاص للمحتوى الخاص بي على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق إرسال ونشر/ تصميم ميمات الإنترنت
٣٩.٢	١.٤٩١	١.٩٦	٣٣.٠	١٠٩	٢٧.٩	٩٢	١٥.٥	٥١	١٥.٥	٥١	٨.٢	٢٧	أحرص على زيادة عدد الإعجابات الخاصة بي على

العبارة	دائمًا		غالبًا		أحيانًا		نادرًا		أبداً		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق إرسال ونشر/ تصميم ميمات الإنترنت													
المتوسط	٢.٣٦٦										٤٧.٣٣		الوزن النسبي

بالنسبة للشهرة، قام بالإجابة على هذا السؤال المبحوثون ممن يشاركون وينتجون الميمات، والذين بلغ عددهم ٣٣٠، دون أن يتوجه هذا السؤال لمستهلكي الميمات، وتوضح بيانات الجدول السابق تنوع الإشباعات المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت والمرتبطة بالشهرة؛ تنصدها "أكون سعيدا عندما يعلق شخص على محتوى ميم شاركته على مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة (٥٩.٦٪)، ثم "أحرص على زيادة مشاركة الأشخاص للمحتوى الخاص بي على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق إرسال ونشر/ تصميم ميمات الإنترنت" بنسبة (٤٣.٢٪)، وأخيراً "أحرص على زيادة عدد الإعجابات الخاصة بي على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق إرسال ونشر/ تصميم ميمات الإنترنت" بنسبة (٣٩.٢٪).

ثانياً: الإشباعات المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت لدى المبحوثين (التعبير عن الذات)

جدول ٨. الإشباعات المتعلقة بالتعبير عن الذات.

العبارة	دائمًا		غالبًا		أحيانًا		نادرًا		أبداً		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
المعلومات التي تقدمها ميمات الإنترنت تتلاقى مع مشاعري- مثل الحزن والسعادة	١٢٢	٣٠.٥	١٣٦	٣٤.٠	٩٩	٢٤.٨	٢٧	٦.٨	١٦	٤.٠	٣.٨٠	١.٠٧١	٧٦.٠
تشعري ميمات الإنترنت بحرية التعبير	١٢٤	٣١.٠	١١١	٢٧.٨	٩٩	٢٤.٨	٤١	١٠.٣	٢٥	٦.٣	٣.٦٧	١.١٩٤	٧٣.٤
أشعر بأن ميمات الإنترنت تتلاءم مع اهتماماتي	٨٣	٢٠.٨	١٢٠	٣٠.٠	١٢٩	٣٢.٣	٤٢	١٠.٥	٢٦	٦.٥	٣.٤٨	١.١٢٦	٦٩.٦
أشعر بأن ميمات الإنترنت لا تعبر عن نفسي	٣٤	٨.٥	٦٤	١٦.٠	١٤٠	٣٥.٠	١١٣	٢٨.٢	٤٩	١٢.٣	٢.٨٠	١.١١٢	٥٦.٠
المتوسط	٣.٤٣٧										٦٨.٧٥٪		الوزن النسبي

توضح بيانات الجدول السابق تنوع الإشباعات المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت والمرتبطة بالتعبير عن الذات من وجهة نظر المبحوثين؛ تنصدها "المعلومات التي تقدمها ميمات الإنترنت تتلاقى مع مشاعري-

مثل الحزن والسعادة" بنسبة (٧٦٪)، ثم "تشعري ميمات الإنترنت بحرية التعبير" بنسبة (٧٣.٤٪)، وأخيراً "أشعر بأن ميمات الإنترنت لا تعبر عن نفسي" بنسبة (٥٦٪).

ثالثاً: الإشباع المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت لدى المبحوثين (الترفيه)

جدول ٩. الإشباع المتعلقة بالترفيه.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	أبداً		نادراً		أحياناً		غالباً		دائماً		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨٣.٨	٠.٩٧٤	٤.١٩	٢.٥	١٠	٢.٣	٩	١٨.٠	٧٢	٢٨.٧	١١٥	٤٨.٥	١٩٤	تشعري ميمات الإنترنت بالتسلية
٧٧.٠	١.٠٨٣	٣.٨٥	٤.٣	١٧	٥.٨	٢٣	٢٤.٠	٩٦	٣٢.٣	١٢٩	٣٣.٨	١٣٥	تشعري ميمات الإنترنت بالاستمتاع
٦٦.٢	١.٣٤٥	٣.٣١	١٢.٣	٤٩	١٧.٠	٦٨	٢٣.٨	٩٥	٢١.٣	٨٥	٢٥.٨	١٠٣	تقوم ميمات الإنترنت بشغل أوقات فراغي
											٣.٧	المتوسط	
											٧٥.٧	الوزن النسبي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الإشباع المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت والمرتبطة بالترفيه وجهة نظر المبحوثين، فذكروا في المقدمة "تشعري ميمات الإنترنت بالتسلية" بنسبة (٨٣.٨٪)، ثم "تشعري ميمات الإنترنت بالاستمتاع" بنسبة (٧٧٪)، وأخيراً "تقوم ميمات الإنترنت بشغل أوقات فراغي" بنسبة (٦٦.٢٪).

رابعاً: الإشباع المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت لدى المبحوثين (تعزيز العلاقات الاجتماعية)

جدول ١٠. الإشباع المتعلقة بتعزيز العلاقات الاجتماعية.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	أبداً		نادراً		أحياناً		غالباً		دائماً		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧٠.٢	١.٣٥٦	٣.٥١	١١.٣	٤٥	١٥.٣	٦١	١٥.٠	٦٠	٢٨.٢	١١٣	٣٠.٣	١٢١	تقيني ميمات الإنترنت على اتصال مع الأشخاص الذين أعرفهم
٦٧.٠	١.٣٥٥	٣.٣٥	١٣.٨	٥٥	١٤.٢	٥٧	٢٠.٣	٨١	٢٧.٠	١٠٨	٢٤.٨	٩٩	تشعري ميمات الإنترنت بأني جزء من المجتمع
٦٥.٦	١.٢٢٧	٣.٢٨	٨.٠	٣٢	٢٠.٥	٨٢	٢٧.٣	١٠٩	٢٣.٨	٩٥	٢٠.٥	٨٢	أشعر أن ميمات الإنترنت تجعلني أعيش تجربة اجتماعية جديدة
٦٤.٨	١.٣٦٢	٣.٢٤	١١.٨	٤٧	٢٢.٨	٩١	٢١.٠	٨٤	١٩.٠	٧٦	٢٥.٥	١٠٢	المعلومات التي تقدمها ميمات الإنترنت تجعلني أطرح موضوعات يمكن أن أناقشها في الحياة الواقعية
											٣.٣٤٥	المتوسط	
											٦٦.٩	الوزن النسبي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الإشباع الناتجة عن مشاركة الميمات فيما يتعلق بالعلاقات الاجتماعية؛ فذكروا في المقدمة "تقبيني ميمات الإنترنت على اتصال مع الأشخاص الذين أعرفهم" بنسبة (٧٠.٢٪)، ثم "تشعري ميمات الإنترنت بأنني جزء من المجتمع" بنسبة (٦٧٪)، وأخيراً "المعلومات التي تقدمها ميمات الإنترنت تجعلني أطرح موضوعات يمكن أن أناقشها في الحياة الواقعية" بنسبة (٦٤.٨٪).

٦- السياق الاجتماعي المرتبط بمشاركة المبحوثين لميمات الإنترنت.

أولاً: مشاركة الإنترنت مع الأفراد الآخرين

جدول ١١. الأفراد الذين يشارك المبحوثون ميمات الإنترنت معهم.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	أبداً		نادراً		أحياناً		غالباً		دائماً		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧٥.٤	١.٨٨٥	٣.٧٧	٠.٩	٣	٢.١	٧	٧.٩	٢٦	١٧.٠	٥٦	٧٢.١	٢٣٨	الأصدقاء المقربون
٦٩.٠	١.٨٧٧	٣.٤٥	٤.٥	١٥	٣.٩	١٣	١٣.٣	٤٤	٢٥.٢	٨٣	٥٣.٠	١٧٥	الأهل المقربون
٤٩.٢	١.٧١٥	٢.٤٦	١٨.٨	٦٢	٢٢.٤	٧٤	٢٢.١	٧٣	١٤.٨	٤٩	٢١.٨	٧٢	الأهل والأقارب غير المقربين
٤٦.٤	١.٦١٠	٢.٣٢	١٨.٢	٦٠	٢٩.٤	٩٧	٢٠.٩	٦٩	١٦.٤	٥٤	١٥.٢	٥٠	مع الجميع
٤٥.٦	١.٥٦٤	٢.٢٨	١٧.٩	٥٩	٢٨.٥	٩٤	٢٧.٩	٩٢	١١.٥	٣٨	١٤.٢	٤٧	الزملاء غير المقربين

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأفراد الذين يشارك المبحوثون ميمات الإنترنت معهم؛ فذكروا في المقدمة "الأصدقاء المقربون" بنسبة (٧٥.٤٪)، ثم "الأهل المقربون" بنسبة (٦٩٪)، وأخيراً "الزملاء غير المقربين" بنسبة (٤٥.٦٪).

ثانياً: محددات نشر الميمات التي يشارك المبحوثون وفقها الميمات مع الآخرين

جدول ١٢. محددات نشر الميمات التي يشارك المبحوثون وفقها الميمات مع الآخرين.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	أبداً		نادراً		أحياناً		غالباً		دائماً		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧٤.٦	١.٨٢٢	٣.٧٣	٠.٠	-	-	-	٩.١	٣٠	٢٩.٤	٩٧	٦١.٥	٢٠٣	ملاءمتها للحدث الآتي

العبارة	دائمًا		غالبًا		أحيانًا		نادرًا		أبدًا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
مناسبة فكرة المحتوى للشخص المرسل إليه	١٨٧	٥٦.٧	١٢٠	٣٦.٤	١٩	٥.٨	٤	١.٢	-	٠.٠	٣.٧٠	١.٨٠٩	٧٤.٠
مدى ارتباطها بالأمر المشتركة بيني وبين الشخص المرسل إليه	١٦٧	٥٠.٦	١٢٦	٣٨.٢	٣٣	١٠.٠	٢	٠.٦	٢	٠.٦	٣.٦١	١.٧٩٥	٧٢.٢
أضع في اعتياري العادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع	١٥٥	٤٧.٠	٨٢	٢٤.٨	٤١	١٢.٤	٣٤	١٠.٣	١٨	٥.٥	٣.٢٨	١.٨٧٨	٦٥.٦

تشير بيانات الجدول السابق إلى محددات نشر الميمات التي يشارك المبحوثون وفقها الميمات مع الآخرين؛ فذكروا في المقدمة "ملاءمتها للحدث الآني" بنسبة (٧٤.٦٪) ، ثم "مناسبة فكرة المحتوى للشخص المرسل إليه" بنسبة (٧٤٪) ، وأخيرًا "أضع في اعتياري العادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع" بنسبة (٦٥.٦٪).

٦- اتجاهات المبحوثين نحو ميمات الإنترنت

جدول ١٣. اتجاهات المبحوثين نحو ميمات الإنترنت.

العبارة	دائمًا		غالبًا		أحيانًا		نادرًا		أبدًا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
تتقد ميمات الإنترنت الأمور بطريقة فكاهية	١٦٧	٤١.٨	١٤٣	٣٥.٨	٧٤	١٨.٥	١٠	٢.٥	٦	١.٥	٤.١٤	٠.٩٠٦	٨٢.٨
تشرح ميمات الإنترنت مواقف الحياة اليومية بطريقة مبسطة	١٢٧	٣١.٨	١٤٠	٣٥.٠	٩٧	٢٤.٣	٢٤	٦.٠	١٢	٣.٠	٣.٨٦	١.٠٢٧	٧٧.٢
تتطوي ميمات الإنترنت على نوع من أنواع السخرية أو التهكم	٨٩	٢٢.٣	١٤٨	٣٧.٠	١٤٧	٣٦.٨	١٠	٢.٥	٦	١.٥	٣.٧٦	٠.٨٧٧	٧٥.٢
تعكس ميمات الإنترنت ثقافة المجتمع	٧٣	١٨.٣	١٣٢	٣٣.٠	١٢٠	٣٠.٠	٥١	١٢.٨	٢٤	٦.٠	٣.٤٥	١.١٠٩	٦٩.٠
تسمح ميمات الإنترنت بمناقشة ونقد القضايا المحلية	٧٤	١٨.٥	١٢١	٣٠.٣	١٣١	٣٢.٨	٣٧	٩.٣	٣٧	٩.٣	٣.٤٠	١.١٦٣	٦٨.٠
المعلومات التي تقدمها ميمات الإنترنت صادقة	٥٣	١٣.٣	٩٧	٢٤.٣	١٨٠	٤٥.٠	٥٨	١٤.٥	١٢	٣.٠	٣.٣٠	٠.٩٧٤	٦٦.٠

العبارة	دائمًا		غالبًا		أحيانًا		نادرًا		أبداً		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تُعَدُّ ميمات الإنترنت صورة من صور التتمر والعنصرية	٣٦	٩.٠	٧٥	١٨.٨	١٨٢	٤٥.٥	٨٥	٢١.٣	٢٢	٥.٥	٣.٠٥	٦١.٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى اتجاهات المبحوثين نحو ميمات الإنترنت؛ فذكروا في المقدمة "تتقد ميمات الإنترنت الأمور بطريقة فكاهية" بنسبة (٨٢.٨٪)، ثم " تشرح ميمات الإنترنت مواقف الحياة اليومية بطريقة مبسطة" بنسبة (٧٧.٢٪)، وأخيراً "تُعَدُّ ميمات الإنترنت صورةً من صور التتمر والعنصرية" بنسبة (٦١٪).

ثالثاً: فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت (إنتاج، ومشاركة، واستهلاك الميمات) والإشباع المتحققة من التعرض للميمات (الشهرة، والتعبير عن الذات، والترفيه، وتعزيز العلاقات الاجتماعية).

جدول ١: مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة للميمات والإشباع المتحققة من التعرض لها.

طبيعة المشاركة	إنتاج الميمات		مشاركة الميمات		استهلاك الميمات	
	معامل ارتباط بيرسون	الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	الدلالة
الشهرة	**٠.٤٨٦	دال	**٠.٥٦٣	دال	-	
التعبير عن الذات	**٠.٤٠٢	دال	**٠.٥٨٥	دال	**٠.٤٧٧	دال
الترفيه	**٠.٤٧٠	دال	**٠.٤٣٩	دال	**٠.٤٣٠	دال
العلاقات الاجتماعية	**٠.٣٠٢	دال	**٠.٣٠٦	دال	**٠.٤٠٨	دال
إجمالي العينة	٤٠٠		٤٠٠		٣٣٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت والإشباع المتحققة منها:

الفرض الفرعي الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت (إنتاج ومشاركة الميمات) والإشباع الخاصة بالشهرة.

فيما يتعلق بالعلاقة بين إنتاج الميمات والشهرة، بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.486^{**}) عند مستوى معنوية دال (0.000)، وفيما يتعلق بالعلاقة بين مشاركة الميمات والشهرة، بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.563^{**}) عند مستوى معنوية دال (0.000).

الفرض الفرعي الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت (إنتاج، ومشاركة، واستهلاك الميمات) والإشباع الخاصة بالتعبير عن الذات.

حول العلاقة بين إنتاج الميمات والتعبير عن الذات، بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.402^{**}) عند مستوى معنوية دال (0.000)، وفيما يتعلق بالعلاقة بين مشاركة الميمات والتعبير عن الذات، بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.585^{**}) عند مستوى معنوية دال (0.000)، أما حول العلاقة بين استهلاك الميمات والتعبير عن الذات، فقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.477^{**}) عند مستوى معنوية دال (0.000).

الفرض الفرعي الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت (إنتاج، ومشاركة، واستهلاك الميمات) والإشباع الخاصة بالترفيه.

حول العلاقة بين إنتاج الميمات والترفيه، بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.470^{**}) عند مستوى معنوية دال (0.000)، وفيما يتعلق بالعلاقة بين مشاركة الميمات والترفيه، بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.439^{**}) عند مستوى معنوية دال (0.000)، أما حول العلاقة بين استهلاك الميمات والترفيه، فقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.430^{**}) عند مستوى معنوية دال (0.000).

الفرض الفرعي الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت (إنتاج، ومشاركة، واستهلاك الميمات) والإشباع الخاصة بتعزيز العلاقات الاجتماعية.

حول العلاقة بين إنتاج الميمات والعلاقات الاجتماعية، بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.302^{**}) عند مستوى معنوية دال (0.000)، وفيما يتعلق بالعلاقة بين مشاركة الميمات والعلاقات الاجتماعية، بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.306^{**}) عند مستوى معنوية دال (0.000)، أما حول العلاقة بين استهلاك الميمات والعلاقات الاجتماعية، فقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.408^{**}) عند مستوى معنوية دال (0.000).

ويتضح مما سبق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاركة للميمات والإشباع المتحققة منها على مستوى الشهرة، والتعبير عن الذات، والترفيه، والعلاقات الاجتماعية، وهو ما يؤكد الثبوت الكلي لصحة هذا الفرض.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بطبيعة المشاركة لميمات الإنترنت.

الفرض الفرعي الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بإنتاجهم لميمات الإنترنت.

جدول ١٥. مدى وجود فروق بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بإنتاجهم لميمات الإنترنت.

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	إنتاج الميمات الأجيال
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				
٠.٠٠٠٠ دال	٣ ٣٩٦	ف=٢٤.٢٤٦	١.٥٩١	٢.٦٢	١٧٠	جيل زد Z ١٠-أقل من ٢٦
			١.١٦٨	١.٦٥	٩١	جيل الألفية Y ٢٦-أقل من ٤٢
			١.٢٠٦	١.٤٦	٩٩	جيل إكس X ٤٢-أقل من ٥٨
			١.١٩٤	١.١٠	٤٠	جيل الطفرة ٥٨ وما فوق
			١.٤٩١	١.٩٦	٤٠٠	الإجمالي

توضح البيانات السابق عرضها مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفق الأجيال فيما يتعلق بإنتاجهم للميمات؛ حيث بلغت قيمة ف (٢٤.٢٤٦) عند مستوى معنوية دال (٠.٠٠٠٠) ، وكانت الفروق لصالح جيل زد، ثم جيل الألفية، وأخيرا جيل الطفرة. وبذلك يتضح الثبوت الكلي لصحة هذا الفرض.

الفرض الفرعي الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بمشاركتهم لميمات الإنترنت.

جدول ١٦. مدى وجود فروق بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بمشاركتهم لميمات الإنترنت.

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	مشاركة الميمات الأجيال
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				
٠.٠٠٠٠ دال	٣ ٣٩٦	ف= ٣٠.٠٢٧	١.٦٢٨	٢.٩٢	١٧٠	جيل زد Z ١٠-أقل من ٢٦

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	مشاركة الميمات الأجيال
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				
			١.٢٨٥	١.٨٤	٩١	جيل الألفية Y ٢٦- أقل من ٤٢
			١.٣٧٦	١.٦١	٩٩	جيل إكس X ٤٢- أقل من ٥٨
			١.٠٨٥	١.٠٥	٤٠	جيل الطفرة ٥٨ وما فوق
			١.٥٩٦	٢.١٦	٤٠٠	الإجمالي

توضح البيانات السابق عرضها مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفق الأجيال فيما يتعلق بمشاركتهم للميمات؛ حيث بلغت قيمة ف (٣٠.٠٢٧) عند مستوى معنوية دال (٠.٠٠٠٠) وكانت الفروق لصالح جيل زد، ثم جيل الألفية، وأخيرا جيل الطفرة. وبذلك يتضح ثبوت صحة هذا الفرض.

الفرض الفرعي الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق باستهلاكهم لميمات الإنترنت.

جدول ١٧. مدى وجود فروق بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق باستهلاكهم لميمات الإنترنت.

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	استهلاك الميمات الأجيال
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				
			١.٧٠٨	٣.٦٤	١٧٠	جيل زد Z ١٠- أقل من ٢٦
			١.٧٣٣	٢.٨٠	٩١	جيل الألفية Y ٢٦- أقل من ٤٢
			١.٨٤١	٢.٥٩	٩٩	جيل إكس X ٤٢- أقل من ٥٨
			١.٤٥٠	١.٥٠	٤٠	جيل الطفرة ٥٨ وما فوق
			١.٨٤٥	٢.٩٨	٤٠٠	الإجمالي

توضح البيانات السابق عرضها مدى وجود فروق بين المبحوثين وفق الأجيال فيما يتعلق باستهلاكهم للميمات؛ حيث بلغت قيمة ف (٢٠٠.١٩٧) عند مستوى معنوية دال (٠.٠٠٠٠) ، وكانت الفروق لصالح جيل زد، ثم جيل الألفية، وأخيرا جيل الطفرة. وبذلك يتضح ثبوت صحة هذا الفرض.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بالإشباع المتحققة من التعرض لميمات الإنترنت.

الفرض الفرعي الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالشهرة.

جدول ١٨. مدى وجود فروق بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالشهرة.

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الشهرة الأجيال
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				
٠.٠٠٠٠ دال	٣	=ف ٢٠.٥٤٦	٠.٩٣٢٤٧	١.٩٨٢٤	١٥٢	جيل زد Z ١٠- أقل من ٢٦
			٠.٨٤٨٠٤	١.٥١٦٥	٧٦	جيل الألفية Y ٢٦- أقل من ٤٢
			٠.٩٥٠٩٧	١.٣٥٣٥	٧٨	جيل إكس X ٤٢- أقل من ٥٨
			٠.٨٤١٢٤	٠.٩٠٠٠	٢٤	جيل الطفرة ٥٨ وما فوق
			٠.٩٧٤٥٣	١.٦١٢٥	٣٣٠	الإجمالي

توضح البيانات السابق عرضها مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالشهرة؛ حيث بلغت قيمة ف (٢٠٠.٥٤٦) عند مستوى معنوية دال (٠.٠٠٠٠) ، وكانت الفروق لصالح جيل زد، ثم جيل الألفية، وأخيرا جيل الطفرة. وبذلك يتضح ثبوت صحة هذا الفرض.

الفرض الفرعي الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالتعبير عن الذات.

جدول ١٩. مدى وجود فروق وفقاً للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالتعبير عن الذات.

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	التعبير عن الذات الأجيال
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				
دال ٠.٠٠٠٠	٣ ٣٩٦	ف = ٤٠.٤٥١	٠.٤٩٦٧٣	٢.٧٠٠٠	١٧٠	جيل زد Z ١٠-أقل من ٢٦
			٠.٥٦٩٤٧	٢.٢٥٢٧	٩١	جيل الألفية Y ٢٦-أقل من ٤٢
			٠.٦١٩٧١	٢.٠٦٠٦	٩٩	جيل إكس X ٤٢-أقل من ٥٨
			٠.٦٣٢٤٦	١.٩٠٠٠	٤٠	جيل الطفرة ٥٨ وما فوق
			٠.٦٣٧٥١	٢.٣٦٠٠	٤٠٠	الإجمالي

توضح البيانات السابق عرضها مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالتعبير عن الذات؛ حيث بلغت قيمة ف (٤٠,٤٥١) عند مستوى معنوية دال (٠,٠٠٠)، وكانت الفروق لصالح جيل زد، ثم جيل الألفية، وأخيراً جيل الطفرة. وبذلك يتضح ثبوت صحة هذا الفرض.

الفرض الفرعي الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالترفيه.

جدول ٢٠ مدى وجود فروق وفقاً للأجيال المختلفة فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالترفيه.

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الترفيه الأجيال
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				
دال ٠.٠٠٠٠	٣ ٣٩٦	ف = ٦٥.٩٩٩	٠.٣٦٦٥٩	٢.٨٤١٢	١٧٠	جيل زد Z ١٠-أقل من ٢٦
			٠.٥٨٢٨٢	٢.٢٨٥٧	٩١	جيل الألفية Y ٢٦-أقل من ٤٢
			٠.٦١٢١٨	٢.١٥١٥	٩٩	جيل إكس X ٤٢-أقل من ٥٨
			٠.٦٣٥٩٩	١.٨٢٥٠	٤٠	جيل الطفرة ٥٨ وما فوق
			٠.٦٣٠٦٣	٢.٤٤٢٥	٤٠٠	الإجمالي

توضح البيانات السابق عرضها مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالترفيه؛ حيث بلغت قيمة ف (٦٥.٩٩٩) عند مستوى معنوية دال (٠.٠٠٠٠) , وكانت الفروق لصالح جيل زد، ثم جيل الألفية، وأخيرا الطفرة. وبذلك يتضح ثبوت صحة هذا الفرض.

الفرض الفرعي الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقا للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بتعزيز العلاقات الاجتماعية.

جدول ٢١. مدى وجود فروق وفقا للأجيال المختلفة فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بتعزيز العلاقات الاجتماعية.

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	العلاقات الاجتماعية الأجيال
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				
٠.٠٠٠٠٠ دال	٣	ف=٣٩.٢٥٠	٠.٥٦٩٦٨	٢.٦٨٢٤	١٧٠	جيل زد Z ١٠- أقل من ٢٦
			٠.٧٨٧٥٧	١.٩٥٦٠	٩١	جيل الألفية Y ٢٦- أقل من ٤٢
			٠.٨١٦٢٤	١.٨٦٨٧	٩٩	جيل إكس X ٤٢- أقل من ٥٨
			٠.٧٩٠٥٧	١.٨٧٥٠	٤٠	جيل الطفرة ٥٨ وما فوق
			٠.٨٠٧١٠	٢.٢٣٥٠	٤٠٠	الإجمالي

توضح البيانات السابق عرضها مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للأجيال فيما يتعلق بالإشباع الخاصة بتعزيز العلاقات الاجتماعية؛ حيث بلغت قيمة ف (٣٩.٢٥٠) عند مستوى معنوية دال (٠.٠٠٠٠) , وكانت الفروق لصالح جيل إكس، ثم جيل الطفرة، وأخيرا جيل زد. وبذلك يتضح ثبوت صحة هذا الفرض.

١٠ مناقشة النتائج

أولاً: ربط النتائج بالنظريات المستخدمة (نظرية الاستخدامات والإشباع)

- أوضحت النتائج أن ميمات الإنترنت تلبى إشباعات متعددة تتسق مع نظرية الاستخدامات والإشباع، مثل التسلية، التعبير عن الذات، وتعزيز العلاقات الاجتماعية.

- العلاقة بين طبيعة المشاركة الرقمية (الاستهلاك، المشاركة، الإنتاج) والإشباع المحققة تعزز فرضية النظرية بأن الجمهور يختار وسائل الإعلام بوعي لتلبية احتياجاته.
- أظهرت النتائج أن مشاركة الميمات تُعزز العلاقات الاجتماعية بشكل كبير، مما يؤكد دور الميمات كوسيلة للتفاعل الاجتماعي، وهو ما ينسجم مع إطار النظرية.

ثانياً: ربط النتائج بفروض البحث

الفرض الأول:

تحقق الفرض الفائل بوجود علاقة ارتباطية بين طبيعة المشاركة لميمات الإنترنت والإشباع المحققة. فقد أظهرت النتائج أن الإنتاج يرتبط بالتعبير عن الذات، بينما يرتبط الاستهلاك والمشاركة بالتسلية وتعزيز العلاقات الاجتماعية.

الفرض الثاني:

تم إثبات وجود فروق دالة إحصائية بين الأجيال في طبيعة المشاركة، حيث يميل جيل زد إلى الاستهلاك والمشاركة بشكل أكبر، مقارنة بجيل الطفرة الذي يُظهر معدلات أقل.

الفرض الثالث:

أشارت الدراسة إلى وجود فروق بين الأجيال في الإشباع المحققة؛ حيث يحقق جيل زد إشباعاً أعلى في التسلية والتعبير عن الذات، بينما تتركز إشباعات جيل الطفرة على تعزيز العلاقات الاجتماعية.

ثالثاً: مناقشة النتائج وفق تساؤلات وأهداف الدراسة

١- أنماط استخدام الميمات:

- أبرزت الدراسة تفضيل الميمات المحلية والعربية، مما يعكس قدرة الميمات على تمثيل الثقافة المحلية.
- ركزت الميمات الترفيهية والإلكترونية على المرح، بينما حظيت الميمات الاقتصادية والمهنية باهتمام أقل، مما يعكس دور الميمات كوسيلة ترفيه أكثر من كونها تعليمية أو مهنية.

٢- طبيعة المشاركة:

- يميل المستخدمون إلى الاستهلاك والمشاركة أكثر من الإنتاج، مما يعكس تفضيل الجمهور المشاركة دون الحاجة إلى إبداع محتوى جديد.

- تعكس النتائج وجود حواجز إبداعية لدى بعض المستخدمين رغم توفر أدوات تسهل الإنتاج.

٣- الإشباع المحققة:

- تصدرت التسلية قائمة الإشباع، تلتها التعبير عن الذات، ثم تعزيز العلاقات الاجتماعية.

- أشارت النتائج إلى أن الميمات تُعد وسيلة فعّالة للتعبير النفسي والاجتماعي، حيث أظهر الأفراد تفاعلاً إيجابياً مع محتوى يعبر عن حياتهم اليومية.

٤- أهمية الثقافة المحلية:

- كشفت النتائج أن الميمات المحلية والعربية تتفوق على الميمات العالمية من حيث الاستخدام، مما يعكس ارتباط الجمهور السعودي بثقافته.

٥- الأجيال المختلفة:

- تختلف طبيعة المشاركة والإشباع المحققة حسب الفئة العمرية؛ إذ يتفوق جيل زد والألفية في الاستهلاك والمشاركة، بينما يظهر جيل الطفرة تفاعلاً أقل، ولكنه يركز على تعزيز العلاقات الاجتماعية.

٦- السياق الاجتماعي:

- أبرزت الدراسة أن المشاركين يشاركون الميمات بشكل انتقائي بناءً على السياق الاجتماعي والمستلمين، حيث يتفاوت المحتوى المرسل بين الأصدقاء المقربين والأهل والزملاء.

مدى ارتباط نتائج الدراسة العامة بالدراسات السابقة:

أهمية الترفيه والتسلية

تتفق النتائج مع دراسة Cahya & Triputra (٢٠١٧)، التي أشارت إلى أن الأفراد يفضلون الميمات المتعلقة بالترفيه وملء أوقات الفراغ، مما يعزز الفكرة بأن الميمات الترفيهية والإلكترونية تجذب انتباه المستخدمين وتعبّر عن اهتماماتهم. كما أظهرت دراسة جمال (٢٠٢٢) أن الشباب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق التسلية وملء الفراغ، وهو ما تدعمه النتائج الحالية.

تفضيل الميمات المحلية:

كشفت الدراسة أن الميمات المحلية والعربية تحتل المرتبة الأولى في الاستخدام، وهو ما يتوافق مع دراسة Petrova (٢٠٢١)، التي أوضحت أن الأفراد يفضلون تبادل الميمات المحلية أكثر من العالمية بسبب سهولة

فهمها وارتباطها بثقافتهم. كما أظهرت النتائج الحالية أن الميمات المحلية تُستخدم لنقل القضايا الاجتماعية والثقافية، مما يعكس طبيعة المجتمع السعودي.

طبيعة المشاركة الرقمية:

تتشابه النتائج مع دراسة Park (٢٠٢٠)، التي وجدت أن نسبة المستخدمين الذين يقومون بإنتاج الميمات أقل بكثير مقارنة بمن يستهلكونها أو يشاركونها. كما أوضحت الدراسة أن إنتاج الميمات يتطلب مهارات تصميم وإبداعاً إضافياً، مما يؤدي إلى انخفاض معدل الإنتاج مقارنة بالمشاركة والاستهلاك.

أهمية العلاقات الاجتماعية:

تدعم النتائج دراسة Miltner (٢٠١٤)، التي ذكرت أن مشاركة الميمات تُعد وسيلة لتقوية الروابط الاجتماعية بين الأفراد من خلال التعبير عن المشاعر والتواصل الشخصي. وأظهرت دراسة Shifman (٢٠١٥) أن الميمات تسهم في تعزيز الانتماء الاجتماعي من خلال مشاركة محتوى يعكس الحالة العاطفية أو الاجتماعية للمشاركين.

اختلاف الأجيال في الاستخدام:

تتفق النتائج مع دراسة Pauliks (٢٠٢٠)، التي أكدت أن الأجيال الشابة (جيل زد والألفية) تتميز بمهارات تكنولوجية متقدمة وتستخدم وسائل التواصل الاجتماعي والميمات بشكل أكبر مقارنة بالأجيال الأكبر سناً. كما أشارت دراسة Leiser (٢٠١٩) إلى أن الميمات تُعد أداة للتعبير عن الذات والترفيه، وهو ما أظهرته النتائج الحالية في تحليل الفروق بين الأجيال.

الانتقائية في المشاركة:

تتشابه النتائج مع دراسة Kristina et al. (٢٠٢٠) و Zulli and Zulli (٢٠٢٠)، التي أشارت إلى أن الميمات تُستخدم للتعبير عن المواقف الحياتية اليومية وتعكس الفكاهة والثقافة المجتمعية، ولكنها قد تحمل في بعض الأحيان مظهراً من السخرية أو التندر. وأكدت النتائج أن اختيار المشاركين لميمات معينة يعتمد على السياق الاجتماعي ومدى ملاءمتها للمستلمين، مما يتفق مع دراسة Walther (٢٠٠٧) التي تشير إلى أن الأفراد حريصون على التعبير عن الذات بما يتوافق مع الانطباع الإيجابي أمام الآخرين.

الإشباع المتحققة:

أكدت النتائج أن الميمات تُحقق إشباعاً متنوعاً، مثل التسلية والتعبير عن الذات وتعزيز العلاقات الاجتماعية. هذا يتماشى مع دراسة Kulkarni (٢٠١٧)، التي وجدت أن دوافع مشاركة الميمات تشمل الترفيه والتعبير عن

الذات، ودراسة Cahya & Triputra (٢٠١٧)، التي أشارت إلى أن مشاركة الميمات تساعد الأفراد في إيصال مشاعرهم وتعزيز الروابط الاجتماعية.

الخلاصة

- النتائج الحالية تعزز الاتجاه العام للدراسات السابقة حول استخدام ميمات الإنترنت كوسيلة للتواصل والترفيه والتعبير عن الذات، مع إضافة منظور ثقافي سعودي يعكس أهمية الميمات المحلية والعربية في تعزيز الهوية والانتماء الثقافي.
- أصبحت ميمات الإنترنت أداة رئيسة للتواصل بين الأجيال المختلفة في المملكة، تعكس طبيعة المجتمع السعودي واهتماماته.
- يعكس تفضيل الميمات المحلية طبيعة المجتمع السعودي وثقافته، مما يجعل الميمات وسيلة لفهم الجمهور ودوافعه.
- تشترك النتائج مع دراسات سابقة في إبراز أهمية الميمات للتسوية والتعبير عن الذات، وتعزيز العلاقات الاجتماعية، ما يعكس تزايد استخدامها كأداة للتواصل الثقافي والاجتماعي.

التوصيات

- ١- تعزيز استثمار ميمات الإنترنت في المجالات الثقافية والتعليمية: تشجيع إنتاج ميمات ذات محتوى تعليمي وتوعوي لتعزيز الاستفادة من هذه الوسيلة كأداة لنشر المعرفة بين الأجيال المختلفة.
- ٢- تطوير محتوى ميمات الإنترنت المحلي: دعم إنتاج ميمات تعكس الثقافة المحلية وتتناول القضايا الاجتماعية بأسلوب يجذب مختلف الفئات العمرية، خاصة الشباب، لتعزيز الهوية الثقافية الوطنية.
- ٣- تحفيز الإبداع والإنتاج الرقمي: إقامة ورش عمل أو مسابقات تستهدف الشباب لتعليمهم تصميم ميمات مبتكرة ومؤثرة، مع التركيز على الجانب الإبداعي والتقني.
- ٤- تعزيز الاستخدام المسؤول لميمات الإنترنت: نشر الوعي حول أهمية استخدام الميمات بشكل إيجابي بعيداً عن التمر أو الترويج للأخبار المضللة، مع تقديم دليل أخلاقي لاستخدامها.
- ٥- استثمار ميمات الإنترنت في الحملات التسويقية والاجتماعية: استخدام الميمات في حملات ترويجية مؤثرة على منصات التواصل الاجتماعي، خصوصاً في القضايا الوطنية والوعي الاجتماعي، لتحقيق انتشار واسع وتأثير إيجابي.

- ٦- دراسة التغيرات المستقبلية في أنماط استخدام الميمات: إجراء أبحاث مستقبلية تركز على تطور طبيعة المشاركة الرقمية والإشباع المحققة، مع تحليل دور التقنيات الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي، في تطوير الميمات.
- ٧- التكامل بين ميمات الإنترنت والعلاقات الاجتماعية: تعزيز استخدام الميمات كوسيلة لتحفيز النقاشات الاجتماعية البناءة، مما يساهم في تعزيز التفاعل بين الأجيال المختلفة على منصات التواصل الاجتماعي.
- ٨- إطلاق مبادرات أكاديمية وبحثية: دعوة الباحثين لإجراء دراسات أعمق حول تأثير ميمات الإنترنت في تشكيل الاتجاهات الثقافية والاجتماعية، وخاصة في السياقات المحلية والإقليمية.
- ٩- التركيز على تدريب الأفراد الأكبر سنًا: تنظيم دورات تدريبية للمستخدمين الأكبر سنًا (جيل الطفرة وجيل إكس) لتعليمهم الاستفادة من ميمات الإنترنت والتفاعل معها بفعالية.
- ١٠- تفعيل دور الجهات الرسمية في تنظيم المحتوى الرقمي: تشجيع الجهات الحكومية والمؤسسات الثقافية على وضع سياسات تدعم إنتاج ميمات هادفة، مع مراقبة المحتوى المسيء أو غير اللائق.
- تساهم هذه التوصيات في تعزيز الأثر الإيجابي لميمات الإنترنت بالمملكة العربية السعودية، مع التأكيد على تطوير المحتوى الرقمي بما يعكس القيم الثقافية والاجتماعية، ويعزز من تواصل الأجيال ويشجع الابتكار الرقمي.

المراجع

المراجع العربية

- الشرح، وليد. (٢٠٢٠). استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية. حوليات آداب عين شمس (٤٨)، إبريل-يونيو (أ)، ٣١٤-٣٣٣. ١٠.٢١٦٠٨/١٧٢١١٠، AAFU.٢٠٢٠.
- Al-Sharah, Walid. (٢٠٢٠). Istihdām al-ṣabāb al-kuwayti limawāqī' al-ttawāṣul al-iḡtimā'ī wal-'iṣbā'āt al-mutaḥaqqiqah minhā: dirāsah maydāniyah. Ḥawliyat Ādāb Ain Shams (٤٨), Ibril-Yūnyū (A), ٣١٤-٣٣٣. ١٠,٢١٦٠٨/AAFU.٢٠٢٠,١٧٢١١٠.
- جمال، شريف. (٢٠٢٢). الإشباع النفسية المحققة من استخدام أفراد الأسرة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي-دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة المسيلة أنموذج. مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، ٧(١)، ١٢٣٠-١٢٣٠.
- Jamal, Sharif. (٢٠٢٢). al-'iṣbā'āt al-nnafsiyah al-muḥaqqaqah min istiḥdām afrād al-usrah al-ḡazā'iriyah limawāqī' al-ttawāṣul al-iḡtimā'ī - dirāsah maydāniyah 'alā 'ayyinaḥ min usar madīnat al-msīlah anmūdāḡ. Maḡallat al-Ġāmi' fī al-Ddirāsāt al-Nnafsiyah wal-'ulūm al-ttarbawiyah, ٧(١), ١٢٣٠-١٢٣٠.

هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات (٢٠١٩). تقرير الأفراد والأسر- نتائج دراسة مسح سوق الاتصالات وتقنية

المعلومات. <https://www.citc.gov.sa/ar/researchs-studies/Studies/Documents/TheCommunicationsMarketStudyResultsReport2019.pdf>

Hay'at al-ittisālāt wa-taqniyat al-ma'lūmāt. (٢٠١٩). Taqrīr al-afrād wal-usar -natā'ig dirāsāt mash' sūq al-ittisālāt wa-taqniyat al-ma'lūmāt. <https://www.citc.gov.sa/ar/researchs-studies/Studies/Documents/TheCommunicationsMarketStudyResultsReport2019.pdf>

غريب، سحر. (٢٠١٩). استخدام الطلاب للصفحات الرسمية لجامعاتهم على موقع فيسبوك والإشباع المتحققة لديهم. المجلة

المصرية لبحوث الرأي العام، ١٨(٤)، ٢٤٣-٢٨٧. www.asjp.cerist.dz/en/article/186529

Ghareeb, Sahar. (٢٠١٩). Istihdām al-tullab li-ssafahāt al-rrasmiyah li-ḡāmi'ātihim 'alā mawqī' facebook wal-'išbā'āt al-mutaḥaqqiqah ladayhim. Al-Maḡallah al-Maḡriyah li-Buḥūt al-Rra'y al-'Ām, ١٨(٤)، ٢٤٣-٢٨٧. www.asjp.cerist.dz/en/article/186529

فريد، شيماء. (٢٠٢١). أثر التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك مستهلكي جيل الألفية. مجلة البحوث الإدارية،

٣٩(٤)، ٢٦-٥٨. doi: ١٠.٢١٦٠٨/jso.٢٠٢١,٢٢٢٠٢٥

Fareed, Shaimaa. (٢٠٢١). 'Aḡar al-ttafā'ul ma'a wasā'il al-ttawāsul al-iḡtimā'ī 'alā sulūk mustahlikī ḡil al-'alfiyah. Maḡllat al-Buḥūt al-Idāriyah, ٣٩(٤)، ٢٦-٥٨. doi: ١٠.٢١٦٠٨/jso.٢٠٢١,٢٢٢٠٢٥.

قطب، أفنان، وبكر، الشيخ. (٢٠٢١). نظريات الإعلام الجديد والعلاقات العامة: الممارسات والتطبيق. مركز النشر العلمي جامعة الملك عبد العزيز، جدة.

Qutub, Afnan., Bakr, al-Sheikh. (٢٠٢١). Naẓariyat al-'i'lām al-ḡadīd wal-'alāqāt al-'āmmah: al-mumārasāt wa al-ttaṭbīq. Markaz al-Nnaḡr al-Ilmī Ḡāmi'at al-Malik Abdulaziz, Jeddah.

المصادر الأجنبية

Baran, S. J., & Davis, D. K. (٢٠١٢). Mass communication theory: Foundations, ferment, and future (٦th ed.) Solutions Manual.

Barr, S. (٢٠٢٠). What generation do you belong to? Millennial, generation x or z. Independent, retrieved [May ٣, ٢٠٢١], <https://www.independent.co.uk/life-style/what-generation-z-y-x-millennial-b200282.html>

Cahya, M. B., & Triputra, P. (٢٠١٧). Motives that influence participatory culture internet meme: A case study of social media path audience of postgraduate communication students University of Indonesia. Jurnal InterAct, ٦(١)، ٣٠-٤٠.

Davidson, P. (٢٠١٢). The language of Internet memes. In M. Mandiberg (Ed.), The social media reader (pp. ١٢٠-١٣٤).

Dawkins, R., & Davis, N. (٢٠١٧). The selfish gene. Macat Library.

Defining generations: Where millennials end and generation z begins. (٢٠١٩). Pew Research Center. Retrieved [April ٢١, ٢٠٢١], <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

Frey, L., Botan, C. H., & Kreps, G. (٢٠٠٠). Investigating communication. Allyn & Bacon.

Globalwebindex. (٢٠٢٠). Globalwebindex's flagship report on the latest trends in social media. Retrieved [March ١٢, ٢٠٢١], <https://amai.org/covid19/descargas/SocialGlobalWebIndex.pdf>

Jenkins, H. (٢٠٠٦). Convergence culture: where old and new media collide, New York University Press.

Johann, M., & Bülow, L. (٢٠١٩). One does not simply create a meme: conditions for the diffusion of internet memes. International Journal of Communication, ١٣, ٢٣.

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (١٩٧٣). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, ٣٧(٤), ٥٠٩-٥٢٣.
- Knobel, M. & Lankshear, C. (٢٠٠٧) Online memes, affinities, and cultural production. In: Knobel, M. & Lankshear, C. (eds). *A New Literacies Sampler*. New York: Peter Lang, ١٩٩-٢٢٠.
- Kristina, Al Makmun, Habsari, and Thoyibi. Millennials' communication style and politeness through their memes using multimodality analytical lens. In *International Conference on Language Politeness (ICLP ٢٠٢٠)*, pp. ٤٨-٥٢. Atlantis Press, ٢٠٢٠.
- Kulkarni, A. (٢٠١٧). Internet meme and political discourse: A study on the impact of Internet meme as a tool in communicating political satire. *Journal of Content, Community & Communication, Amity School of Communication*, ٦.
- Leiser, A. (٢٠١٩). *Spreadable media, citizens, and participatory culture: Uses and effects of political internet memes*. [Doctoral dissertation, Universität Bremen].
- McQuail, D. (١٩٨٣). *Mass communication theory*. Beverly Hills.
- Miller, K. (٢٠٠٥). *Communication theories*. McGraw-Hill.
- Milner, R. (٢٠١٣). FCJ-١٥٦ hacking the social: Internet memes, identity antagonism, and the logic of lulz. *Fibreculture Journal*, ٢٢: ٦٢-٩٢.
- Miltner, K. M. (٢٠١٤). "There's no place for lulz on LOLCats": The role of genre, gender, and group identity in the interpretation and enjoyment of an Internet meme. *First Monday*, ١٩. (٨) <https://doi.org/10.5210/fm.v19i8.0391>
- Osterroth, A. (٢٠١٥). Das internet-meme als sprache-bild-text. *IMAGE. Zeitschrift für Interdisziplinäre Bildwissenschaft*, ١١(٢), ٢٦-٤٦.
- Park, S. K. (٢٠٢٠, February). Understanding usage of memes over social medias through semantics: A Survey. In ٢٠٢٠ IEEE ١٤th International Conference on Semantic Computing (ICSC) (pp. ٣٨٧-٣٩٢). IEEE-Pauliks, K. (٢٠٢٠). Memes of the virus: Social criticism of the corona pandemic on the Internet. *TelevIZion*, ٣٣(E), ٤٦-٤٩.
- Petrova, Y. (٢٠٢١). Meme language, its impact on digital culture and collective thinking. In *E٣S Web of Conferences*, ٢٧٣, p. ١١٠٢٦. EDP Sciences.
- Ramirez, M., & Church, A. B. (٢٠١٩). Analysis of Facebook meme groups used during the ٢٠١٦ US presidential election. *Social Media+Society*, ٥(١), ٢٠٥٦٣٠٥١١٨٨٠٨٧٩٩.
- Shao, G. (٢٠٠٩). Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective. *Internet research*, ١٩(١): ٧-٢٥.
- Sharma, H. (٢٠١٨). Memes in digital culture and their role in marketing and communication: A study in India. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, ٩(٣), ٣٠٣-٣١٨.
- Shifman, L. (٢٠١٢). An anatomy of a YouTube meme. *New media & society*, ١٤(٢), ١٨٧-٢٠٠.
- Shifman, L. (٢٠١٥). *Memes in digital culture (MIT Press Essential Knowledge Series)*. MIT Press.
- Walther, J. B. (٢٠٠٧). Selective self-presentation in computer mediated communication Hyperpersonal dimensions of technology language and cognition. *Computers in Human Behavior*, ٢٣: ٢٥٣٨-٢٥٥٧. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2006.05.002>
- Wang, J., & Hu, M. (٢٠٢٠). The discursive power of memes in digital culture: Ideology, semiotics, and intertextuality. *New Media & Society*, ٢٢(٨), ١٥٠٨-١٥١٠, <https://doi.org/10.1177/1461144420939466>
- Wang, J., & Wang, H. (٢٠١٥). From a marketplace to a cultural space: Online meme as an operational unit of cultural transmission. *Journal of Technical Writing and Communication*, ٤٥(٣), ٢٦١-٢٧٤. <https://doi.org/10.1177/00472816150578847>
- Wang, L. (٢٠١٨). Book Review: Henry Jenkins, Mimi Ito and danah boyd, *Participatory Culture in a Networked Era*. *Global Media and China*, ٣(١), ٦٩-٧٢.

Weingart, P., Boyd, R., Durham, W. H., & Richerson, P. J. (١٩٩٧). Units of culture, types of transmission. In *Human by nature: Between biology and the social sciences* (pp. ٣٠٠-٣١٣). Lawrence Erlbaum.

Zulli, D., & Zulli, D. J. (٢٠٢٠). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>

Digital Participatory of Internet Memes among Generations in Saudi Arabia

Maysoun Osama Ahmed Al-Sabai

Associate Professor, Department of Journalism and Digital Media, College of Communication and Media, King Abdulaziz University, Jeddah,, KSA

malsebaei@kau.edu.sa

Abstract. Internet memes have become a widely recognized phenomenon across the globe, particularly in the Arab world, and especially in Saudi Arabia. Despite numerous foreign studies that have thoroughly examined the nature of digital participation in internet memes—ranging from consumption, sharing, to production on social media platforms—local studies in Saudi Arabia have not sufficiently addressed this topic, especially concerning generational differences in participation patterns. This study aimed to explore the nature of digital participation in internet memes and its relationship to the gratifications achieved, which include fame, self-expression, entertainment, and strengthening social relationships, among users from different generations. The study employed a survey methodology using both descriptive and analytical approaches and utilized a standardized questionnaire that was administered to a population of ٤٠٠ individuals. The findings revealed that most participants engaged with internet memes regularly, with a preference for local and Arabic memes over foreign ones. It was found that, in terms of the type of participation, sharing and consumption outperformed meme creation and design. Additionally, the study validated all the tested hypotheses, establishing statistically significant correlations between the nature of digital participation (production, sharing, and consumption) and the gratifications achieved (fame, self-expression, entertainment, and strengthening social relationships). Furthermore, the study highlighted significant differences between generations in terms of the gratifications achieved and the nature of digital participation in internet memes. The results were discussed in detail, and a set of recommendations was proposed to enhance the effective use of internet memes in local contexts.

Keywords: Internet memes, Digital participatory, Uses and gratification, Saudi Arabia, Social media platforms.

دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة

وموظفي جامعة الملك عبد العزيز

صفا بنت معيلي المحمادي

أستاذ مساعد بقسم مهارات الاتصال كلية العلوم والآداب بربيع، جامعة الملك عبد العزيز،

المملكة العربية السعودية

salmhmadi@kau.edu.sa

المستخلص. تهدف هذه الدراسة التحقق من دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز. ولتحقيق ذلك تم إعداد استبانة مكونة من (٦٠) فقرة موزعة على قسمين، غطى كل قسم ٣ محاور هي؛ (أسباب الاستخدام، دورها في تعزيز تبادل المعرفة، المعوقات)، وزعت على ٢٠٠ طالباً وطالبة من جامعة الملك عبد العزيز، و ٢٠٠ منسوب من منسوبيها، تم اختيارهم بطريقة عشوائية. أشارت النتائج إلى درجة موافقة عالية من أفراد الدراسة على دور تكنولوجيا المعلومات على تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة ومنسوبي الجامعة. في حين كان دور الشبكات الاجتماعية على تعزيز تبادل المعرفة بدرجة متوسطة. وأشارت النتائج إلى وجود فروقاً ذات دلالة إحصائية في تحقيق تبادل المعرفة عبر تعزيزه من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية لدى طلبة ومنسوبي الجامعة تبعاً لطبيعة الانتساب للجامعة (طالب - موظف) ولصالح موظفي الجامعة. كما أشارت إلى وجود فروقاً ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير الجنس، ولصالح الذكور. أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالبنية التحتية التكنولوجية وإنشاء مواقع تواصل أكاديمية مدعومة بأحدث أدوات وأنظمة تكنولوجيا التعليم بهدف نشر ومشاركة المعرفة العلمية وجعلها متاحة للجميع. وحث الأكاديميين والطلبة على استثمار الشبكات الاجتماعية لتعزيز التبادل المعرفي محلياً وعالمياً، مع وضع لائحة تنظيمية لتنظيم آلية استخدام هذه الشبكات.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، الشبكات الاجتماعية، تبادل المعرفة، جامعة الملك عبد العزيز.

المقدمة

يعتبر دمج التكنولوجيا في مجتمعات التعلم قوة تحويلية تتجاوز مجرد تبادل ونشر المعرفة. فهو يُحفز التعاون ويُعزز إمكانية الوصول ويشجع مشاركة المعرفة ويثري التعلم. كما إن الترابط الذي تيسره التكنولوجيا يخلق بيئة

ديناميكية وشاملة لا تقتصر المعرفة على الكتب المدرسية، ولكنها تُشكل كيان تعاوني متطور من خلال مساهمات المتعلمين. ومع احتضاننا للعصر الرقمي، فإن التآزر بين التكنولوجيا وتبادل المعرفة على استعداد لإعادة تعريف مشهد التعليم، مما يجعل التعلم أكثر سهولة وجاذبية ومعنى في الوصول إليه (Huang, Hongwei, Lirong, Tao, ٢٠٢٣). كما إن تبادل المعرفة داخل مجتمعات التعلم عملية ديناميكية بالغة الأهمية، إذ تعتبر شريان الحياة لها، وفعاليتها تتوقف على الأساليب والتقنيات المستخدمة. كما أن جوهر تبادل المعرفة عملية تطوعية، يختار المتعلمون فيها المساهمة برؤاهم وتجاربهم وخبراتهم في جماعة من المعرفة. وتتأثر ديناميكية تبادل المعرفة بعوامل، مثل الثقافة التنظيمية، والثقة بين الأعضاء، والقيمة المُتصورة في المشاركة، والديناميكيات التنافسية. ولا بد من فهم هذه الديناميكية لتعزيز ثقافة تبادل المعرفة المفتوحة (Pandey, Gupta, Behl, Pereira, Budhwar, Varma, ٢٠٢١). (Hassan, Kukreja, ٢٠٢١).

وقد أثبتت أدوات التكنولوجيا أن قيمتها لا تقدر بثمن، حتى في المساحات الافتراضية. فقد تفوقت منتديات المناقشة والمنصات التعاونية في سيناريوهات التعلم غير المتزامن، وعززت الحوارات المُستمرة والمشاركة المجتمعية. وتعتبر أنظمة إدارة المستندات فعّالة بشكل خاص في تنظيم وتبادل المعرفة المنظمة. كما تُعدُّ المُدونات ومنصات التدوين المُصغّر مناسبة تمامًا تبادل الأفكار في بيئة غير رسمية. وتعمل أنظمة إدارة التعلم على تبسيط العمليات التعليمية، وتمكّن المتعلمين من الوصول إلى المعرفة واستيعابها وتطبيقها بكفاءة. وتساهم منصات وسائل التواصل الاجتماعي في بناء المجتمع وتبادل المعرفة غير الرسمية. كما أنها تُمكن المهنيين من التواصل، وتعزيز العلاقات التي تتجاوز تبادل المعرفة. ويمكن أن تؤدي هذه الروابط إلى التوجيه والتعاون في المشاريع وفرص العمل (Tiwari ٢٠٢٢).

مشكلة الدراسة

يُعدُّ التشارك المعرفي بالجامعات أحد أكثر أنشطة إدارة المعرفة أهمية، فهو النشاط المركزي لإدارة المعرفة، من خلال نقل المعرفة أو التكنولوجيا أو تبادل الرؤى والأفكار بين أعضاء هيئة التدريس معا أو مع طلبتهم ليقدموا معاً معرفة جديدة، إذ أن قيمة المعرفة تعتمد على مستوى مشاركة مضمونها؛ فالمعرفة التي تبقى مكتنزة أو مهملة لا قيمة لها. ومن جهة أخرى، فإن القدرات التكنولوجية هي الأداة الرئيسة لتبادل المعرفة وتنفيذ عملية التشارك المعرفي، كما تمثل أداة صيانة لتبادل المعرفة، ولقد غيرت القدرات التكنولوجية التي يشهدها العالم الكثير من المفاهيم الإدارية والأكاديمية، وأصبحت المؤسسات تسعى إلى امتلاك القدرات التكنولوجية والاعتماد عليها؛ لتطوير الأداء وتيسير تقديم الخدمات للعملاء، وتحقيق مخرجات متميزة (أحمد، العصيمي، ٢٠١٩). هذا وقد أدى عمل المؤسسات التعليمية في ظل بيئة ديناميكية وتطورات تقنية ومعلوماتية إلى خلق مشاكل معقدة قد تؤثر على مستوى

أدائها وجودة الخدمات التي تقدمها، مما أجبرها على التعامل مع هذه التغيرات المتتالية ومعالجة التحديات وبناء استراتيجيات مدفوعة بالمعرفة. كاستثمار أنظمة تكنولوجيا المعلومات في إدارة المعرفة من خلال إنتاج ونشر وتبادل المعلومات اللازمة واستشارتها في وقت الحاجة. كأنظمة عمل المعرفة. الذكاء الاصطناعي، أنظمة قاعدة المعرفة وأنظمة المشاركة الاجتماعية (Subashini, Zulkefli, Kamsuriah, ٢٠٢٠). وللتعامل مع هذه المشكلات أشار (Tumelero, Sbragia, Borini, Franco, ٢٠١٨) إلى أنه لا بد من توفر البنية الأساسية التقنية والمكونات المادية (الأجهزة) The Hardware المستخدمة في إدخال ومعالجة وإخراج البيانات والمعلومات ومن ثم دمجها مع البرمجيات وذلك لدعم تبادل المعرفة وتعزيزها عن طريق حرية الوصول إلى المعرفة والتشارك فيها باستخدام وسائل تكنولوجيا متعددة مثل البريد الإلكتروني، ونظم دعم القرار، ومؤتمرات الفيديو، والبرمجيات الحديثة للنظم المتقدمة لدعم القرار، عبر تقنية (group-ware)، وكذلك التكنولوجيات التي تعتمد على الشبكات (web-based technologies) والتي تسمح بالوصول إلى المعلومات، ومصادر المعرفة بصرف النظر عن اعتبارات المكان والزمان مثل الشبكات المحلية (الإنترنت).

وتعتبر دراسة (Bo Yu, ٢٠١١) من الدراسات التي لفتت النظر إلى أن الكثير من الجامعات لا تُولي اهتماماً كبيراً لإدارة التكنولوجيا وتنمية قدرات الديناميكية؛ لرفع كفاءة التكنولوجيا، وإنتاج معرفة جديدة، مما يتسبب في أن تواجه العديد من التحديات في عملية تبادل وتشارك ونشر المعرفة. وهو ما أشارت إليه دراسة (Vong, Zo, Ciganek, ٢٠١٦)، حيث أشاروا إلى وجود بعض المعوقات التكنولوجية للتشارك المعرفي، منها: عدم استخدام التكنولوجيا الملائمة، والتردد في استخدامها، الإحجام عن استخدام التكنولوجيا غير المألوفة، بالإضافة إلى عدم وجود الخبرة في استخدام التكنولوجيا المتقدمة، ونقص التدريب التكنولوجي للموظفين، وأخيراً؛ ضعف قدرة الأفراد على استيعاب الحجم الضخم من التكنولوجيا الجديدة. ويشير كلا من (Bartsch, EbersMaurer, ٢٠١٣) أن التواصل هو أساس تبادل المعرفة؛ فبدون التواصل، لن يحدث تبادل للمعرفة أبداً. ويتطلب التواصل باستخدام منصات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مهارات مختلفة عن الاجتماعات التقليدية وجهاً لوجه. هناك اعتقاد شائع بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يؤدي إلى تواصل أكثر كفاءة بين الأشخاص. ومع ذلك، تشير الأدلة التجريبية إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا يؤدي دائماً إلى تبادل المعرفة الفعّال. فالمشكلة الحقيقية التي يواجهها الأفراد تتمثل في صعوبة تطوير فهم مشترك بين الأعضاء، ومهارات اتصال وقناة اتصال فعّالة ذات ميزات تدعم هذا التبادل المعرفي. ومن التحديات الأخرى في عمليات نقل المعرفة؛ الافتقار إلى إطار أو نظام منظم، وبدون خريطة أو إرشادات واضحة، يمكن أن تضيع المعرفة بسهولة أو تظل معزولة داخل أفراد أو فرق محددة، الأمر الذي يفرض على المؤسسات ضرورة الاستثمار في تطوير نظام قوي لإدارة

المعرفة يسهل التقاط المعلومات ويعزز تبادلها. من خلال تنفيذ أدوات مثل الشبكات الداخلية أو الويكي أو المنصات الرقمية، يمكن من خلالها إنشاء مستودع مركزي للمعرفة سهل الوصول من قبل الجميع (Chinda, Okpor. ٢٠٢٣).

كذلك أوضح (AboelImaged, ٢٠١٨) بأن مشاركة المعرفة هي ميزة تنافسية رئيسية لذلك تميل الشركات إلى الاستثمار في التقنيات الجديدة التي تسمح بخلق المعرفة وتبادلها بشكل فعال، حيث تُعد المنصات والشبكات الاجتماعية قادرة على إضافة قيمة إلى مجموعة الأنشطة التي تقوم بها الشركة مثل مناقشة الأفكار وتحديث الأحداث وإدارة المهام وإجراء المحادثات الغير رسمية وحل المشكلات، حيث أظهرت تلك الشبكات الاجتماعية إمكانيات كبيرة لدعم مشاركة المعرفة الخارجية مع أصحاب المصلحة الآخرين. وخلص بأن الشبكات الاجتماعية المؤسسية قادرة على تحويل المعلومات غير المهيكلة والمتفرقة إلى معرفة داخلية وخارجية تعاونية ومبتكرة تدعم اتخاذ القرار بطرق لم تكن مجدية بالماضي.

وعلى الجانب الأخر: اتجهت الكثير من الجامعات الأجنبية لوضع سياسات خاصة لتنظيم كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تبادل وإدارة المعرفة، كتجربة عدة مؤسسات للتعليم العالي في شمال تنزانيا التي قامت بالإعلان عنها وإتاحتها للمستفيدين وقياس أثرها على العملية التربوية وحقوق النشر والتأليف، ومن خلال البحث داخل المكتبات العربية لم تعثر الباحثة على أي من الجامعات العربية تتيح سياسة واضحة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال عمليات تبادل ونقل المعرفة وتشاركتها (Ponera, Mubuyaeta, ٢٠٢٣).

وقد استشعرت الباحثة ضمن نطاق عملها في جامعة المؤسس الحاجة إلى أهمية كفاءة وفعالية النظم المعلوماتية بالجامعة، فلتكنولوجيا المعلومات والاتصال القدرة السريعة على تحفيز الطلاب وإشراكهم بهدف تعميق مهاراتهم وإثرائها، مما يمكنهم من ربط تجربتهم التعليمية بالممارسة العملية، وكذلك الحال بالنسبة لموظفيها. فقد يمكن أن تكون التكنولوجيا عامل تمكين وقيود في نفس الوقت لنقل المعرفة. فمن ناحية، يمكن للتكنولوجيا أن توفر طرقاً جديدة لمشاركة المعرفة والوصول إليها. ومن ناحية أخرى، يمكن للقيود التكنولوجية مثل محدودية الوصول إلى التكنولوجيا أو الافتقار إلى المهارات التقنية أن تعيق نقل المعرفة وتبادلها. كما انبثقت مشكلة الدراسة الحالية من حقيقة الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المباشرة على الحياة في كافة المجالات خاصة المجال التعليمي، وقدرتها على تغيير مسار التوجهات التعليمية لدى الطلبة والأساتذة من حيث اعتمادها، فهناك تفاوت كبير في درجة تقبلها بين مؤيد ومعارض نظراً للعديد من السلبيات التي تنطوي على استخدامها من وجهة نظر البعض (أبو راجوح، ٢٠٢١).

وتأسيساً على ما سبق؛ فإن رؤية ورسالة جامعة الملك عبد العزيز تسعى جاهدة لتحقيق أهدافها والارتقاء بمستوى أدائها محلياً وعالمياً، وتبذل قصارى جهدها لاستثمار أحدث ما تم التوصل إليه عبر تكنولوجيا التعليم سواء في التعليم الرسمي أو التعليم غير الرسمي عبر منصات وشبكات التواصل الاجتماعي، وعليه جاءت هذه الدراسة للتحقق من دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز. من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

أسئلة الدراسة

١. ما دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز؟
٢. ما دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز؟
٣. هل هناك فروقاً في دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة تبعاً للمتغيرات التالية: (الجنس (ذكر - أنثى). وطبيعة الانتساب في الجامعة (طالب - موظف)؟

أهداف الدراسة

- تحديد واقع دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز.
- تحديد واقع دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز.
- الكشف عن الفروق في دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز، تبعاً للمتغيرات التالية (الجنس (ذكر - أنثى). وطبيعة الانتساب في الجامعة (طالب - موظف)؟

أهمية الدراسة

- الأهمية النظرية: تنبع من أهمية موضوع إدارة المعرفة عموماً وعملية تبادل المعرفة في الجامعات بوصفها أداة تُساعد على تحقيق رؤية المؤسسة التعليمية ورسالتها. كما تنبع من أهمية تفعيل استخدام الشبكات الاجتماعية في رفع كفاءة ممارسة إدارة المعرفة وتطبيقهما في الجامعة، وحاجتها الملحة إلى تكنولوجيا ملائمة لجعل منصات تبادل المعرفة المؤسساتية مناسبة للوصول إلى المعلومات في أي وقت وفي أي مكان، وتساعد في أتمتة وتوحيد إدارة المعرفة، ومواجهة التحدي الأبرز، ألا وهو خلق ثقافة تبادل المعرفة والتعاون لبناء دورة حياة المعرفة في بناء العمليات وتحفيز نقل المعرفة داخلها، من خلال استثمار دور تكنولوجيا المعلومات في إدارة المعرفة، وتنظيم البيانات وتحدد بناء المعرفة وتخزينها وتجميعها وتوسيعها.

- الأهمية التطبيقية: يؤمل أن تساعد نتائج هذه الدراسة القيادات الأكاديمية في الجامعة في وضع خطة إستراتيجية تعمل على توفير بيئة إيجابية لتعزيز التبادل المعرفي لرفع القدرة التنافسية العالمية للجامعة، وتوجيه الخطط التنفيذية في اتجاه يُسهم في تحسين أداء أعضاء هيئة التدريس وتطوير مهاراتهم، ومواكبة التطورات المعاصرة من خلال استثمار تكنولوجيا التعليم والتعلم غير الرسمي عبر المنصات الاجتماعية في تبادل ونشر المعرفة داخل الجامعات.

مصطلحات الدراسة

- تكنولوجيا المعلومات: عرفها كلا من أوسادشا، أوسادتشي، كروغليك (Osadcha, Osadchy, Kruglyk,) (٢٠٢٠) بأنها " مجموعة برامج الكمبيوتر والأدوات وواجهات برمجة التطبيقات والأجهزة في بيئة العمل لإنشاء ومعالجة وتخزين البيانات الإلكترونية. وقد يشمل ذلك أنظمة التشغيل ومنصات السحابة وقواعد البيانات، وأنظمة الأمان، وهندسة الشبكات وغيرها. وتساعد في إنشاء ومعالجة البيانات الرقمية القيمة مما يخلق سير عمل مناسب في نظام المؤسسة". وعرفتها الباحثة إجرائياً بأنها كافة أنواع البرمجيات والأجهزة والمعدات التي تعالج المعلومات وتديرها وتولدها وذلك باستخدام سواء الحاسوب والتحكم الأوتوماتيكي وتكنولوجيا الاتصالات، أو البرمجيات والذكاء الاصطناعي وهندسة البرمجيات.
- الشبكات الاجتماعية: عَرَفَهَا (السيد، ٢٠١٩) بأنها "تطبيقات اجتماعية افتراضية تتيح تكوّن مجتمع تفاعلي بين الطلبة والمعلمين وأولياء الأمور ويمكن استخدامها كأدوات للتواصل والتفاعل من خلال تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات والمهارات والقيم والملفات والرسائل الكتابية والصوتية والمرئية عبر الأجهزة الذكية أو جهاز الحاسوب بهدف تعزيز الدور التربوي والتعليمي لهذه الوسائل". وعرفتها الباحثة إجرائياً بأنها مواقع الويب التي تتيح تفاعل الأشخاص الذين يتشاركون الاهتمامات نفسها لأغراض اجتماعية، أو تجارية، أو كليهما، ومشاركة المعلومات، والصور، والفيديوهات، وتبادل المعلومات والأفكار في مجتمعات وشبكات افتراضية.
- تبادل المعرفة: عَرَفَهَا كلا من لو وتيان (Lo, Tian, ٢٠١٩) بأنها "عملية تبادل الخبرات بين الأفراد في منظمة، سواء كانت المعلومات الصريحة والضمنية والتي تعمل على تحسين العلاقات الإدارية داخل الشركة". وقد عرفتها الباحثة إجرائياً بأنها عملية نشر المعرفة المكتسبة من خلال التدريب والخبرة، عبر نقل المعرفة الصحيحة إلى الأشخاص الذين يحتاجونها في الوقت المناسب من أجل القيام بمهام جوهرية، عبر وسائل اتصال جيدة وثقافة تشجع على نشرها ضمن حدود المؤسسة التعليمية.

محددات الدراسة

- الحدود الموضوعية: تناولت هذه الدراسة موضوعاً بحثياً محدداً، ألا وهو تأثير تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية على تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز.
- الحدود المكانية: اقتصر تطبيق الدراسة على طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز بفروعها (هيئة تدريس، رؤساء الأقسام واللجان، والقيادات الإدارية والعاملين فيها).
- الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة خلال الفصل الأول من العام الدراسي ٢٠٢٣ م.

الإطار النظري

تلعب تكنولوجيا المعلومات دور الوسيط في إدارة المعرفة فهي تسهل إدارة الوثائق وتخزين البيانات والوصول إلى المعلومات ونشرها وتبادلها وتقاسم الأفكار، ناهيك عن توفيرها حلولاً لإدارة المعرفة وزيادة كفاءة وقدرة إدارة المعرفة (Rinky, ٢٠٢٢). ويشير مفهوم تكنولوجيا المعلومات: إلى استخدام التقنيات الرقمية لتخزين ومعالجة ونقل البيانات والمعلومات، عبر أجهزة الكمبيوتر والخوادم وأجهزة التخزين، بالإضافة إلى مجموعة من البرامج والشبكات والابتكارات الرقمية الأخرى (Pandey, Gupta, Behl, Pereira, Budhwar, Varma, Hassan, Kukreja, ٢٠٢١). أما (Osadcha, Osadchyi, Kruglyk, ٢٠٢٠) فعرفوها بأنها "استخدام أجهزة الكمبيوتر والبرامج والشبكات لإنشاء ومعالجة وتخزين ونقل البيانات الإلكترونية". في حين يرى كلا من (Subashini, Zulkefli, Kamsuriah, ٢٠٢٠) بأنها "مجموعة الوسائل المستخدمة لإنتاج واستغلال توزيع المعلومات بكل أشكالها وعلى اختلاف أنواعها؛ المكتوب، المسموع والمرئي، بمعنى أنها مجموعة التقنيات المستخدمة في معالجة ونقل المعلومات خاصة الإعلام الآلي، الإدارة الإلكترونية، وغيرها من الدعائم الإلكترونية المساعدة في عمليات الاتصال ويشمل عدة عناصر أساسية، هي: الأفراد، الأجهزة، البرمجيات، البيانات، الشبكات.

وتلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً محورياً في تبادل المعرفة بكفاءة، مما يتيح الانتشار السريع للأخبار والتغييرات والتحديثات. وتستوعب الطبيعة المتعددة الوسائط للمحتوى الرقمي أشكالاً مختلفة من التعلم، مما يجعله أكثر شمولاً وسهولة في الوصول إليه. بالإضافة إلى ذلك، فإن كفاءة الموارد التي توفرها التكنولوجيات، مثل المنصات الرقمية، تتوافق مع أهداف الاستدامة، مما يساهم في الممارسات التعليمية الواعية بيئياً (Babu, ٢٠٠٨, Gopalakrishnan). كذلك يشير تيواري (Tiwari, ٢٠٢٢) إن إمكانية الوصول والمرونة التي توفرها التكنولوجيات الرقمية تُمكن المُتعلِّمين الوصول إلى ثروة من الموارد في أي وقت يناسبهم، وتكسر حواجز الزمان

والمكان مما يُعزز ثقافة التعلم المستمر خارج إعدادات الفصول الدراسية التقليدية. ناهيك عن إن تنوع موارد التعلم المتاحة من خلال التكنولوجيا يثري المحتوى التعليمي، ويلبي أنماط التعلم المتعددة.

وفي ذات السياق؛ أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية تغييراً هائلاً على الصعيد الأكاديمي، خاصة مع ظهور نوع جديد من شبكات التواصل الاجتماعي المسماة "شبكات التواصل الاجتماعي العلمية" التي تُعد وسيلة لتثمين الإنتاج الفكري والأكاديمي، كما أن تنوع أساليب الاتصال نتج عنه تعدد في مصادر المعلومات، حيث لم تكنف المعارف بأخذ الشكل المطبوع، وإنما أصبحت تتاح في إطار إلكتروني على شكل "بنوك للبيانات" و"الأرشيف المفتوح" (أبو راجوح، ٢٠٢١). كما أبدى الأكاديميون في السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً بالطرق غير التقليدية لتثمين بحوثهم وتقييم تأثيرهم في الأوساط العلمية إذ تحول اهتمام المجتمع الأكاديمي إلى استخدام قنوات الوسائط الاجتماعية وغيرها من منصات الإنترنت، وقاموا بدمجها في عملهم اليومي، مما انعكس على تسجيل الآثار الرقمية الفريدة لأبحاثهم (الدروبي، ٢٠١٨).

وقد ظهرت العديد من التعريفات للشبكات الاجتماعية، فقد عرفها لي وزملائه (Li, Pitafi, Li, ٢٠٢٢) بأنها "بوابة رقمية تسمح للأفراد بمشاركة الخبرة مع عمال محددين، وبث معلومات مفصلة للجميع، وتحرير وتصفية والوصول إلى محتوى الآخرين دون الاعتماد المتبادل للوقت والمكان". في حين يرى (Nieves, Osorio, ٢٠١٥) أنها "كافة التطبيقات والبرامج والمواقع الإلكترونية التي تستخدم لتسهيل التواصل مع الآخرين وتبادل المعلومات فيما بينهم من خلال أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة الهواتف المحمول". بينما تُعرفها (عبادة، ٢٠١٦) بأنها "صفحات الويب الموجودة على الإنترنت والتي تسهل التواصل والتفاعل النشط بين الأعضاء في عبر خدمات المراسلة الفورية مشاهدة وتبادل الفيديوهات، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات". وقد انتشرت شبكات التواصل الاجتماعي في بداية القرن الحالي، مما جعلها أحد أهم مجالات البحوث الأكاديمية والمنصات العالمية وأساس مهم للتجارة الإلكترونية (Thabit, Jasim, ٢٠١٧). وقد أنشئت أول مدونة Blog عام ١٩٩٤، وأطلق أول موقع تواصل اجتماعي Sixdegrees.com عام ١٩٧٠م سمح بإنشاء ملفات تعريفية لإنشاء صداقات مع الآخرين. وفي عام ٢٠٠٣ ظهرت مواقع تركز على مضمون معين لمشاركات المستخدمين كموقع Flickr للصور وموقع YouTube لمقاطع الفيديو، في عام ٢٠٠٤ انطلق موقع FaceBook كشبكة للتواصل الاجتماعي، كما تم إطلاق موقع SlideShare وموقع Twitter (الصفدي، ٢٠١٥).

وأوضح لام ينغ وشينغ (Lam, Yeung, Cheng, ٢٠١٦) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز تبادل المعرفة داخل المنظمات من خلال التواصل الاجتماعي للموظفين الداخليين، حيث إنها تعمل على تعزيز الاتصال التنظيمي الفعال بينهم ونشر تحديثات الوظائف وطرح الأسئلة ومشاركة أفضل الممارسات. وتسهيل الاتصال

داخلها وتبادل المعلومات واستيعاب المعرفة وتدفعها، والسماح بالوصول إلى كميات هائلة من مصادر المعرفة الخارجية، مما يحسن من ذكاء الأعمال عبر المنظمات. ويشير (Chatterjee, Rana, Dwivedi, ٢٠٢٠) أن وسائل الإعلام ومنها مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً مهماً في نقل المعلومات وتفاصيل القضايا للجمهور، وبذلك أصبحت عملية نشر المعلومات أحد الأدوار المهمة التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تقديم كم كبيرٍ ومتنوع من القضايا والموضوعات التي تهتم المجتمع. ويرى (Ponera, Mubuyaeta, ٢٠٢٣) أن عملية تبادل المعرفة تشير إلى "عملية متبادلة يتشارك فيها الأفراد أو المنظمات التعلم والأفكار والخبرات، مما يؤثر على السياسات والممارسة، وتنعكس فوائدها على الاقتصاد والمجتمع. أما الجوير (Aljuwaiber, ٢٠١٦) أن تبادل المعرفة جزء أساسي من إدارة المعرفة وأحد عمليات إدارة المعرفة الحيوية والضرورية والمتوقعة على نجاح إدارة المعرفة، حيث تتمثل ميزة تبادل المعرفة في أن الناس لديهم معرفة وخبرة مختلفة، وأن مشاركة المعرفة وتبادل هذه المعلومات سيُعزز أدائهم العام وتحسين جودة العمل واتخاذ القرار وحل المشكلات واكتساب المهارات. أما رينكي (Rinky, ٢٠٢٢) فقد أشار إلى أن أبرز المتطلبات الأساسية لتكنولوجيا تبادل المعرفة تتمثل في نقطتين، هما؛ توفر مستودع مركزي لتخزين وتبادل المعرفة وطريقة نشر للتواصل ونقل المعرفة بين الأفراد. وتتمثل النقطة الأولى في استخدام مستودع مناسب أو نموذج مستودع لنظام إدارة المعرفة، والذي يرتبط بإدارة قواعد البيانات والذاكرة التنظيمية. ويساعد هذا المستودع في النقاط المعرفة وتصنيفها والبحث عنها والاشتراك في المحتوى أو المعلومات ذات الصلة وتقديمها في تنسيقات أكثر فائدة عبر سياقات متعددة للاستخدام. أما النقطة الثانية فتتمثل في استخدام وسيلة اتصال أو نشر المعرفة على أساس الدور في نظام قاعدة المعرفة. يتم استخدامه لدعم التفاعلات والاتصال المباشر والاتصال بين الأفراد. وأوضح كلا من (Nieves, Osorio, ٢٠١٥) أن الشبكات الاجتماعية تسمح لأعضائها بالوصول إلى المعرفة الجديدة على نطاق واسع ولتبادل المعرفة وتوفير فرصة ملائمة لخلق المعرفة. ويمكن لنوع الشبكة أن يُحدد التضمين البنوي والعلائقي الأكثر ملاءمة. وبالتالي، فإن القرار بالمشاركة في الشبكات الاجتماعية يتطلب مراعاة البيئات المختلفة لهذه الشبكات وكذلك الجوانب الفردية التي تقدمها.

الدراسات السابقة

تناولت العديد من الدراسات موضوع دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية على تعزيز تبادل المعرفة؛ نوجزها وفقاً للترتيب الزمني التاريخي:

١- الدراسات التي تناولت دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تبادل المعرفة

أجرى راودليوينين، وألباتس، وكورداب (Raudeliuniene, Albat, Kordab, ٢٠٢١) دراسة هدفت تحديد تأثير تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية المدعومة بالتكنولوجيا على كفاءة عمليات إدارة المعرفة في شركات التدقيق والاستشارات في الشرق الأوسط. اتبعت الدراسة المنهج النوعي التحليلي من خلال تحليل الأدبيات العلمية ونمذجة المعادلات الهيكلية وتقييم الخبراء (الاستبيان المنظم) لتطوير نموذج البحث وجمع البيانات من خبراء شركات التدقيق والاستشارات. أشارت النتائج إلى أن تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية تؤثر بشكل إيجابي على دورة إدارة المعرفة داخل شركات التدقيق والاستشارات، بما في ذلك خمس عمليات (الاستحواذ والإنشاء والتخزين والمشاركة والتطبيق).

وهدف دراسة (بويدية، دحماني، ٢٠١٩) التعرف على مدى تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التشارك المعرفي في المؤسسة الاستشفائية ترشين إبراهيم- غرداية، ولتحقيق ذلك وزعت استبانة لجمع المعلومات، على ٦٨ موظفا في المؤسسة. أشارت النتائج إلى مستوى عالٍ من التشارك المعرفي لدى الأطباء والممرضين، كما أشارت إلى أن البعدين (قواعد البيانات ومدى استخدام البرامج والأجهزة الحاسوبية) هي أكثر الأبعاد فعالية في التشارك المعرفي. وفيما يتعلق ببُعد تبادل المعرفة، أشارت النتائج إلى أن التعاون بين الزملاء والتواصل معهم على شكل فرق عمل لتبادل المعلومات والمعرفة داخل المستشفى، والتبادل الخبرة الفردية والدراسة بالمعلومات والمعرفة بشكل طوعي، هي أعلى مستويات التبادل المعرفي، في حين أشار المبحوثين إلى عدم مساهمة البريد الإلكتروني في تبادل المعرفة بين أطباء وممرضى المستشفى. أما بعد نقل المعرفة فجاء بمستوى مرتفع، وهذا يدل على وجود رغبة وتعاون في نقل المعرفة بين المبحوثين، يليه بعد تحويل المعرفة وهو ما يفسر وجود تفاعل بين المبحوثين يسمح بتحويل المعرفة فيما بينهم. أما بعد تبادل المعرفة والأخير فعكس النظرة السلبية لهم نتيجة نقص الأماكن المخصصة لهم للالتقاء وتبادل معارفهم وتحقيق تشارك معرفي فعّال بينهم.

أما دراسة (أحمد، العصيمي، ٢٠١٩) فهدفت التعرف على واقع توظيف القدرات التكنولوجية لتعزيز التشارك المعرفي بين أعضاء هيئة التدريس في جامعة الطائف، والمعوقات التي تواجهها. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، لتحقيق أهداف الدراسة وزعت استبانة مكونة من ٥٤ فقرة موزعة على ٥ محاور، على (٨٧) عضو هيئة تدريس. أظهرت النتائج أن واقع توظيف القدرات التكنولوجية لتعزيز التشارك المعرفي بين أعضاء هيئة التدريس جاء بدرجة مرتفعة. وإلى أن أبرز معوقات توظيف القدرات التكنولوجية لتعزيز التشارك المعرفي، هي: غياب وجود خطة تنظيمية للتشارك المعرفي لأعضاء هيئة التدريس، كثرة المهام الموكلة لأعضاء هيئة التدريس التي قد تبعدهم عن التشارك المعرفي. وأشارت النتائج إلى وجود فروقا في واقع توظيف القدرات التكنولوجية، في أبعاد (سلوكيات

التشارك المعرفي، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فرق العمل) وبالنسبة للأداة ككل، تُعزى لمتغيرات: الجنس، التخصص، سنوات الخبرة، المشاركة في المؤتمرات، وكانت الفروق لصالح: الإناث، والتخصص العلمي، والخبرة (٢١ سنة فأكثر)، والمشاركة في ٥ مؤتمرات فأكثر على التوالي.

وأجرى بريونو (Priyono, ٢٠١٦) دراسة هدفت التحقيق في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم تبادل المعرفة في المنظمات القائمة على المشاريع. من خلال برنامج WhatsApp، وتم استخدام طريقة دراسة الحالة الإثنوغرافية لتحليل البيانات النوعية التي تم جمعها من المقابلات ومناقشات المجموعات البؤرية، من خلال فحص ثلاثة مشاريع في جامعة إندونيسية، تتراوح مدتها (٨ أشهر - عامين). أظهرت النتائج أن أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مفيدة في دعم تبادل المعرفة، مما يؤثر في النهاية بشكل إيجابي على أداء المشروع. واعتمدت فرق المشروع على WhatsApp لنجاح المشاريع. فعلى الرغم من ندرة الاجتماعات وجهاً لوجه، إلا أن التواصل بين الفرق كان مكثفًا للغاية، بدعم من WhatsApp. وأشارت النتائج إلى دعم وتشجيع المديرين على تعزيز تبادل المعرفة بين أعضاء الفريق. بهدف تطوير للمعرفة.

٢- الدراسات التي تناولت دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة

قامت (قنبر، ٢٠٢٢) بدراسة هدفت إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعرفة العلمية وأهمية استخدامها من قبل الباحثين. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي من خلال جمع البيانات بواسطة استبانة إلكترونية. توصلت النتائج إلى أن عدد مواقع المشتركين قد بلغ (١٤) موقعاً، وأكثر المواقع الاجتماعية استخداماً لتلقي ونشر المعرفة العلمية هي: الفيس بوك، والتليجرام، والواتساب، والفايبر، والمانسجر، واليوتيوب، وأن جميع المبحوثين يحصلون على المعرفة الضمنية (تبادل الرسائل والأخبار) من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وقليل منهم لا يحصلون على المعرفة الصريحة (تبادل مصادر المعلومات الإلكترونية). كما أشارت إلى أن أكثر الوسائط استخداماً في نقل المعرفة العلمية هي الرسائل النصية والدرشة وأقلها التسجيلات الصوتية (البصمة الصوتية). وأخيراً؛ خلصت النتائج إلى تنوع الأغراض من استخدام هذه المواقع، وكان أكثرها لغرض تبادل المعلومات والمعارف العلمية وأقلها لغرض الشراء والتسويق والترويج للمنتجات والسلع.

هدفت دراسة بوتون، وبار تال، وأستيرهان (Bouton, Bar Tal, Asterhan, ٢٠٢١) التعرف على رؤى بناء المعرفة التعاونية مقابل واقع تبادل المعرفة من خلال استخدام الطلبة لتكنولوجيا الشبكات الاجتماعية في التعليم العالي. اتبعت الدراسة منهج الاستقصاء التحليلي من خلال جمع النتائج من بيانات التعليم العالي وتقديم تقريراً عن دراستين استقصائيتين ترسمان خريطة لخصائص الاستخدام الذاتي للطلاب لتكنولوجيا الشبكات الاجتماعية

لأغراض الدراسة. في الدراسة الأولى تم جمع البيانات من ٢٦٤ طالباً وطالبة ملتحقون في برامج مرحلة (البكالوريوس). وفي الثانية تم جمع البيانات من ٤٤٩ متدرباً على التدريس في كليات المعلمين. أشارت نتائج الاستقصاء التحليلي إلى أن الطلاب يستخدمون تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية على نطاق واسع لتحميل وربط وتنزيل النتائج المتعلقة بالدراسة في مجموعات تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية الموجهة من قبل الأقران. وهم ينظرون إلى هذه الممارسات بشكل إيجابي ويعتقدون أنها تعمل على تحسين الإنجازات الأكاديمية. وقد تم التنبؤ بالمشاركة من خلال المواقف الإيجابية تجاه المشاركة وتوجهات القيم الجماعية، والتي تحفزها عموماً أسباب اجتماعية وأقل تواتراً في برامج الدراسة التنافسية. وارتبط استخدام المواد المشتركة بأهداف تحقيق تجنب الأداء ومعدل النقاط التراكمي المنخفض. وأظهرت النتائج المجمع للدراسين إلى أن الطلاب يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعية بشكل متكرر وأن هذا الاستخدام يمكن وصفه على أفضل وجه بمشاركة المعرفة، ومشاركة الموارد التعليمية بين الأقران وتحميلها وتبادلها مع مجموعات محددة من الطلاب طوعياً.

وهدفنا دراسة (المقرن وتممبك، ٢٠٢١) إلى قياس درجة توظيف استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض: الدردشة والمناقشة، إنشاء المحتوى، مشاركة الملفات، والاستمتاع والترفيه. وقياس تأثير هذه الأهداف الأربعة لاستخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على مشاركة المعرفة وتعلم الطلاب، وكذلك قياس أثر تبادل المعرفة على أداء تعلم الطلاب، ولتحقيق ذلك تم توزيع استبيان على ٣٥٠ طالباً من طلبة البكالوريوس والدراسات العليا بجامعة الملك سعود. أظهرت النتائج أن هناك علاقات إيجابية كبيرة بين الدردشة والمناقشة ومشاركة الملفات ومشاركة المعرفة والترفيه والاستمتاع، وتعلم الطلاب عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وأن هناك اختلافاً في درجة توظيف أهداف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في مشاركة الملفات، والدردشة، وإنتاج المحتوى، والترفيه والاستمتاع.

أما دراسة تشاتيرجي، وрана، وديفيد (Chatterjee, Rana, Dwivedi, ٢٠٢٠) فهذهت فهم العوامل التي تحدد نية تبادل المعرفة والطبيعة السلوكية للأكاديميين بمساعدة أدوات وسائل التواصل الاجتماعي في التعليم العالي الهندي. ولتحقيق ذلك اعتمدت الدراسة نظرية التكافؤ والأداة والتوقع (VIE) لتحديد سلوك تبادل المعرفة للأكاديميين. وقد نظرت الدراسة في تأثيرات مساهم المعرفة (KC) وطالب المعرفة (KS) كمشرفين. حيث جرى توزيع نموذج استطلاع رأي (٢٢ سؤالاً)، على ٣٢٠ مستجيباً (مشارك للمعرفة، وباحث عن المعرفة) تم اختيارهم عشوائياً من بعض مؤسسات التعليم العالي الهندية. أشارت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين أهمية تبادل المعرفة ونية البحث عن المعرفة. وهذا ينطبق على المشاركين الذين يدركون العجز الكبير في تبادل المعرفة. ومع ذلك، لا تحدث هذه العلاقة بالنسبة لأولئك المشاركين الذين يرون عجزاً منخفضاً في مشاركة المعرفة. مما يدعو إلى

استنتاج أن أهمية تبادل المعرفة تؤثر على نية المساهمة في المعرفة. وأشارت إلى أن أصحاب المصلحة في مؤسسات التعليم العالي يشعرون بحالة العجز في تبادل المعرفة، ويدركون أهمية تبادل المعرفة بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة تأثير تبادل المعرفة.

وأجرى (ثابت وشاكر، ٢٠١٩) دراسة تقييمية لأثار انتشار شبكات التواصل الاجتماعي على توليد المعرفة في المنظمة والتغيرات المحتملة في إدارة المعرفة وانعكاسها على الإبداع الوظيفي، واستعراض أهم التقنيات الحديثة لشبكات التواصل الاجتماعي وخصائص جيل Web ٢.٠ بالإضافة إلى استعراض أهم وظائف شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها مع إدارة المعرفة وانعكاس هذه العلاقة على توليد المعرفة بكافة أنواعها وصولاً إلى أثرها على الإبداع الوظيفي. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال إعداد وتوزيع استبيان على مجموعة من الأكاديميين في جامعة نينوى والجامعة التقنية الوسطى. أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط عالية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في توليد المعرفة والإبداع الوظيفي، كما أشارت إلى أن استخدام هذه الشبكات يعتمد بالدرجة الأساسية على بيئة المستخدم وخلفيته العلمية، حيث أظهر معظم المستخدمين ميلاً إلى استخدام هذه الشبكات لغرض تعزيز وتطوير معرفتهم والبحث عن حلول ومشاركة المعلومات مع الآخرين.

أما دراسة كلا من أنصاري، شهدا نجاد، خالدان، بورساني (Ansari, Shahdadnezhad, Khalidian, Poorsani,) (٢٠١٨) فهدفت التحقق من دور شبكات التواصل الاجتماعي في التبادل العلمي بين أمناء المكتبات العامة. ولتحقيق ذلك تم تصميم استبيان وزع على ١٢٥ من أمناء المكتبات العاملين في المكتبات العامة في محافظة كرمان. خلصت النتائج إلى أن أعلى سجل عضوية في الشبكات الاجتماعية من سنة إلى سنتين، وكان أعلى معدل استخدام من ساعة إلى ساعتين في اليوم، وكانت الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية هي تيليجرام. أما مهارات الكمبيوتر فكانت متوسطة لدى معظم المشاركين. كان للتعليم علاقة مهمة مع مكونات "تعزيز المعرفة"، و"مزايا استخدام الشبكات الاجتماعية"، و"تأثير الشبكات الاجتماعية على المنظمات" و"دور الشبكات الاجتماعية في التبادلات العلمية"، وكان لسجل العضوية ونسبة الاستخدام خلال اليوم علاقة مهمة مع جميع المكونات. في حين وجد أن هناك تأثيراً متوسطاً لدور الشبكات الاجتماعية في الحياة الأكاديمية للأفراد والتبادل الأكاديمي بين أمناء المكتبات.

كما تناول عدداً من الباحثين في دراساتهم عملية تبادل المعرفة بين الطلبة، فقد أجرى عبد الرحمن ومناف (AbdRahman, Manaf, ٢٠٢١) دراسة هدفت تحديد العوامل التي تؤثر على تبادل المعرفة بين الطلاب، لتحقيق ذلك تم توزيع استبيان على (١١٤) طالباً وطالبة من طلبة البكالوريوس في جامعة جيهان - أربيل بالعراق، غطى ستة عوامل: مشاركة الملفات، والمتعة المتصورة، والفائدة المتبادلة المتصورة، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات،

وتوافر التكنولوجيا، وتقاسم المعرفة. أشارت النتائج إلى أن مشاركة الملفات، والمتعة المتصورة، والفائدة المتبادلة المتصورة، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أثرت بشكل إيجابي على تبادل المعرفة بين الطلاب. كما أشارت إلى ضرورة تشجيع الجامعات تبادل المعرفة بين الطلاب من خلال تصميم أنشطة دراسية وتقييمات تتضمن تبادل الملفات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتعزيز المتعة وخلق الوعي بالفوائد المتبادلة لذلك.

المنهج والإجراءات

- مجتمع وعينة الدراسة: تكوّن مجتمع الدراسة من ٢٠٠ طالباً وطالبة من طلبة جامعة الملك عبد العزيز و٢٠٠ موظف من موظفي الجامعة (رؤساء أقسام، إداريين، رؤساء وحدات، قيادات عليا) تم اختيارهم بطريقة غير قصدية.
- أداة الدراسة: قامت الباحثة بأعداد استبانة لقياس دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية على تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز، وذلك بعد مراجعة الإطار النظري والنتائج العلمي الخاص بالموضوع. وتكونت الاستبانة من ٦٠ فقرة وزعت على قسمين؛ الأول: لقياس دور تكنولوجيا المعلومات على تعزيز تبادل المعرفة. والثاني: لقياس دور الشبكات الاجتماعية على تعزيز تبادل المعرفة. غطى كل قسم ٣ محاور (أسباب الاستخدام، دورها في تعزيز تبادل المعرفة، المعوقات) بواقع ٣٠ فقرة في كل قسم. وأعطيت أوزان خاصة لل فقرات. كما جرى توزيع هذه الاستبانة إلكترونياً لسهولة جمع البيانات وتحليلها إحصائياً، حيث استغرق عملية توزيع وجمع هذه الاستبانات حوالي ٢٠ يوماً. واستغرقت عملية تحليل النتائج وتفسيرها شهراً. ولتحديد مستوى الإجابة على فقرات الاستبانة تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي، تصنيف تلك الإجابات إلى خمسة مستويات متساوية في المدى، وتوزعت الفئات وفق التدرج الآتي: موافق بدرجة كبيرة من (٤.٢١ إلى ٥.٠٠). موافق من (٣.٤١ إلى ٤.٢٠). محايد من (٢,٦١ - ٣,٤٠). غير موافق من (١.٨١ إلى ٢.٦٠). غير موافق تماماً (١- ١,٨٠).
- صدق وثبات أداة الدراسة: للتحقق من دلالات صدق مُحتوى الاستبانة تم عرضها على ٨ محكمين من ذوي الاختصاص، وقد أجريت تعديلات على الفقرات في ضوء آراءهم ومقترحاتهم حتى خرجت بالصورة النهائية. ولإستخراج معاملات الثبات طبقت الاستبانة على عينة مكونة من ٢٥ طالباً و٢٥ موظفاً في الجامعة، كما تم التحقق من صدق البناء الداخلي للاستبانة على أفراد العينة الاستطلاعية (ن=٥٠) بإستخراج معاملات ارتباط الفقرة بكل مور لاختبار صدق الاستبانة، حيث تبين أن هنالك علاقات ذات دلالة إحصائية تزيد قوتها عن ٠.٨٠ بين الفقرة والمحور الذي تنتمي إليه، وكذلك بين المحور والدرجة

الكلية للاستبانة، وبما يدل على صدق الاستبانة. كما تمّ التحقق من ثبات أداة الدراسة من خلال استخدام معادلة (كرونباخ - ألفا) لحساب ثبات الاتساق الداخلي، حيث بلغت نسبة الثبات (٨٧,٣٣) وهي نسبة ممتازة كونها أعلى من النسبة المقبولة. وتعتبر هذه معادلة (ألفا كرونباخ) من أهم أدوات القياس للاتساق الداخلي، ويقصد به المستوى الذي يتم فيه فحص مدى الترابط بين محتويات الأداة المستخدمة في الدراسة مع مستوى الإجابات التي يرغب الباحث في تحصيلها.

- منهجية الدراسة والمعالجة الإحصائية: اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة؛ إذ إنه أنسب المناهج الملائمة لموضوع الدراسة، وذلك لاقتصار الدراسة على دراسة دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية على تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز، كما اعتمدت كذلك على المنهج الوصفي التحليلي في جمع المعلومات وتحليل البيانات لمناسبته لأهداف الدراسة. حيث خضعت البيانات الكمية التي جمعت للتحليل باستخدام البرنامج الإحصائي (Spss ٢١)، الذي يوفر ميزة الدقة والوضوح والسرعة نظراً لاستيعابه كميات كبيرة من البيانات التي يتم إدخالها. وقد تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة. واستخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة وتحليل التباين الأحادي لفحص الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة. وهو أداة إحصائية تُستخدم للمقارنة بين متوسطين لعينتين مستقلتين من الأفراد أو المتغيرات. بهدف تحديد ما إذا كان هناك فرق إحصائي معنوي بين متوسطين لعينتين مختلفتين.

النتائج والمناقشة

السؤال الأول: ما دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز؟ للإجابة على هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على فقرات القسم الأول للاستبانة والمتعلق بتأثير تكنولوجيا المعلومات على تعزيز تبادل المعرفة. كما هو موضحاً في جدول ١.

القسم الأول (دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تبادل المعرفة).

جدول ١. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة.

الرقم	المحور	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الموافقة
١	أسباب الاستخدام	المساعدة في معالجة وتحليل كميات كبيرة من البيانات أكثر من القدرات البشرية وبدقة وسرعة تسهم في تبادل البيانات وتؤدي إلى قرارات أكثر علماً واستراتيجية.	٣.٩٧	٠.٩٤	٨٢.٩%	مرتفعة
٢		التوسع الحقيقي في استخدام تقنية المعلومات والاتصالات الذي ينعكس إيجابياً على توسع مجال تبادل المعرفة وتفعيل نشاطاتها المعرفية من خلال إنتاج المعلومات وإدارتها وبثها وتوزيعها للاستفادة منها.	٣.٣٥	١.١٩	٧٧.٦%	متوسطة
٣		إتاحة أنظمة الإدارة وقواعد العمل الداخلية حرية وسهولة التواصل وتبادل المعلومات ومشاركة المعرفة بين العاملين في الجامعة.	٣.٩٢	٠.٩٧	٧٨.٨%	مرتفعة
٤		تحقيق الشعور بالارتياح نتيجة المساعدة المتبادلة في مجال نقل المعرفة بين الزملاء.	٣.٤٢	١.١٤	٧٢.٠%	مرتفعة
٥		تمكين الوصول بحرية إلى غالبية المعلومات والوثائق الضرورية للعمل الجامعي.	٣.٧٤	١,٠٩	٧٥.٠%	مرتفعة
٦		تكوين مصدر أساسي لتنفيذ نشاطات عملية تبادل المعرفة الإدارية بصورة سريعة وفعالة عبر تنظيم حجم ونوعية المعلومات السريعة المتوفرة بواسطة التقنيات الحديثة.	٣.٠٥	١.٣٠	٧٠.٠%	متوسطة
٧		تعزيز التبادل الطوعي للخبرة الفردية والدرامية بالمعلومات والمعرفة الموجودة لدى الموظفين والطلبة.	٣.٨٩	٠.٩٩	٧٩.٠%	مرتفعة
٨		زيادة التفاعل بين العاملين خلال تحويل المعلومات فيما بينهم، من خلال تحويل المعرفة من مجرد أفكار واقتراحات إلى معرفة مكتوبة.	٣.٣٩	١.١٧	٧٧.٨%	متوسطة
٩		أنشاء أداة فعالة لجعل المعرفة في متناول الجميع في المؤسسات التعليمية.	٣.٥٩	١.١٢	٧٤.٠%	مرتفعة

الرقم	المحور	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الموافقة
١٠		تعزيز التعاون بين الجامعات في تبادل الخبرات والتجارب الشخصية من خلال إتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء والأفكار الشخصية خلال مناقشة المواضيع المطروحة.	٣.١٠	١.٢١	٧٢.٠%	متوسطة
		المجموع	٤.١٥	١.١٢	٧٦.٠%	مرتفعة
١١	دورها في تعزيز تبادل المعرفة	دعم عملية نقل المعرفة بنوعها الضمنية والظاهرة بدافع التميز وتحقيق الذات بين المستخدمين.	٣.١٣	١.٢٥	٧٤.٠%	متوسطة
١٢		توفير قواعد بيانات لحفظ الكميات الهائلة من المعلومات والبيانات المتكاملة والشاملة لتبادلها بين الأقسام، واسترجاعها عند الحاجة.	٣.٦٨	١.١٥	٧٩.٥%	مرتفعة
١٣		توفير نظم تصميم حاسوبية لتسهيل عمل المعرفة كالرسوم المتقدمة وأدوات التحليل وأدوات إدارة الوثائق والاتصالات.	٣.٧٧	١.٠٥	٨٠.٠%	مرتفعة
١٤		تسهل أنظمة وأدوات تكنولوجيا المعلومات في دعم قواعد البيانات بالقدرة على معالجة بيانات المعرفة الضبابية غير المكتملة أو الصحيحة جزئياً قبل استخدامها وتبادلها بين المستخدمين.	٣.٨٢	٠.٩٩	٨١.٠%	مرتفعة
١٥		توفر نظم الخوارزميات الجينية المدعومة بالذكاء الاصطناعي مجالاً للبحث عن المعرفة وتبادل الحلول والبدائل المثلى للمشكلات واستبعاد الرديئة منها.	٣.٨٩	٠.٩٦	٨٣.٥%	مرتفعة
١٦		التمتع بخاصية الحماية والخصوصية يمنع من تلاعب أو ضياع البيانات.	٣.٠٠	١.٤٤	٦٤.٧%	متوسطة
١٧		قدرة تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تسريع إيقاع التجديد وإثارة التفاعل وتبادل المعارف.	٣.٧٢	١.١٠	٧٣.٠%	مرتفعة
١٨		تحويل المعارف المتاحة بواسطة المستودعات الرقمية للمعرفة إلى معارف شخصية.	٣.٤٧	١.٠٩	٧٥.٠%	مرتفعة
١٩		تقديم تقارير ومعلومات توضيحية عند حدوث خلل ما.	٣.٥٤	١.٢١	٧٢.٠%	متوسطة
٢٠		دعم تكنولوجيا المعلومات برمجة بعض الأجهزة وأنظمتها بلغة العربية.	٣.١٠	١.٢٩	٧٠.٠%	متوسطة

الرقم	المحور	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الموافقة
		المجموع	٣.٥٤	١.١٦	%٧٥.٥	مرتفعة
٢١	المعوقات	الافتقار إلى قواعد بيانات دقيقة ومتكاملة وشاملة في الجامعة تساعد على تطبيق هذه الأنظمة والتقنيات.	٣.١٥	١.٣٤	%٧٧.٠	متوسطة
٢٢		عدم وضوح الرؤية المستقبلية والسياسة العامة الموحدة لاعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الجامعي.	٣.٩٤	٠.٩٤	%٩٣.٠	مرتفعة
٢٣		قلة البرامج والدعم الإعلامي والتثقيفي في الجامعة لنشر ثقافة تفعيل تكنولوجيا المعلومات في دعم أنظمة إدارة المعرفة وعملياتها كنقل وتبادل ونشر المعرفة.	٣.٣٧	١.٢٠	%٧٢.٦	متوسطة
٢٤		غياب المتابعة المباشرة لتطبيق هذه التكنولوجيا الحديثة.	٣.٢٥	١.٢٩	%٦٩.٥	متوسطة
٢٥		صعوبة مسايرة سرعة التغيير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتكلفة التدريب الدوري للطلبة والمنسوبين في ضوء تحدياتها.	٤.٠١	٠.٨٧	%٨٧.١	مرتفعة
٢٦		تخوف القيادات الإدارية من العبث بالمعلومات المتوخاة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.	٣.٤٤	١.١٠	%٧٠.٢	مرتفعة
٢٧		عدم توافر وتهيئة البنى التحتية اللازمة لإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم الجامعي	٣.٨٧	٠.٩١	%٧٥.١	مرتفعة
٢٨		عدم توافر التصور الواضح لأهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكيفية تحقيق النتائج المرجو منها في تحقيق تبادل المعرفة.	٣.٩١	٠.٩٧	%٨٦.٣	مرتفعة
٢٩		قلة التمويل اللازم لمواكبة التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات، وعدم توفر الدعم المادي والفني في المؤسسات التعليمية.	٣.٣٣	١.٢٥	%٧٤.٣	متوسطة
٣٠			اختلاف القياسات والمواصفات من حيث الأنظمة والأجهزة المستخدمة مما يشكل صعوبة من ناحية أمن المعلومات والبيانات التي سيتم مشاركتها.	٣.١٩	١.٣٨	%٧٢.٠
		المجموع	٣.٥٥	١.١٣	%٧٧.٥	مرتفعة

الرقم	المحور	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الموافقة
		المجموع الكلي	٣.٧٥	١.١٤	٧٦.٣%	مرتفعة

يتبين من الجدول أعلاه؛ أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد العينة على فقرات القسم الأول (دور تكنولوجيا المعلومات على تعزيز تبادل المعرفة) قد بلغ (٣,٧٥)، وانحراف معياري (١,١٤)، وهي ذات دلالة إحصائية مرتفعة عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، ويمكن القول إن هذه النتيجة تعكس الدور العالي لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز تبادل المعرفة لدى الطلبة والمنسوبين. ويُمكن عزو هذه النتيجة إلى امتلاك جامعة الملك عبد العزيز وسائل وأدوات تكنولوجيا المعلومات متميزة تُسهم في تحقيق التفاعل والتبادل المعرفي مثل توافر برامج وأنظمة إدارة المعرفة وإدارة الوثائق وقواعد البيانات، وتوفر أجهزة حاسوبية حديثة في المختبرات والمعامل والمكتبات، وأدوات مناسبة لأداء مهامهم المطلوبة مثل البريد الإلكتروني الجامعي والخاص. بالإضافة إلى تميز الجامعة ببرامجها التدريبية المقدمة للطلبة والمنسوبين، والذي يعزز قدراتهم وإمكاناتهم على استخدام هذه البرامج والأجهزة الحاسوبية والهاتف وبرامج الاتصال وقواعد البيانات وتبادل ونقل المعرفة ومشاركتها. اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Raudeliuniene, Albats, Kordab, ٢٠٢١) التي أشارت إلى أن تكنولوجيا المعلومات تؤثر بشكل إيجابي على دورة إدارة المعرفة ومنها عمليات (الاستحواذ والإنشاء والتخزين والمشاركة والتطبيق) داخل شركات التدقيق والاستشارات. كما اتفقت مع دراسة (أحمد، العصيمي، ٢٠١٩) التي أشارت إلى أن واقع توظيف القدرات التكنولوجية لتعزيز التشارك المعرفي بين أعضاء هيئة التدريس في جامعة الطائف بدرجة مرتفعة. في حين تعارضت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (بويدية، دحماني، ٢٠١٩) التي أشارت إلى أن بُعد تبادل المعرفة جاء بدرجة منخفضة تعكس النظرة السلبية من قبل أطباء وممرضى المستشفى نتيجة نقص الفرص والإمكانات المخصصة لهم للالتقاء وتبادل معارفهم، والتي تَحُدّ من تحقيق تشارك معرفي فعّال بين أطباء المستشفى.

ويظهر من بيانات الجدول أعلاه؛ أن المتوسط العام للمتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على محور أسباب استخدام تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تبادل المعرفة، كانت ٤.١٥ وهو مستوى موافقة مرتفع. حيث يُلاحظ أن أبرز ثلاث أسباب مرتبة تنازلياً كالاتي: في المرتبة الأولى، جاءت الفقرة التي تنص على " المساعدة في معالجة وتحليل كميات كبيرة من البيانات أكثر من القدرات البشرية وبدقة وسرعة لتسهم في تبادل البيانات وتؤدي إلى قرارات أكثر علماً واستراتيجية". وبأعلى نسبة اتفاق لأفراد العينة. وجاء في المرتبة الثانية الفقرة التي تنص على " إتاحة أنظمة الإدارة وقواعد العمل الداخلية حرية وسهولة التواصل وتبادل المعلومات ومشاركة المعرفة بين العاملين في الجامعة". وفي المرتبة الثالثة، الفقرة التي تنص على " تعزيز التبادل الطوعي للخبرة

الفردية والدراية بالمعلومات والمعرفة الموجودة لدى الموظفين والطلبة". ويمكن عَزُو هذه النتيجة إلى حرص الجامعة على توفير بيانات أكثر دقة وملائمة وإتاحتها للجميع بحرية وطوعية وسهولة لاستثمارها في تحقيق التميز الإداري. وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (بويدية، دحماني، ٢٠١٩) التي أشارت إلى أن التعاون بين الزملاء والتواصل معهم على شكل فرق عمل لتبادل المعلومات والمعرفة والخبرة الفردية بشكل طوعي، هي أعلى مستويات التبادل المعرفي.

ويظهر من الجدول أعلاه؛ أن المتوسط العام للمتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على محور دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تبادل المعرفة، كان ٣.٥٤ وهو مستوى موافقة مرتفع، حيث يُلاحظ أن أبرز هذه الأدوار هي: في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على " توفر نظم الخوارزميات الجينية المدعومة بالذكاء الاصطناعي مجالاً للبحث عن المعرفة وتبادل الحلول والبدائل المثلى للمشكلات واستبعاد الرديئة منها". وبأعلى نسبة اتفاق لأفراد العينة. وجاء في المرتبة الثانية الفقرة التي تنص على "تسهل أنظمة وأدوات تكنولوجيا المعلومات في دعم قواعد البيانات بالقدرة على معالجة بيانات المعرفة الضبابية غير المكتملة أو الصحيحة جزئياً قبل استخدامها وتبادلها بين المستخدمين". أما المرتبة الثالثة فكانت للفقرة التي تنص على "توفير نظم تصميم حاسوبية لتسهيل عمل المعرفة كالرسوم المتقدمة وأدوات التحليل وأدوات إدارة الوثائق والاتصالات. ويمكن عَزُو هذه النتيجة إلى أن العالم يعيش اليوم عصر تكنولوجيا المعلومات التي تعتمد على نظم الاتصالات الحديثة عرب الأقمار الصناعية. وأنظمة الحاسوب المتطورة في تجميعها ومعاملتها في إطار تكنولوجيا المعلومات واتخاذها قاعدة للبيانات وقاعدة للمعلومات من أجل استغلالها لأغراض اتخاذ القرارات وتبادل المعارف. وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (بويدية، دحماني، ٢٠١٩) التي أشارت إلى أن البعدين (قواعد البيانات ومدى استخدام البرامج والأجهزة الحاسوبية) أكثر الأبعاد فعالية في التشارك المعرفي.

ويظهر من الجدول أعلاه؛ أن المتوسط العام للمتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على محور معيقات تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تبادل المعرفة، كان ٣.٥٥ وهو مستوى موافقة مرتفع، حيث يُلاحظ أن أبرز هذه المعوقات هي: في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص " صعوبة مسايرة سرعة التغيير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتكلفة التدريب الدوري للطلبة والمنسوبين في ضوء تحدياتها". وبأعلى نسبة اتفاق لأفراد العينة. وجاء في المرتبة الثانية الفقرة التي تنص على عدم وضوح الرؤية المستقبلية والسياسة العامة الموحدة لاعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الجامعي". أما المرتبة الثالثة فكانت للفقرة التي تنص على "عدم توافر التصور الواضح لأهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكيفية تحقيق النتائج المرجو منها في تحقيق تبادل المعرفة". وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (أحمد، العصيمي، ٢٠١٩) التي أشارت إلى أن

أبرز معوقات توظيف القدرات التكنولوجية لتعزيز التشارك المعرفي، هي؛ غياب وجود خطة تنظيمية للتشارك المعرفي لأعضاء هيئة التدريس، كثرة المهام المؤكدة لأعضاء هيئة التدريس التي قد تبعدهم عن التشارك المعرفي. السؤال الثاني: ما دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز؟ للإجابة على هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على فقرات القسم الثاني للاستبانة والمتعلق بتأثير الشبكات الاجتماعية على تعزيز تبادل المعرفة. كما هو موضحاً في جدول ٢.

جدول ٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة القسم الثاني (دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة).

الرقم	المحاور	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
١		إتاحة فرصة تقاسم المعارف والبيانات والخبرات بشفافية.	٤.٠٩	٠.٨٠	%٧٧.٠	مرتفعة
٢		تنمية الإبداع والابتكار لدى الأفراد والشعور بالثقة والتواصل المفتوح خلال نقل المعرفة وتبادلها.	٢.٩٥	١.٧٧	%٧٢.٠	متوسطة
٣		دعم التواصل مع زملاء العمل والدراسة ومشاركتهم الأفكار والخبرات الفردية.	٣.١٣	١.٤١	%٧٧.٨	متوسطة
٤	أسباب استخدام	تحديث المعرفة والمعلومات وإعادة استخدامها في المواقف التعليمية والمهنية المختلفة.	٣.٣٧	١.٣٣	%٧٨.٩	متوسطة
٥	الشبكات الاجتماعية في	الاستخدام من أجل البحث عن معلومات في مجال الاختصاص الدقيق والإفادة من التجارب الذاتية والخبرات المتراكمة.	٤.٢٢	٠.٧٦	%٨٨.٩	مرتفعة
٦	تبادل المعرفة.	دعم الانفتاح في الاتصالات وزيادة المشاركة في المعلومات	٣.٣٦	١.٣١	%٧٢.٠	متوسطة
٧		تشكيل مصدر جديد وسريع للأخبار العاجلة والهامة في مجال التعليم والتعلم	٢.٦٧	١.٧٠	%٦٥.٠	متوسطة
٨		إيجاد بيئة عمل تسهم في تخفيف ضغوط العمل وتوفير الوقت.	٣.٨٩	٠/٩٥	%٧٥.٠	مرتفعة
٩		تحقيق المسؤولية المجتمعية من خلال تبادل الخبرات بين الأشخاص ذوي الخبرة الذين تجمعهم	٤.٠١	٠.٨٥	%٧٠.٠	مرتفعة

الرقم	المحاور	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
		نفس الاهتمامات للتشارك في حل المشكلات وتقديم الحلول.				
١٠		زيادة قوة التنظيم المؤسسي من خلال تغيير الثقافة وإعطاء قيمة لأفراد، وتعزيز مبدأ التشاور والنقاش.	٣.٣٠	١.٤٣	%٧٦.٠	متوسطة
		المجموع	٣.٤٩	١.٢٣	%٦٨.٢	متوسطة
١١		دعم التواصل العلمي مع المستخدمين لنشر وتبسيط المفاهيم العلمية وتوجيهها بطرق مبتكرة وقابلة للفهم لجذب اهتمام واستيعاب أكبر عدد من المتعلمين والموظفين.	٢.٨٠	١.٧٣	%٧٢.٠	متوسطة
١٢	دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة	القدرة على التأثير على الأفراد والمجتمع من خلال التعرف على مفاهيم الآخرين وأفكارهم وتبادلها، مما يعزز الوعي العام بالمسائل العلمية والتقنية.	٣.٣٩	١.٤٠	%٨٠.٨	متوسطة
١٣		تشكيل مصدرًا هامًا لتبادل المعلومات والمعرفة، تمكن المهتمين الاطلاع على محتوى تعليمي ومقالات مفيدة ونصائح من الخبراء في مجالات متنوعة.	٤.٠٥	٠.٤٠	%٨١.٠	مرتفعة
١٤		تعزيز التواصل والتعاون العلمي التفاعلي في المؤسسات التعليمية، وتسهيل الوصول إلى المصادر العلمية وتبادل المعرفة.	٤.١٩	٠.٧٥	%٨٨.٠	مرتفعة
١٥		توفير بيئة تفاعلية لتبادل المعرفة والخبرات، تعزز التفاعل والتعلم النشط عبر طرح الاستفسارات والمناقشة العلمية مع الخبراء والمهتمين، ومشاركة الفيديوهات التعليمية والمحاضرات المباشرة وورش العمل.	٤.١٥	٠.٧٩	%٨٥.٨	مرتفعة
١٦		تسهيل الوصول للموارد التعليمية المجانية، لاستخدامها لتعلم مهارات جديدة أو تطوير معرفة في مجال معين.	٣.٣٢	١.٤٤	%٧١.٠	متوسطة
١٧		السماح بنشوء الشخصية الإلكترونية المتفاعلة، وتحفيز الشخصيات خاصة الانعزالية الانطوائية على التفاعل في أجواء تعلم أفضل ومنحهم القدرة على الأداء الأفضل.	٣.٠٨	١.٤٠	%٧٧.٨	متوسطة

الرقم	المحاور	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
١٨		تعزيز المعرفة الذاتية وتطويرها من أجل البحث عن حلول تقنية مبتكرة لتطوير العمل.	٢.٧٣	١.٦٦	%٧٤.٠	متوسطة
١٩		العمل كفريق عمل افتراضي لمشاركة الأفكار وتحديثها وتحسينها في ضوء التغذية العكسية المقدمة بين الجمهور في هذه الشبكات.	٢.٧٠	١.٦١	%٧٢.٠	متوسطة
٢٠		تشكيل المعارف والاتجاهات لدى الأفراد تجاه مسائل علمية معينة، من خلال المعلومات التي يتم نشرها ومشاركتها في هذه المنصات.	٢.٩٥	١.٧٧	%٧٢.٠	متوسطة
		المجموع	٣.٣٣	١.٣٤	%٧٠.٠	متوسطة
٢١		ضعف الدعم والتشجيع على استخدام الشبكات الاجتماعية في التعليم الجامعي.	٢.٨٨	١.٧٩	%٧٦.٠	متوسطة
٢٢		زيادة الأعباء التدريسية والإدارية والتعليمية وعدم مساعدتها على توظيف الشبكات الاجتماعية في نقل وتبادل المعرفة.	٣.٧٧	٠.٨٩	%٧٨.٩	مرتفعة
٢٣		عدم توفر نماذج إرشادية ضمن المقررات الدراسية أو اللوائح الإدارية توضح كيفية توظيف الشبكات الاجتماعية في عملية تعزيز التبادل الطوعي للخبرة الفردية والبيانات والمعرفة الموجودة لدى الموظفين والطلبة.	٢.٦٤	١.٧٤	%٧٢.٠	متوسطة
٢٤	المعوقات	غياب وجود قيادات إدارية تؤمن بأهمية استخدام الأساليب الحديثة في التعليم، وبالدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في العملية التعليمية خاصة بوجود أنظمة التعلم عن بعد.	٢.٦٧	١.٧٠	%٦٥.٠	متوسطة
٢٥		عدم تلقي التدريب الملائم في العمل أو الدراسة حول كيفية توظيف الشبكات الاجتماعية في مشاركة المعلومات وتبادلها ونشرها.	٣.٩٩	٠.٩٥	%٧٠.٢	مرتفع
٢٦		الحاجة إلى مهارات وقدرات متقدمة في تصميم محتوى وأنشطة تتلاءم مع أنظمة الشبكات الاجتماعية المستخدمة.	٢.٦٤	١.٧٤	%٧٥.٠	متوسطة

الرقم	المحاور	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
٢٧		نقص المهارات التكنولوجية في توظيف الشبكات الاجتماعية في المساعدة المتبادلة في مجال نقل المعرفة بين الزملاء	٤.١٠	١.٠٩	٧١.٠%	مرتفعة
٢٨		ضعف الحوافز الذاتية والحوافز المتعلقة بأهمية استخدام الشبكات الاجتماعية في عملية إدارة المعرفة وتنظيمها وتبادلها بشكل تقني.	٢.٧٦	١.٨٢	٧٦%	متوسطة
٢٩		التخوف من بعض سلبيات الشبكات الاجتماعية في التعليم كانتهاك حقوق الخصوصية لدى الطلبة، أو التخوف من انشغال الطلبة عن المحتوى التعليمي أو الموظفين عن مهامهم الإدارية.	٢.٨٩	١.٧٨	٧٤.٥%	متوسطة
٣٠		نقص التنظيم المنطقي لبعض محتويات المعلومات المتوفرة على الشبكة	٢.٧٣	١.٨٤	٧٨.٦%	متوسطة
		المجموع	٣.١٠	١.٥٤	٧٣.٧%	متوسطة
		المجموع الكلي	٣.٣٠	١.٣٧	٧٠.٧%	متوسطة

يتبين من الجدول أعلاه؛ أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد العينة على فقرات القسم الأول من الاستبانة (دور الشبكات الاجتماعية على تعزيز تبادل المعرفة) قد بلغ (٣.٣٠)، وانحراف معياري (١.٣٧)، وهي ذات دلالة إحصائية متوسطة عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وتعكس هذه الدلالة الدور المتوسط في تعزيز تبادل المعرفة لدى الطلبة والمنسوبين. ويُمكن عَزْوُ هذه النتيجة إلى أنه على الرغم من الإقبال الكبير من الأجيال الحالية على استخدام الأجهزة الذكية التي أصبحت تشغل جزءاً كبيراً من أعمالهم ومهامهم، إلا أن عملية تقبل الطلبة للتعلم، وتقبل العاملين لإتمام مهامهم الإدارية والمهنية باستخدام الشبكات الاجتماعية بدلاً من استخدام الأساليب التقليدية لا زالت بحاجة إلى إعداد وتحضير مُسبق ومخطط، كما أن توظيفها في التدريس لا زال بحاجة إلى تفعيل أكبر، كما أن هناك البعض من الطلبة والمنسوبين ممن يبدون مقاومة للتغيير وعدم القناعة بأهمية استخدام هذه الشبكات في التدريس، خاصة مع وجود أعداد كبيرة من الطلبة في الفصل الواحد، أو الخوف من انتهاك خصوصيات المنسوبين أو الطلبة. وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Ansari, Shahdadnezhad, ٢٠١٨, Khalidian, Poorsani) التي أشارت إلى وجود تأثيراً متوسطاً لدور الشبكات الاجتماعية في الحياة الأكاديمية للأفراد والتبادل الأكاديمي بين أمناء المكتبات. في حين اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Raudeliuniene, Albats,)

(Kordab, ٢٠٢١) التي أشارت إلى أن الشبكات الاجتماعية تؤثر بشكل إيجابي وعال على دورة إدارة المعرفة وعمليات (الاستحواذ والإنشاء والتخزين والمشاركة والتطبيق) داخل شركات التدقيق والاستشارات.

ويتبين من الجدول؛ أن المتوسط العام للمتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على محور أسباب استخدام الشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة، كانت ٣,٤٩ وهو مستوى موافقة متوسطة. حيث يُلاحظ أن أبرز ثلاث أسباب لاستخدام هذه الشبكات لتعزيز تبادل المعرفة مرتبة تنازلياً كالآتي: في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على " الاستخدام من أجل البحث عن معلومات في مجال الاختصاص الدقيق والإفادة من التجارب الذاتية والخبرات المتراكمة". وبأعلى نسبة اتفاق لأفراد العينة. وجاء في المرتبة الثانية الفقرة التي تنص على " إتاحة فرصة تقاسم المعارف والبيانات والخبرات بشفافية". وفي المرتبة الثالثة: جاءت الفقرة التي تنص على " تحقيق المسؤولية المجتمعية من أجل تبادل الخبرات بين الأشخاص ذوي الخبرة الذين تجمعهم نفس الاهتمامات للمشاركة في حل المشكلات وتقديم الحلول". أما أقل الاستخدامات فكانت للفقرة التي تنص على " تنمية الإبداع والابتكار لدى الأفراد والشعور بالثقة والتواصل المفتوح خلال نقل المعرفة وتبادلها". وبأقل متوسط حسابي. وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (المقرن، متمب، ٢٠٢١) التي أشارت إلى أن هناك اختلافاً في درجة توظيف أهداف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في مشاركة الملفات، والدرشة، وإنتاج المحتوى، والترفيه، والاستمتاع. كما اتفقت مع دراسة (Chatterjee, Rana, Dwivedi, ٢٠٢٠) التي أشارت إلى وجود علاقة إيجابية بين أهمية تبادل المعرفة ونية البحث عن المعرفة.

ويظهر من الجدول أعلاه؛ أن المتوسط العام للمتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على محور دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة، كان ٣.٣٣ وهو مستوى موافقة متوسطة، حيث يُلاحظ أن أبرز هذه الأدوار هي: في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على " تعزيز التواصل والتعاون العلمي التفاعلي في المؤسسات التعليمية، وتسهيل الوصول إلى المصادر العلمية وتبادل المعرفة". بتلاه في المرتبة الثانية: الفقرة التي تنص على "توفير بيئة تفاعلية لتبادل المعرفة والخبرات، تعزز التفاعل والتعلم النشط عبر طرح الاستفسارات والمناقشة العلمية مع الخبراء والمهتمين، ومشاركة الفيديوهات التعليمية والمحاضرات المباشرة وورش العمل". وأخيراً؛ الفقرة التي تنص على الدور في "تشكيل مصدرًا هامًا لتبادل المعلومات والمعرفة، يُمكّن المهتمين الاطلاع على محتوى تعليمي ومقالات مفيدة ونصائح من الخبراء في مجالات متنوعة".

كما يتبين من الجدول أعلاه؛ أن المتوسط العام للمتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على محور معيقات استخدام الشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة، كان ٣.١٠ وهو مستوى موافقة متوسط، حيث يُلاحظ أن أبرز هذه المعوقات في المرتبة الأولى، جاء الفقرة التي تنص على "نقص المهارات التكنولوجية في

توظيف الشبكات الاجتماعية في المساعدة المتبادلة في مجال نقل المعرفة بين الزملاء". وفي المرتبة الثانية، الفقرة التي تنص على "عدم تلقي التدريب الملائم في العمل أو الدراسة حول كيفية توظيف الشبكات الاجتماعية في مشاركة المعلومات وتبادلها ونشرها". وفي المرتبة الثالثة جاءت الفقرة التي تنص على "زيادة الأعباء التدريسية والإدارية والتعليمية وعدم مساعدتها على توظيف الشبكات الاجتماعية في نقل وتبادل المعرفة". وقد اتفقت هذه الدراسة مع دراسة (Ansari, Shahdadnezhad, Khalidian, Poorsani, ٢٠١٨) التي أشارت إلى توسط مهارات استخدام الكمبيوتر لدى معظم المشاركين أمناء المكتبات العامة في تحقيق التبادل العلمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

السؤال الثالث: هل هناك فروق في دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تبادل المعرفة لدى طلبة وموظفي جامعة الملك عبد العزيز تبعاً للمتغيرات التالية؛ (الجنس (ذكور، إناث)، وطبيعة الانتساب في الجامعة (موظف - طالب)؟ للإجابة على هذا التساؤل تم استخدام اختبار "ت" T-test للعينات المستقلة لمعرفة دلالة الفروق بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتحديد الفروق في دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تعزيز تبادل المعرفة تبعاً لاختلاف (الجنس، وطبيعة الانتساب في الجامعة)، كما هو موضحاً في جدول ٣.

جدول ٣. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لتحديد الفروق في دور تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تبادل المعرفة تبعاً للمتغيرات (الجنس، وطبيعة الانتساب في الجامعة).

العينة	العمر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت) المحسوبة	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
الجنس	ذكور	٣.٦١	٠.٨٣	١.٣٠٦	١٩٨	٠.١٩٤
	إناث	٢.٦١	١.٥٠			
طبيعة الانتساب في الجامعة	منسوب	٣.٨٧	٠.٩١	١.٠٣٧	١٩٨	٠.٨١٣
	طالب	٣.١٠	١.٠٢			
الكلية		٣.١١	١.١٦	١.١٧٢	١٩٨	*٠.٠٤٨
		٣.٤٩	٠.٩٧			

يتبين من بيانات الجدول أعلاه؛ وجود فروقاً دالة إحصائياً بين متوسط استجابات أفراد الدراسة لتأثير تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تبادل المعرفة، وذلك تبعاً لاختلاف الجنس (ذكور - إناث)، وجاءت هذه الفروق لصالح فئة الذكور. حيث عكست استجابات أفراد العينة درجة قوية من الاتفاق على أن متغير الجنس له تأثير على وجهات نظر أفراد الدراسة لتأثير تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في

تبادل المعرفة. ويُعزى ذلك إلى طبيعة الظروف الاجتماعية، ومراعاة للعادات والتقاليد التي تحكم المجتمع في تبادل المعارف والخبرات مع الزملاء، والتي بدورها تفرض بعض القيود على السلوكيات المهنية للإناث في عملية التواصل والتفاعل مع الزملاء والأخرين. وقد اختلفت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (أحمد، العصيمي، ٢٠١٩) التي أشارت إلى وجود فروقاً دالة إحصائياً في واقع توظيف القدرات التكنولوجية لتعزيز التشارك المعرفي بين أعضاء هيئة التدريس، تُعزى لمتغير الجنس، وكانت الفروق لصالح الإناث. كما تُظهر بيانات الجدول أعلاه؛ وجود فروقاً دالة إحصائياً بين متوسط استجابات أفراد الدراسة لتأثير تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تبادل المعرفة، وذلك تبعاً لاختلاف طبيعة الانتساب في الجامعة (موظف - طالب)، وجاءت هذه الفروق لصالح فئة الموظفين. حيث عكست استجابات أفراد العينة درجة قوية من الاتفاق على أن متغير طبيعة الانتساب له تأثير على وجهات نظر أفراد الدراسة لتأثير تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية في تبادل المعرفة. ويُعزى ذلك إلى ما تتميز به عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بُعد بجامعة الملك عبد العزيز من حرص على رفع كفاءة منسوبيها التكنولوجي وإكسابهم كافة المهارات التكنولوجية في التعليم في ضوء مستجدات العصر، إضافة إلى الحوافز الذاتية والشخصية لدى المنسوبين في توظيف هذه الشبكات في عملهم وذلك لميزاتها في سهولة الوصول إلى المعلومات وتبادلها بأسرع وقت، كما تُعزو الباحثة هذه النتيجة إلى تفضيل الطلبة على استقصاء المعلومات وتبادلها بقنوات التعلم الرسمية بدلاً من قنوات التعلم الغير رسمية باعتبارها أكثر موثوقة. وهذا ما أشارت إليه نتيجة دراسة (ثابت، شاكر، ٢٠١٩) التي أشارت إلى أن استخدام الشبكات في الجامعة يعتمد بالدرجة الأساسية على بيئة المستخدم وخلفيته العلمية، حيث أظهر معظم منسوبي جامعة نينوى والجامعة التقنية الوسطى ميل إلى استخدام هذه الشبكات لغرض تعزيز وتطوير معرفتهم والبحث عن حلول ومشاركة المعلومات مع الآخرين. في حين اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Bouton, ٢٠٢١, Bar Tal, Asterhan) التي أشارت إلى أن الطلاب يستخدمون تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية على نطاق واسع وبشكل متكرر لتحميل وربط وتنزيل النتائج المتعلقة بالدراسة، وينظرون إلى هذه الممارسات بشكل إيجابي ويعتقدون أنها تعمل على تحسين الإنجازات الأكاديمية.

التوصيات

أوصت الباحثة بضرورة الاهتمام بإنشاء مواقع تواصل أكاديمية مدعومة بأحدث أدوات وأنظمة تكنولوجيا التعليم، والمتمثلة في الإنترنت والأجهزة الكافية للطلاب والدعم الفني من أجل تهيئة الظروف المناسبة بهدف توظيف الشبكات الاجتماعية لنشر ومشاركة المعرفة العلمية وجعلها متاحة للجميع. كما أوصت بحث

الأكاديميين على استثمار الشبكات الاجتماعية لتبادل المعارف والخبرات والثقافات مع ذوي الاختصاص محلياً وعالمياً، مع وضع لائحة تنظيمية لتنظيم آلية استخدام هذه الشبكات في التعليم الجامعي.

المراجع

المراجع العربية

أبو راجوح، علا. (٢٠٢١). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في العملية التعليمية. المجلة العلمية للنشر العلمي، ع ٣٥،

١٨١-١٦١

Abu Rajuh, Ula. (٢٠٢١). Šabakāt al-ttawāsul al-ijtimā'ī wa-dawruhā fi al-'amaliyyah al-tta'līmiyyah. al-Mağallah al-'Ilmiyyah li-Nnšar al-'Ilmi, 'adad ٣٥, ١٦١-١٨١.

أحمد، محمد،، العصيمي، خالد. (٢٠١٩). توظيف القدرات التكنولوجية لتعزيز التشارك المعرفي بين أعضاء هيئة التدريس من وجهة نظر القيادات الأكاديمية في جامعة الطائف. مجلة العلوم التربوية - كلية التربية بالغرقة - جامعة جنوب الوادي. ٢

(٤)، ١ - ٦٠.

Aḥmad, M., & Al-Osaimi, K. (٢٠١٩). Tawzīf al-qudurāt al-ttiknūlūgiyyah li-ta'zīz al-ttašāruk al-ma'rifi bayna a'ḍā' hay'at al-ttadrīs min wiġhat naẓar al-qiyādāt al-'akādīmiyyah fi ġāmi'at al-Ṭṭā'if. Mağallat al-'Ulūm al-Ttarbawīyah, Kulliyat al-ttarbiyah bi-l-Ġardaqaḥ - Ġāmi'at Ġanūb al-Wādī. ٢(٤), ١-٦٠.

بويدية، نعيمة،، دحمانى، نسرین. (٢٠١٩). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التشارك المعرفي؛ دراسة حالة المؤسسة العمومية الاستشفائية ترشين إبراهيم-غرادية. [رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم التسيير، كلية إدارة الأعمال، جامعة قاصدي مرياح - ورقلة].

Buwaydiyyah, N., & Dahmani, N. (٢٠١٩). Aṭar istiḥdām tiknūlūgiyā al-ma'lūmāt wa al-ittisāl 'alā al-ttašāruk al-ma'rifi; dirāsāt ḥālat al-mu'assasah al-'umūmiyyah al-istišfā'iyyah Taršīn Ibrahim - Ġardāyah. [Risālat Māğistūr ġayr Manšūrah, Qism 'Ulūm Iqtisādiyyah wa-'Ulūm Tiġāriyyah wa-'Ulūm al-Ttasyīr, Kulliyat Idārat al-'A'māl, Ġāmi'at Qāsidī Marbāḥ-Warqalah]

ثابت، ثابت،، شاكر، أنس. (٢٠١٩). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على توليد المعرفة وتعزيز الإبداع الوظيفي. تم الاطلاع

بتاريخ ٢٠٢٤/٣/١ للاطلاع: <https://journals.sagepub.com/doi/10.2466/pms.1997,84,2,689>

Thabit, T., & Shakir, A. (٢٠١٩). Ta'īr šabakāt al-ttawāsul al-iġtimā'ī 'alā tawlīd al-ma'rifah wa-ta'zīz al-ibdā' al-wazīfī. Tamma al-iṭṭilā' bi-tāriḥ ١/٣/٢٠٢٤ lil-iṭṭilā': <https://journals.sagepub.com/doi/10.2466/pms.1997,84,2,689>

الدروبي، أحمد. (٢٠١٨). مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية. المجلة العلمية للنشر العلمي، ع ١.

Al-Darubi, A. (٢٠١٨). Mawāqi' al-ttawāsul al-iġtimā'ī wa aṭaruhā 'alā al-'alāqāt al-iġtimā'iyyah. al-Mağallah al-'Ilmiyyah li-Nnašr al-'Ilmi, 'adad ١

السيد، جهاد. (٢٠١٩). تصورات معلمي المرحلة الأساسية في الأردن نحو معوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في

العملية التعليمية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث - العلوم الإنسانية. ٢٣(٨)، ١٢٤١-١٢٧٢.

Al-Sayyid, J. (٢٠١٩). Tašawwūrāt mu'allimī al-marḥalah al-'asāsiyyah fi al-urdun naḥwa mu'awwiqāt istiḥdām wasā'il al-ttawāsul al-iġtimā'ī fi al-'amaliyyah al-tta'līmiyyah. Mağallat Ġāmi'at al-Nnaḡāḥ lil-Aḥbāt, al-'Ulūm al-'Insāniyyah. ٢٣(٨)، ١٢٤١-١٢٧٢.

الصفدي، حسن. (٢٠١٥). استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي وإشباع المتحقة: دراسة ميدانية في محافظات غزة، [رسالة ماجستير غير منشورة في الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين].

Al-Safadi, H. (٢٠١٥). Istihdāmāt al-qā'im bi-l-ittiṣāl fī al-ṣaḥāfah al-filasṭīniyyah li-ṣabakāt al-ttawāṣul al-iḡtimā'ī wa-l-'iṣbā'āt al-mutaḥaqqiqah: Dirāsah maydāniyah fī muḥāfazat Ġazzah, [Risālat māġisṭīr ġayr mansūrah fī al-ṣaḥāfah, Kulliyat al-'ādāb, al-Ġāmi'ah al-'Islāmiyah, Ġazzah, Filasṭīn.]

عبادة، نور الهدى. (٢٠١٦). شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية: الفرص والتحديات. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٦ع، ٢٨٧ - ٢٩٤.

Ubadah, N. (٢٠١٦). Ṣabakāt al-ttawāṣul al-iḡtimā'ī wa-l-'alāqāt al-iḡtimā'iyah: al-furaṣ wa al-ttaḥaddiyāt. Maġallat al-'ulūm al-insāniyah wa-l-iḡtimā'iyah, 'adad ٢٦، ٢٨٧-٢٩٤.

قنبر، هدى. (٢٠٢٢). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر المعرفة العلمية. المجلة العراقية للمعلومات - المجلد الثالث والعشرون - العددان ٢-١، ٢٥ - ٥٢.

Qanbar, H. (٢٠٢٢). Mawāqī' al-ttawāṣul al-iḡtimā'ī wa-dawruhā fī naṣri al-ma'rifah al-'ilmīyah. al-Maġallah al-'Irāqiyyah li-l-Ma'lūmāt - al-muġallad al-ttālīḡ wa-l-'iṣrūn - al-'adadān ١-٢، ٢٥-٥٢.

المقرن، عبد الله، متمبك، إبراهيم. (٢٠٢١). استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مشاركة المعرفة وأداء التعلم: دراسة حالة. مجلة الآداب، جامعة الملك سعود - كلية الآداب. ٣٣ (٣)، ٦٥ - ٨٦.

Al-Muqrin, A., & Mutambak, I. (٢٠٢١). istiḡdāmāt mawāqī' ṣabakāt al-ttawāṣul al-iḡtimā'ī wa-ta'tīruhā 'alā muṣārakat al-ma'rifah wa-'adā' al-tta'allum: Dirāsāt ḥālah. Maġallat al-'Ādāb, Ġāmi'at al-Malik Sa'ūd - Kulliyat al-'ādāb. ٣٣ (٣)، ٦٥-٨٦.

المراجع الأجنبية

AbdRahman, A., Alaa, J., & Manaf, R. (٢٠٢١). Impact of social networking and technology on knowledge sharing among undergraduate students. International Business Education Journal. ١٤ (١)، ١-١٦.

Aboelmagd, G. (٢٠١٨). "Knowledge sharing through enterprise social network (ESN) systems: motivational drivers and their impact on employees' productivity", Journal of Knowledge Management, ٢٢ (٢)، ٣٦٢-٣٨٣.

Aljuwaiber, A. (٢٠١٦). Communities of practice as an initiative for knowledge sharing in business organizations: A literature review. Journal of Knowledge Management, ٢٠ (٤)، ٧٣١-٧٤٨.

Ansari, M., Shahdadnezhad, E., Khalidian, M., & Poorsani, M. (٢٠١٨). The Role of Social Networks in the scientific exchange of librarians: A case study. Library Philosophy and Practice (e-journal). ١٨٣٧. <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1837>.

Babu, B., & Gopalakrishnan, S. (٢٠٠٨). Knowledge Sharing Tools and Technology: An Overview. Journal of Library & Information Technology. ٢٨ (٥)، ١٩-٢٦.

Bartsch, V., Ebers, M., & Maurer, I. (٢٠١٣). Learning in project-based organizations: The role of project teams' social capital for overcoming barriers to learning. International Journal of Project Management, ٣١ (٢)، ٢٣٩-٢٥١.

Bo Yu, S. (٢٠١١). The impact of technology selection on innovation success and organizational performance. iBusiness, ٣ (٤)، ٣٦٦-٣٧١.

Bouton, E., Bar Tal, S., & Asterhan, C. (٢٠٢١). Students, social network technology and learning in higher education: Visions of collaborative knowledge construction vs. the reality of knowledge sharing. [The Internet and Higher Education](https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2020.100787). Vol.٤٩. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2020.100787>.

Boyd, D., & Ellison, N. (٢٠١٠). Social network sites: definition, history, and scholarship. IEEE Engineering Management Review, ٣ (٣٨)، ١٦-٣١.

Chatterjee, S., Rana, N.P., & Dwivedi, Y.K. (٢٠٢٠). "Social media as a tool of knowledge sharing in academia: An empirical study using valance, instrumentality and expectancy (VIE) approach", Journal of Knowledge Management, ٢٤ (١٠)، ٢٥٣١-٢٥٥٢.

- Chinda, E., & Okpor, J. (٢٠٢٣). The Impact of Social Networks on Knowledge Management Systems: A Comprehensive Analysis. *International Journal of Applied Research and Technology*, ١٢(٧), ١٥-٢١.
- Jameel, A., Mohammed, A., & Ahmad, M. (٢٠١٨). Determine some factors that affect to adoption of e-commerce among small and medium enterprises in Erbil. *Polytechnic Journal*, ٨(١) ٤٣-٥١.
- Huang, X., Li, H., Huang, L., & Jiang, T. (٢٠٢٣). Research on the development and innovation of online education based on digital knowledge sharing community. *BMC Psychology*, ١١(١), ٢٩٥, ١-١٣. Open Access. <https://doi.org/10.1186/s41290-023-01337-6>
- Lam, H., Yeung, A., & Cheng, T. (٢٠١٦). The impact of firms' social media initiatives on operational efficiency and innovativeness. *Journal of Operations Management*, ٤٧-٤٨(١), ٢٨-٤٣.
- Li, Y., Pitafi, H., & Li, H. (٢٠٢٢). Investigating the factors of enterprise social media strain: The role of enterprise social media's visibility as a moderator. *Plos One*, ١٧(٣).
- Lo, F., & Tian, k. (٢٠١٩). Enhancing competitive advantage in Hong Kong higher education: linking knowledge sharing, absorptive capacity and innovation capability. *Higher Education Quarterly*, ٧٤(٤), ٤٢٦-٤٤١.
- Nieves, J., & Osorio, J. (٢٠١٥). The Role of Social Networks in Knowledge Creation. In: Edwards, J.S. (eds) *The Essentials of Knowledge Management*. OR Essentials Series. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9781137002100_10.
- Osadcha, K., Osadchyi, V., & Kruglyk, V. (٢٠٢٠). The role of information and communication technologies in epidemics: an attempt at analysis. *Ukrainian Journal of Educational Studies and Information Technology*, ٨(١), ٦٢-٨٢.
- Pandey, J., Gupta, M., Behl, A., Pereira, V., Budhwar, P., Varma, A., Hassan, Y., & Kukreja, P. (٢٠٢١). Technology-enabled Knowledge Management for Community Healthcare Workers: The effects of knowledge sharing and knowledge hiding. *Journal of Business Research*, ١٣٥(١), ٧٨٧-٩٩.
- Ponera, J., & Mubuyaeta, M. (٢٠٢٣). The Use of social media for knowledge exchange in the era of misinformation by the Tanzania higher education students, *Regional Journal of Information and Knowledge Management*, ٨(١), ١٧٢-١٨٦.
- Priyono, A. (٢٠١٦). The use of ICT platforms to promote knowledge exchange in project-based organizations. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, ٤(١٠), ٥-٢١.
- Subashini, G., Zulkefli, M., & Kamsuriah, A. (٢٠٢٠). Trends and Challenges of Knowledge Management Technology from Malaysia's Perspective. *International Journal on Advanced Science Engineering and Information Technology*, ١٠(٤), ١٥١٢-١٥١٨.
- Raudeliuniene, J., Albats, E., & Kordab, M. (٢٠٢١). Impact of information technologies and social networks on knowledge management processes in Middle Eastern audit and consulting companies. *Journal of Knowledge Management*, ٢٥(٤), ٨٧١-٨٩٨.
- Rinky, B., (٢٠٢٢). Role of Technology in Knowledge Sharing. [phpkb.com. https://www.phpkb.com/kb/article/role-of-technology-in-knowledge-sharing-213.html](https://www.phpkb.com/kb/article/role-of-technology-in-knowledge-sharing-213.html)
- Tiwari, P. (٢٠٢٢). Emerging technologies: Factors influencing knowledge. *World Journal of Educational Research*, ٩(٢), ٦٨-٧٤.
- Thabit, H., & Jasim, Y. (٢٠١٦). A Manuscript of Knowledge Representation, *International Journal of Social Sciences & Economic Environment*, ١(١), ٤٤-٥٥.
- Tumelero, C., Sbragia, R., Borini, F., & Franco, E. (٢٠١٨). The Role of Networks in Technological Capability: A Technology-based Companies Perspective. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, ٨(٧), ١-١٩
- Vong, S., Zo, H., & Ciganek, A. (٢٠١٦). Knowledge Sharing in the Public Sector: Empirical Evidence from Cambodia. *Information Development Journal*, ٣٢(٣), ٤٠٩-٤٢٣.

The Role of Information Technology and Social Networks in Enhancing Knowledge Exchange among Students and Employees of King Abdulaziz University

Safaa bint Mu'ayli Al-Muhammadi

*Assistant Professor, Department of Communication Skills, College of Arts and Sciences, Rabigh,
King Abdulaziz University, KSA*

salmhmadi@kau.edu.sa

Abstract. This study aimed to investigate the role of information technology and social networks in enhancing King Abdulaziz University students' and employees' ability to share knowledge. For this purpose, the researcher designed a questionnaire consisting of (٦٠) paragraphs distributed into two sections. Three dimensions were covered in each section: reason for use, its role in promoting knowledge exchange and impediments. The study sample consisted of ٢٠٠ university male and female students and ٢٠٠ employees. The results of the study showed that social networks had a moderate effect on improving knowledge exchange among university students and employees, whereas information technology had a significant impact. According to the type of affiliation with the university (student or employee), the results also showed statistically significant variations in the effectiveness of enhancing knowledge exchange between university employees and students through the use social networks and information technology, with the results favoring university employees. Additionally, the results revealed that there were statistically significant differences based on the gender variable, with the gender disparities favoring males. In view of these findings, the study recommended establishing academic communication networks backed by the newest educational technology tools and methods as well as enhancing the technological infrastructure. The ultimate objective is to disseminate and make scientific knowledge accessible to everyone. To improve knowledge exchange both locally and internationally, the study urged academics and students to invest in social networks and the need to create a bylaw that would govern appropriate usage of these networking sites.

Keywords: Information technology, Social networks, Knowledge exchange, King Abdulaziz University.

المضامين اللا أخلاقية في أفلام نتفلكس: تحليل محتوى لعينة من أفلام نتفلكس الأكثر مشاهدة

عاطف بن علي العتيبي^١، وعادل عبد ربه^٢، وأفنان عبد الله قطب^٣

^١ماجستير علم النفس الجنائي، و^٢الأستاذ بقسم علم النفس، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، و^٣أستاذ الإعلام

الرقمي المشارك، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة، المملكة العربية السعودية

atif.alotaibi@gmail.com

المستخلص. هدفت الدراسة الحالية لتحليل المضامين اللاأخلاقية المتضمنة في عينة من الأفلام الأكثر مشاهدة على نتفلكس، كذلك ركزت الدراسة على رصد الأساليب والسياقات التي تستخدمها شبكة نتفلكس لعرض المضامين اللاأخلاقية. تناولت عينة الدراسة خمسة أعمال أصلية من إنتاج نتفلكس وهي: فيلم المُسعف The Paramedic، فيلم الخُراس الخالدون The Old Guard، فيلم الوحش The Beast، فيلم المدينة المارقة Rogue City، فيلم على قيد الحياة Alive. استخدمت هذه الدراسة النوعية تحليل المضمون للاستدلال على المحتوى اللاأخلاقي المرئي في الأفلام المعروضة. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها، أن أكثر المحتوى اللا أخلاقي تكرارًا، هو المحتوى اللاأخلاقي الجنسي بالإضافة للمحتوى اللاأخلاقي حول الصحة المتمثل في تناول السجائر، والتبغ، والكحوليات، والمخدرات. وتوصي الدراسة بتصميم البرامج التوعوية، وتزويد المختصين بمثل هذه النتائج لفهم الآثار ومعرفة سبل علاجها. بالإضافة لإجراء دراسات بينية في هذا المجال لمعرفة آثار إنتاج نتفلكس على اليافعين. بالإضافة إلى تحجيم الدعاية والترويج لخدمة نتفلكس، ودعم الأعمال الفنية الوطنية، وتمكين منصات البث الرقمي الوطنية والعربية. *الكلمات المفتاحية: نتفلكس، منصات المشاهدة الرقمية، الإعلام الرقمي، المحتوى اللاأخلاقي، الأفلام.*

المقدمة

تجاوز عدد مشتركى نتفلكس ٢٧٧ مليون مشترك حول العالم وفقا لآخر إحصائية تم رصدها في الربع الثاني من العام الحالي (٢٠٢٤، Stoll)، وتمثل الأعمال الدرامية المعروضة على منصة المشاهدة الرقمية نتفلكس (Netflix) تحديًا للقيم الثقافية والأخلاقية في المجتمعات العربية، وتثير هذه الأعمال تساؤلات حول الهوية الثقافية والتقاليد وقيمة الأسرة والزواج بين الجنسين واستخدام المخدرات والكحوليات، وتمثل أعمال نتفلكس أحيانًا قيمًا تتماشى مع الثقافة الغربية، مما قد يؤدي إلى صراع بين التي يتم تقديمها وقيم المجتمعات العربية والإسلامية.

أصدرت هيئة الإعلام المرئي والمسموع في السعودية ولجنة الإعلام الإلكتروني بدول مجلس التعاون بيانا تطالب فيه منصة نتفلكس بإزالة المحتوى المخالف والمواد المرئية المخالفة لضوابط المحتوى الإعلامي في نهاية عام ٢٠٢٠م. ونظرا لتزايد نسبة مشتركى نتفلكس من جهة وتزايد تضمين المضامين اللا أخلاقية التي تخدم أجندة غربية من جهة أخرى، تهدف الدراسة الحالية لتحليل الرسائل الإعلامية المرتبطة بالجوانب اللا أخلاقية في عينة أفلام نتفلكس من خلال تحليل المضمون لعينة الدراسة المكونة من خمسة أفلام وهي: فيلم المُسعف The Paramedic، فيلم الحُرّاس الخالدون The Old Guard، فيلم الوحش The Beast، فيلم المدينة المارقة Rogue City، فيلم على قيد الحياة Alive. وفيما يلي نستعرض مشكلة الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف البحث، وتساؤلات الدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة

من نفس منبر الإنتاج الأمريكي لأفلام هوليوود منذ ١٩٢٠م، لوحظ أن شركة نتفلكس تخرج إنتاجها المرئي بطريقة تؤكد على بعض الدلالات الغربية مثل المساواة بين الجنسين، والشذوذ الجنسي، وإظهار مجتمعات الشرق الأوسط كمجتمعات غامضة وغير متقدمة (Qutub, ٢٠١٣)، ومن الملفت أنه حتى الأعمال الوثائقية التي تركز على الطرح العلمي نالت نصيبها من تضمين محتوى يركز على الشذوذ الجنسي. فعلى سبيل المثال، أنتجت نتفلكس مسلسل وثائقي يعرف بـ (Babies) والذي يركز على نمو الجنين والرضيع. يبدأ السيناريو بتناول الحقائق العلمية حول نشاط منطقة (الخطر والانتباه) في الدماغ كجزء من التغييرات الفسيولوجية والهرمونية في جسد المرأة الحامل، وظهور تخطيط المخ لعدد من المبحوثين المشاركين في الدراسة في مستشفى ومركز بحثي، بعد ذلك يشير الفلم بأنه ثبت وجود نفس النشاط الدماغي لدى الأسر المكونة من أبوين، أي التي قام الزوجان من الذكور بتبني طفل من أم أخرى!

ومن المؤسف أنه حتى الأعمال الدرامية العربية الموجودة في نتفلكس لاقت نصيبها من تضمين الأجندة الأمريكية في محتوى الأعمال، فتكررت عدد من القيم اللا أخلاقية في كل من: مسلسل (بنات الروابي) الأردني، فلم (أصحاب ولا أعز)، المسلسل الأردني (جن)، المسلسل المصري (البحث عن علا)، المسلسل المصري (ما وراء الطبيعة)، مثل العلاقات المحرمة بين الطلبة من الجنسين، بالإضافة لاستخدام الكلمات البذيئة، فضلاً عن إظهار المجتمعات العربية كمجتمعات تسيطر عليها ثقافة الخرافات ولعنة الفراغنة في مقابل المجتمعات الغربية المبنية على ثقافة العلم والتقنية (عيد، ٢٠٢٢).

هذا وقد أعرض الباحثين في دراسة حمدان (٢٠٢١) عن القيم والسلوكيات غير المقبولة في الأعمال الخمسة المذكورة، وأكدوا على أهمية قيمة الزواج بين الجنسين وقيم المجتمعات العربية وعاداتها، كما أبدى المجتمع الأردني اعتراضه على مسلسل (أصحاب ولا أعز)، والذي يعد أول إنتاج عربي على نتفلكس، وقد أثار سخط المجتمع الأردني خصوصاً والمجتمع العربي وطالبوا بإزالته من نتفلكس. أما مسلسل (الملكة كليوباترا) فقد نال نصيبه من تزييف الحقائق التاريخية وتشويه حضارة جمهورية مصر العربية (سمير؛ حمدي؛ ميريت، ٢٠٢٣).

وتكمن الإشكالية الإعلامية في تراكم المشاهد اللا أخلاقية في نتفلكس بعواقب بعيدة المدى، حيث إن الدراسات أفادت أن المشاهدين الأصغر سناً لا يستكروا القيم المغايرة والسلوكيات اللا أخلاقية بنفس القدر لدى المشاهدين الأكبر سناً (حمدان، ٢٠٢١). لذلك فإن تراكم المحتوى اللا أخلاقي في منصة ذات شعبية مثل نتفلكس من شأنها أن تؤثر وتغير في منظومة القيم لدى الأجيال القادمة في المجتمعات العربية.

أهمية الدراسة

تبرز أهمية الدراسة في اهتمامها بظاهرة ذات أبعاد ثقافية واجتماعية ونفسية مستجدة في ضوء تطورات التكنولوجيا المعاصرة. حيث تقف على ما من شأنه المساس بوحدة ونمو وازدهار المجتمعات العربية وسلامتها، والحفاظ على دينها وأصالتها وقيمها العريقة، عبر معرفة مضامين ما يتم بثه من المحتوى اللا أخلاقي في منصة ذات شهرة عريضة في العالم العربي.

كما تهدف إلى معرفة الآليات والأساليب المستخدمة في تناول هذه المضامين اللا أخلاقية، وكيف يتم توظيفها في السياقات بغرض الإقناع والتأثير. كما تتجلى أهمية الدراسة فيما خرج عنها من توصيات تحث القائمين على الأعمال الفنية المرئية وصانعيها، على مواجهة هذا المحتوى بالأعمال الإبداعية والمؤثرة التي تجسد قيماً وثقافتنا المتزنة والمعتدلة وسماحة ديننا بالصورة الحقيقية، سعياً إلى إبدال الأعمال غير المناسبة بأعمال منافسة وقوية لدى الجمهور من أبنائنا وصولاً إلى المشاهدين في جميع أنحاء العالم.

هذا وبالرغم من وجود دراسات عربية قليلة ركزت على القيم الثقافية المرتبطة بمنصة نتفلكس (عيد، ٢٠٢٢) المثلية الجنسية في محتوى نتفلكس (حمدان، ٢٠٢١) صورة اضطراب التوحد في نتفلكس (قطب والأنصاري، ٢٠٢٤)، إلا أنها لاتزال دراسات محدودة. ولذا، تهدف الدراسة الحالية لردم هذه الفجوة العلمية وتقديم إضافة علمية بتحليل الأبعاد غير الأخلاقية في أفلام نتفلكس.

هدف الدراسة

استهدفت الدراسة معرفة الرسائل والأفكار والمضامين اللا أخلاقية في طيّات أفلام نتفلكس، والأساليب والسياقات التي تستخدمها شبكة نتفلكس لعرض هذه المضامين. وتعد الدراسة الحالية إضافة علمية لعدد من الدراسات العربية التي حاولت تحليل القيم الثقافية المرتبطة بمحتوى منصة نتفلكس، ومدى تأثيرها على الجمهور العربي.

تساؤلات الدراسة

١. ما فئات المضامين اللا أخلاقية المتضمنة في أفلام نتفلكس الأكثر مشاهدة؟
٢. ما هي الأساليب والسياقات التي تستخدمها شبكة نتفلكس لعرض المضامين اللا أخلاقية؟

خلفية عن نتفلكس والمصطلحات المرتبطة بها

نتفلكس (الشركة)

وفقاً لـ Netflix (٢٠٢٣) و Hosch (٢٠٢٣) فهي شركة أمريكية تقدم الخدمات الترفيهية المرئية في أكثر من ١٩٠ دولة حول العالم وبأكثر من ٣٠ لغة. تأسست شركة نتفلكس وبدأت نشاطها بتأجير أقراص الأفلام (DVD) عبر شحنها للعملاء في الولايات المتحدة عن طريق صناديق البريد عام ١٩٩٧، ثم أطلقت الشركة موقعها الإلكتروني الذي يعد أول موقع عبر الشبكة العنكبوتية لتأجير وبيع الأقراص عام ١٩٩٨، وفي عام ١٩٩٩ ظهرت فكرة خدمة العضويات (الاشتراك الشهري)، حيث يتم تمكين الأعضاء من استئجار الأقراص واستبدالها بلا حدود وبلا رسوم تأخير. بعدها تم تقديم خدمة البث الرقمي المباشر عن طريق الأنترنت عبر الأجهزة الإلكترونية الداعمة عام ٢٠٠٧، وبدأت خدمات الشركة في التوسع، إذ توفرت في كندا عام ٢٠١٠ وصولاً إلى عدد من دول أوروبا عام ٢٠١٢، ثم ظهر أول إنتاج أول عمل أصلي لنتفلكس عام ٢٠١٣، وبعد ذلك تم إعلان الشركة تقديم خدماتها حول العالم ومن ضمنها المملكة العربية السعودية عام ٢٠١٦، وبلغ عدد العضويات ٢٠٠ مليون مشترك حول العالم عام ٢٠٢١.

نتفلكس (الشبكة)

يقصد بها جميع محتوى نتفلكس، والذي تقدمه في جميع دول العالم وليس الخاص بدولة واحدة، ويتم استخدامها في الدراسة الحالية على هذا النحو، حيث تصل هذه الأعمال بصورة مسربة وبطرق غير نظامية، أو يسهل الوصول إليها وتعرض المراهقين لها عن طريق الشبكة الخاصة الافتراضية (VPN).

فشبكة نتفلكس تضم عدد ضخم من المحتوى الموجه لدول دون أخرى لمخالفته لسياساتها أو لأسباب أخرى خاصة بالشركة، وكثيراً ما تحوي هذه المخالفات هجوماً مباشراً على الشخصيات المعتبرة للدولة أو السياسات المعمول بها أو الثقافة والهوية.

نتفلكس (المنصة)

هي البرمجية الرسمية والصورة النهائية للخدمة، ليتعامل معها المستخدم العادي عبر الأجهزة الداعمة، كالتلفزيون الذكي وأجهزة الحاسوب بمختلف أنواعها والأجهزة المحمولة، وتقوم بتوفير المحتوى بحسب الموقع الجغرافي للشخص، من خلال عنوان بروتوكول الانترنت (IP)، وبالتالي تحديد الدولة التي يتواجد بها المستخدم وعرض المحتوى الخاص بالدولة، ويسمى مجموع المحتوى المتاح للمشاهدة وفق هذا الإجراء بمكتبة نتفلكس للدولة. مثال: مكتبة نتفلكس السعودية.

مكتبة نتفلكس

لكل دولة هناك محتوى مخصص يتم إتاحتها بشكل (نظامي) من خلال قوانين هذه الدولة، وبالإضافة للمحتوى العالمي يتم الاهتمام بتبني أو شراء أو إنتاج أعمال لجهات وأفراد من هذه الدولة، وإبراز هذه الأعمال وتبسيط الضوء عليها في البلد الذي أنتجت فيه، كما يسلط الضوء على المحتوى الأكثر مشاهدة في حينه للمشاركين داخل نطاق الدولة.

التعريفات الاصطلاحية

محتوى نتفلكس: كل ما يتم عرضه على شبكة نتفلكس من أفلام، ومسلسلات، وبرامج، ووثائقيات.

أعمال نتفلكس الأصلية (Netflix Original): كل محتوى تنتجه نتفلكس سواءً بذاتها أو بالاشتراك مع شركات أخرى، أو تمتلك حقوق البث الحصري له عبر شبكتها، ولها حرية التصرف الكامل فيه، كإضافة إليه والاقتراع منه وإنتاج مسلسلات لاحقة منه أو إيقافها.

العناوين الرئيسية: كل أسم يطلق على الفيلم الواحد أو المسلسل الواحد بكامل حلقاته ومواسمه، أو البرنامج الواحد بكافة حلقاته وأجزائه. وتوضيحاً لذلك فإن المكتبة التي توفر ١٠٠٠ عنوان رئيسي من المسلسلات قد تحوي ألوفاً من المواسم وعشرات الألوفاً من الحلقات.

المحتوى اللا أخلاقي: كل مادة معروضة سواءً مشاهد أو حوارات أو سياقات لا تحتل التأويل بصورة مباشرة أو غير مباشرة، تعارض قوانين المملكة العربية السعودية، أو المعتقدات، أو القيم، أو السلوكيات، أو الثقافة، أو الأعراف، أو العادات أو التقاليد للمجتمعات العربية والإسلامية.

الإطار النظري للدراسة

نظرية الغرس الثقافي (جربنر)

قدم كيرش (٢٠١٧) في "كتابه الإعلام والنشء، تأثير وسائل الإعلام عبر مراحل النمو": عدة نظريات حول التأثير الإعلامي، ولكن أهمها نظرية الغرس الثقافي. ويقول كيرش: "فطبعًا لهذه النظرة، يعد التلفزيون قوة كلية الوجود تُتقن كل مشاهديها وتُكسبهم مُعتقدات وسلوكيات تتماشى مع ما يُعرض في التلفزيون...". (ص. ٤٥) وتركز النظرية على أن الأفراد الذين يتعرضون للتلفاز بكثافة أعلى يصبحون أقل إدراكًا للواقع الاجتماعي من الأفراد الأقل عرضه، ويعتقدون أن ما يشاهدونه من أحداث ووقائع وشخصيات وأفكار وسلوكيات: حقائق مطابقة للعالم الحقيقي، حيث يعتقدون معتقدات ويتبنون مواقف أقرب إلى ما يشاهدونه من واقعهم الحقيقي.

هذا وتم توظيف نظرية الغرس الثقافي في الدراسة الحالية لارتباطها بالمحتوى المرئي وأثره على سلوكيات الفرد ومعتقداته. فإن ما يتعرض له الفرد من أي محتوى يترك أثرًا عليه سواءً كان أخلاقي أو لا أخلاقي، وعليه فإن المحتوى اللا أخلاقي يؤثر على المشاهدين بصورة مقاربة للمضامين اللا أخلاقية التي يتعرض لها الفرد. وعليه فمن المتوقع أن يكون هناك انعكاسًا لصفات مضامين المحتوى اللا أخلاقية على المشاهد المعتاد على مشاهدته، ويكون وضوح هذا الانعكاس مرتبطًا بشدة التعرض.

الدراسات السابقة

دراسة (Sarrionandia and Peña, ٢٠٢٤) تحمل الدراسة الإسبانية عنوان: "تحليل تمثيل الصحة النفسية والعنف والانتحار والأذى الذاتي وفيروس نقص المناعة البشرية (HIV) في الأفلام والمسلسلات الأكثر مشاهدة على نتفلكس". هدفت الدراسة إلى تحليل كيفية تمثيل قضايا الصحة النفسية، والعنف، والانتحار، والأذى الذاتي، وفيروس نقص المناعة البشرية في عشرة من أكثر الأفلام والمسلسلات مشاهدة على منصة نتفلكس. استخدم الباحثون طريقة تحليل المحتوى مع ترميز كل ٥ دقائق وتم تحليل ١٠ أفلام و ١٠ مسلسلات. تمثل حالات الانتحار والأذى الذاتي نسبتًا ضئيلة جدًا (٠.٩% و ٠% في الأفلام، و ١.٣% و ٠.٢% في المسلسلات. تم العثور على العنف في ٣٨.٧% من مقاطع الأفلام و ٣٧.٣% من المسلسلات. كانت الأفلام الأكشن، مثل "The Gray Man"، هي الأكثر احتواءً على مشاهد العنف.

دراسة (Sarrionandia and Peña, ٢٠٢٣) وتتناول الدراسة تحليل تصوير المحتوى المتعلق بالكحول والتبغ والوجبات السريعة والرياضة في الأفلام والمسلسلات الأكثر مشاهدة على نتفلكس. استخدمت الدراسة طريقة تحليل مفهومي مع ترميز بفواصل زمنية مدتها ٥ دقائق. وجدت النتائج أن الكحول ظهر في ٣٢.٧٪ من مقاطع الأفلام و ٢٩.٨٪ من مقاطع المسلسلات، بينما كان التبغ موجوداً في ١٣.٢٪ من الأفلام و ١٤.٥٪ من المسلسلات. كما تم عرض الوجبات السريعة في ٢٤.٣٪ من الأفلام و ٢٤.٩٪ من المسلسلات، بينما ظهرت الرياضة في ٧.٨٪ من الأفلام و ٨.٥٪ من المسلسلات. وأكدت الدراسة على أهمية إعادة تشكيل التصورات المجتمعية حول هذه المنتجات الضارة، وتدعو وسائل الإعلام إلى تعزيز خيارات الحياة الصحية. كما سلطت الدراسة الضوء على التأثير الكبير لاستهلاك وسائل الإعلام على السلوك، خاصة بين المراهقين الذين يكونون أكثر عرضة لتقليد ما يرونه على الشاشة.

دراسة (الزليعي، ٢٠٢٣) والذي أجرى دراسة بعنوان: "البعد الثقافي لمنصات الأفلام: نتفلكس أنموذجاً: مقارنة نقدية في نظرية الغرس الثقافي". وهدفت الدراسة إلى التعرف على البعد الثقافي لمنصات الأفلام، والكشف عن العلاقة بين الواقع الثقافي كما تعبر عنه منصات الأفلام ورؤية المتلقي لها، والكشف عن الهيمنة الثقافية لمنصات الأفلام في غرسها الثقافي عند المتلقي. واستندت الدراسة إلى نظرية الغرس الثقافي، بالاعتماد على المقاربة النقدية حسب المنهج الوصفي الاستقرائي بالإضافة إلى منهج المسح الإعلامي كمساعد لحصر التكرارات والدلالات، واعتمدت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وقام الباحث باختيار عينة عمدية (متاحة) قوامها ٤٧ مفردة تتراوح أعمارهم من ١٨ إلى ٤٥ سنة من الذكور والإناث من مستخدمي منصة نتفلكس في المملكة العربية السعودية. وأفادت النتائج بأن ٤٨.٩٪ من أفراد العينة تتعرض للمنصة من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات، وأن ٤٣.٥٪ من كامل مفردات العينة أفادوا بأنهم لم يتأثروا بالمضامين المقدمة من خلال المنصة، بينما ٢٦.١٪ منها أفادوا بمتابعتهم مختلف المضامين حتى التي لا يتفقون معها. وتوصلت الدراسة في ضوء المقاربة النقدية إلى أن هذه الظاهرة التكنولوجية الجديدة تسهم في تغير ملامح الحياة الثقافية والاجتماعية للأفراد. حيث يمكن أن تصنع واقعاً ثقافياً لدى المتلقي من خلال نقل المضامين في سياقات جذابة وتتناول الأحداث والقضايا وتجسيدها أمام المتلقي، ويعد البعد الثقافي الأكثر وضوحاً لمثل هذه المنصات هو تأكيد أهمية ثقافة الصورة باعتبارها خطاباً يمكن من خلالها اختراق الوعي وإعادة صياغة الواقع. كما بينت الدراسة أن الهيمنة الثقافية لمنصات الأفلام "وتحديداً نتفلكس باعتبارها منصة واسعة الانتشار عالمياً" هي الميدان الأمثل في سياق النموذج الناعم الساعي لتمرير الأفكار وزيادة التبعية الثقافية، وذلك من مبدأ أن الاعلام اليوم ميدان الصراع الدولي الناعم، وأكد الباحث على أن منصة نتفلكس تطفح بالمشاهد الجنسية الصريحة والمضامين المخلة بالآداب والدين والقيم.

دراسة (صلاح الدين، ٢٠٢٢) وتحمل الدراسة عنوان: "الأعمال الدرامية العربية التي تنتجها منصة Netflix ومردودها على القيم الثقافية والأخلاقية للشباب المصري: دراسة ميدانية". وهدفت الدراسة إلى التعرف على المضمون الخاص بالأعمال الدرامية العربية من إنتاج منصة نتفلكس وما تتبناه من قيم ثقافية وأخلاقية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بشقيه التحليلي والمسحي، حيث تم إجراء تحليل مضمون ٥ أعمال عربية من إنتاج نتفلكس وهي: (أصحاب ولا أعز، ما وراء الطبيعة، البحث عن علا، فتيات الروابي، جن). وتم تطبيق استبانة الكترونية على عينة بلغ قوامها (٢٠٠) من مشاهدي المنصة من الذكور والإناث الذين تزيد أعمارهم عن ١٥ عامًا. وتوصلت النتائج إلى أن أكثر ما يجذب أفراد العينة لمشاهدة الأعمال الأصلية العربية لنتفلكس هو الأفكار الجديدة، وأن ٤٢.٥٪ منهم يفضلون مشاهدة الأعمال وحدهم بدون مشاركة. ومن النتائج الهامة التي توصلت إليها الدراسة وترتبط بالدراسة الحالية، أن ٤٩.٥٪ من المبحوثين يرون أن حوار الأب مع ابنته في فيلم أصحاب ولا أعز حوار عقلائي وديموقراطي، وذكرت الباحثة أن هذه النتيجة تشير بقوة إلى تقبل المبحوثين لأمر غريب عن مجتمعاتنا العربية ويخالف تمامًا قيمنا الأخلاقية. كما بلغت نسبة تقبل أفراد العينة لشخصية الشاذ جنسيًا في ذات الفيلم ٣٩٪، وأشارت إلى أنها نتيجة تؤكد بداية تقبل الجمهور لوجود الشخصيات الشاذة جنسيًا في مجتمعاتنا العربية. وخلصت الدراسة إلى أن الأعمال الدرامية العربية من إنتاج المنصة مصنوعة بطريقة تتمرر بعض الدلالات الثقافية والأخلاقية الغربية بشكل مستتر وليس بشكل صريح.

دراسة (محمد، ٢٠٢٢) وترصد دراسة "توظيف المنصات الرقمية في الترويج للقيم المجتمعية: منصة نت فليكس نموذجًا" القيم المجتمعية التي يتم توظيفها من خلال محتوى المنصات الرقمية، حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي بالاعتماد على أسلوب تحليل المضمون. تم تطبيق الدراسة على عينة قصدية تكونت من ٥ أفلام عربية على منصة نتفلكس، وهي: (أصحاب ولا أعز، سكر بنات، ١٢٢، عيار نار، خط موت). واستندت الدراسة إلى النظرية المعرفية الاجتماعية (Social Cognitive Theory) للتحليل الكيفي للقيم المجتمعية التي تقدمها عينة الدراسة، وذلك لرصد مدى اتفاق أو اختلاف تلك القيم مع القيم الاجتماعية والدينية للمجتمع المصري، حيث تبحث النظرية في كيفية اقناع المتلقي بقيمة أو فكرة جديدة لم يكن يؤمن بها من قبل. وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة القيم السلبية ٨٨.٦٪ ومن أبرزها: (الخيانة الزوجية، البعد عن الدين، الشذوذ الجنسي). مقابل نسبة القيم الإيجابية ٤٠٪ ومن أبرزها: (تقبل الآخر، حب العدالة). وخلصت الباحثة إلى أن الأفلام (العربية) المقدمة على منصة نتفلكس تقدم قيم تتعارض مع منظومة القيم والعادات والتقاليد والمنهج الديني "الذي بدأت المنصات الرقمية تستهدف محاربته بشكل كبير من خلال الأفكار الهدامة التي تقدمها في المضمون الدرامي أو المحتوى الإعلامي المفتوح دون وجود أجهزة رقابية" (ص. ٩١٧).

دراسة (حمدان و الرجبي، ٢٠٢١) وهدفت دراستهما بعنوان: "المثلية الجنسية على شبكة نتفلكس العالمية" إلى توضيح كيفية تقديم شبكة نتفلكس للمثلية الجنسية، وهي رسالة ماجستير في الإعلام من جامعة الشرق الأوسط بالأردن. وذلك بالكشف عن الرسائل التي تقدمها عن المثلية الجنسية وقضايا المثليين وبيان صورتهم ومعرفة أدوارهم الاجتماعية، كما تظهر في عينة مختارة من المسلسلات كنموذج للدراسة. أجريت الدراسة المسحية وبأسلوب تحليل المضمون على عينة قصدية لثلاث مسلسلات أصلية لنتفلكس عُرضت في الفترة (٢٠١٧-٢٠٢٠). وهي: أشياء صغيرة وجميلة (Tiny Pretty Things)، النخبة (Elite)، أن بياء ممدودة (Anne With an E). وتوصلت إلى أن أغلب الشخصيات المثلية هي شخصيات رئيسية، وغالبيتهم يعبر صراحة عن ميوله، كما أنهم في الغالب شخصيات إيجابية على الصعيد المجتمعي: (ناجحون، اجتماعيون، متفائلون، يتقنون في أقرانهم، مساندون، يتمتعون بالذوق والإتكية). كما وجدت الدراسة أن الشخصيات المثلية في عينة الدراسة هي شخصيات إيجابية على الصعيد الفردي: (رومانسيون، واضحون، مثقفون، قذوات). بالإضافة إلى أنها شخصيات متفانية في العلاقة الزوجية وتشكل أسرة مترابطة، ونادرًا ما تقوم هذه الشخصيات بممارسات سلبية كالعنف والقتل والإدمان، كما أظهرت أن سلبيات العلاقات المثلية ضئيلة جدًا. وأوصت الدراسة بالعديد من التوصيات أبرزها: تشجيع البحوث الجماعية مع تخصصات أخرى كالعلوم الاجتماعية والطبية النفسية، لدراسة الدراما وتأثيرها في تقديم المثلية. كما أوصت بإجراء الدراسات النوعية بالاعتماد على المقابلات المطولة وفرق النقاش المركزة لقياس الأثر، وسن القوانين الضابطة لمثل هذه الشبكات.

دراسة (السيد و دياب، ٢٠٢١) وانطلقت دراسة "تأثيرات مشاهدة النهمه لمحتوى منصة نتفلكس على البناء القيمي للمجتمع المصري" من مشكلتها الرئيسية حول منصة نتفلكس وما تقدمه من مضامين وقيم تتوافق أحيانًا وتتناقض كثيرًا مع البناء القيمي للمجتمع المصري في ضوء نظرية الحتمية القيمية لعمل وسائل الإعلام. وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية معتمدة على منهج المسح، وأعدت الباحثتان (مقياس القيم الشخصية) كأداة لجمع البيانات، وتم التحقق من صدقه وثباته ومن ثم تطبيقه على عينة من المشتركين في خدمة نتفلكس من الفئة العمرية (١٥-٥٨) عامًا، قوامهم (١٢٠٠) فردًا من الذكور والإناث، ٩٪ منهم أقل من ١٨ عامًا. ومن كامل أفراد العينة أجاب ٨٠٪ بإمكانية ترشيحهم متابعة نتفلكس للأخرين من محيطهم الاجتماعي، ونفس النسبة كذلك (٨٠٪) يقومون بتفعيل خاصية التشغيل التلقائي لعرض الحلقة التالية فور الانتهاء من المشاهدة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن ٣٧٪ يقضون ٣ ساعات يوميًا للمشاهدة، و ٣٠.٥٪ يقضون أكثر من ٣ ساعات يوميًا، و ٢٠.٥٪ (ساعة واحدة) و ١٢٪ يقضون أقل من ساعة يوميًا لمشاهدة محتوى نتفلكس. وأكدت نتائج الدراسة على استحواذ نتفلكس على نطاق واسع من حياة مستخدميها اليومية، وبرزت المشاهدة النهمه من خلال رصد مشاهدة أفراد العينة لثلاث

حلقات أو أكثر من نفس العرض في الجلسة الواحدة، حيث تؤيد الشبكة سلوك المشاهدة النهم من خلال نظام تشغيل منصتها. واتضحت أبرز ملامح الخطورة على البناء القيمي في المحتوى المعروض تلك الإعلانات والتوصيات المقترحة للعرض الحصرية التي تظهر على المنصة وتتعارض أحياناً مع مضامين المحتوى المعروض. واقترحت الدراسة عدة مقترحات من أبرزها: إجراء العديد من الدراسات التحليلية للتعرف على محتوى المنصات الرقمية، ومالها من تأثيرات إيجابية وسلبية في المجتمعات العربية، وإجراء عدد من الدراسات الكيفية حول إشكاليات المشاهدة النهم binge watching للمنصات الرقمية.

دراسة (التميمي، ٢٠٢٠) أجرى الباحث دراسة بعنوان: "إسرائيل و"نتفلكس": منصة عالمية لـ "هاسبارا" الدعائية، تحليل لمضمون المسلسل التلفزيوني الإسرائيلي "قوضى". وتعتبر دراسة التميمي هي الدراسة العربية الوحيدة التي تناولت محتوى نتفلكس بشكل مباشر، والمتاحة في مصادر المعلومات حتى البدء بالدراسة الحالية. وسعت الدراسة إلى التعرف إلى مضامين الدعاية الإسرائيلية المعروضة على منصات البث التلفزيوني الرقمية العالمية، (نتفلكس) الأمريكية نموذجاً. مستهدفةً بذلك تحديد أطر الدعاية التي ترفع من شأن إسرائيل وتقلل من إنسانية الفلسطينيين، عبر استعراض بعض المضامين النصية والبصرية الواردة في المسلسل محل الدراسة، الذي عرض موسمه الثالث عام ٢٠٢٠. وقدّم الباحث لفكرة أن الدعاية الصهيونية تقوم على أسس نظرية وعلمية مقتبسة من مختلف النظريات والنتائج المحققة في شتى العلوم الإنسانية، كعلمي النفس والاجتماع. ونوّه الباحث إلى أن الدعاية الإسرائيلية تقوم على مرتكزات أساسية مثل: إسرائيل حقيقة تاريخية، حرب ٤٨ ليست إلا حرب استقلال، قيام إسرائيل (وعد إلهي) يعطي الحق في أرض فلسطين، إسرائيل واحة للديمقراطية الغربية في عالم عربي تحكمه أنظمة ديكتاتورية متخلفة، تعظيم قوة إسرائيل العسكرية وجيشها الذي (لا يُقهر). وأشار التميمي إلى أنه من أجل ترويح هذه المضامين الدعائية أُسس ما يسمى بـ(مشروع إسرائيل) عام ٢٠٠٣، من قبل المنظمات الصهيونية في الولايات المتحدة وإسرائيل. ويهدف المشروع لتحسين صورة إسرائيل والدفاع عنها من خلال كافة المنصات الدعائية والإعلامية، مع تركيز واضح على منصات البث الرقمية مثل: HBO وNetflix. وأكدت الدراسة بعد تحليل مضمون المسلسل على تبني نتفلكس للبروباغندا الإسرائيلية أو السياسات الدعائية للاحتلال "هاسبارا"، من خلال طبع صورة نمطية بأن الفلسطينيين إرهابيين في المقام الأول، ثم أنهم كاذبون وخائنون وليس لديهم مشروع تحرري وسياسي. كما أن جميع الشخصيات الفلسطينية تتخلى عن شعاراتها ووطنها وأهلها مقابل مصالحها الشخصية، وفي المقابل تضع إسرائيل نفسها في مصاف الدول الغربية، مرة بإبراز (ديمقراطية) نظامها السياسي المحاكي للأنظمة الغربية، ومرة بإبراز المخاطر التي تواجهها من قبل العرب ومواجهة الإرهاب الإسلامي.

التعليق على الدراسات السابقة

في ضوء الدراسات السابقة، يتضح أن هناك اهتماماً واسعاً بالمحتوى المرئي وتأثيره على الجمهور من النواحي الثقافية والاجتماعية والنفسية، وخصوصاً الأعمال السينمائية الفنية، التي يتم توظيفها لتضمين الأفكار والقيم بطرق مدروسة قائمة على أسس علمية بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر (Sarrionandia and Peña, ٢٠٢٤; Peña, ٢٠٢٣; حمدان و الرجبي، ٢٠٢١).

وقد تناولت عدد من الدراسات الأعمال المقدمة عبر منصة نتفلكس وما تتضمنه من موضوعات مخالفة للقيم والثقافة العربية والإسلامية، والتي قد يؤدي تكرارها إلى آثار سلبية متنوعة من خلال تطبيعها لدى الجمهور وتقبلها (محمد، ٢٠٢٢)؛ (السيد و دياب، ٢٠٢١). كما أشارت بعض الدراسات إلى أن هذه التوجهات تأتي في سياق النموذج الناعم بهدف تمرير الأفكار وزيادة التبعية الثقافية، بناءً على مبدأ أن الإعلام المعاصر يُعد ميداناً للصراع الدولي الناعم.

واتفقت الدراسات السابقة مع الأطر النظرية للدراسة الحالية، من حيث تأثير المحتوى المرئي على المنظومة الفكرية والثقافية والقيمية للجمهور، ودور منصات البث الرقمي في نشر وتطبيع أفكار وقيم جديدة بغرض التأثير، والتي لا تتناسب مع الثقافة المجتمعية، بل تصادمها بشكل فج وصریح في الغالب.

وتركز الدراسة الحالية على تحليل المضامين والأبعاد اللا أخلاقية بدقة وشمولية، بخلاف بعض الدراسات التي تناولت المضامين الكلية أو الجوانب الدعائية والسياسية، وهذا التحليل يستهدف الأعمال الأصلية من الأفلام التي تنتجها شبكة نتفلكس بهدف الكشف عن الأفكار اللا أخلاقية التي تتبناها منصة نتفلكس حصراً بخلاف بعض الدراسات السابقة. وبالتالي فإن الدراسة الحالية تُضيف بُعداً متخصصاً من خلال التحليل الدقيق للمضامين اللا أخلاقية المصادمة للهوية والثقافة العربية والإسلامية، والتي تتبناها شبكة نتفلكس صراحةً من خلال أفلامها الأصلية.

منهج الدراسة

أسلوب/منهج تحليل المضمون (Content Analysis)

مصطلح (Content Analysis) يقابله في اللغة العربية المصطلحان: (تحليل المحتوى) و (تحليل المضمون) بالترادف، وعلى الرغم من التقريب بين المصطلحين لدى البعض بحسب المجالات العلمية المختلفة، إلا أن الدراسة الحالية تتبنى ما ذهب إليه رشدي طعيمة (٢٠٠٤) بأن المصطلحين يعنيان الشيء نفسه (ص. ٦٩). ذكر

عبد الحميد (١٩٨٣) اتجاهين أساسيين لتعريف تحليل المحتوى بالرغم من الاتفاق الكامل حول اقترانه بالصفة الكمية (Quantitative Researches).

فالاتجاه الأول عاصر فترة النشأة ولا زال مستمرًا، وهو الاتجاه الوصفي، أما لاتجاه الثاني فهو الاتجاه الاستدلالي والذي يتخطى مجرد وصف المحتوى إلى الخروج باستدلالات ومعاني ضمنية كامنة. ثم أورد (عبد الحميد) عدد من التعريفات لأصحاب الاتجاه الأول الذي يرى (تحليل المضمون) أسلوبًا من أساليب المنهج الوصفي أو منهجًا متفرعًا منه باعتباره كميًا بحتًا. ويتفق معه (Berlson) -صاحب التعريف الأشهر لتحليل المضمون في أغلبية المراجع- بقوله: "هو أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال" (ص. ١٥-١٧).

أما أصحاب الاتجاه الثاني لا يرفضون تمامًا الفكرة التي يقوم عليها الاتجاه الأول، لكنهم يرون أنه يمثل حدود ضيقة لعملية تحليل المضمون أو المحتوى، باعتبارها وصفية كمية بحتة. وتتبنى الدراسة الحالية الاتجاه الثاني وهو ما نقله طعيمة (٢٠٠٤) عن (سمير محمد حسين)، بأن تحليل المضمون: "لا يقتصر على وصف المادة وإنما يتعداه للتنبؤ بمتغيرات أخرى والكشف عن نوايا المرسل وغير ذلك من أبعاد... إن عملية تحليل المضمون تحقق هدف وصف طبيعة المضمون الصريح، وهدف كشف النوايا الخفية للمضمون معًا" (ص. ٧٨).
بناء على ما سبق، استخدمت الدراسة الحالية تحليل المضمون (Content Analysis) من جهة كأسلوب منهجي يقوم بالرصد والوصف الموضوعي (كمًا وكيفًا) للمضامين اللا أخلاقية الظاهرة في المحتوى. ومن جهة أخرى -بصورة جزئية- يتم استخدام (تحليل المضمون) كمنهج نوعي مساعد يضع هذا المحتوى المرصود في سياقاته الدلالية لتكوين استنتاجات وتفسيرات منطقية عن الدوافع والنوايا الخفية والأهداف خلف المحتوى.

مجتمع الدراسة

جميع المحتوى المتاح من أفلام ومسلسلات وبرامج وغيرها على منصة نتفلكس، والتي يمكن الدخول إليها باستخدام الأجهزة الإلكترونية بالطرق النظامية -بدون استخدام (VPN)- سواءً عبر المتصفحات أو التطبيقات (Apps).

عينة الدراسة

عينة الدراسة (عينة الأشياء) هي عينة عمدية تتمثل في عدد من الأفلام الأصلية لنتفلكس في قائمة الأكثر مشاهدة خلال عام ٢٠٢٠، في مكتبتها بالمملكة العربية السعودية. وجرى اختيار العينة من قائمة الأكثر مشاهدة في الفترة الزمنية (١ يناير ٢٠٢٠ - ٣١ ديسمبر ٢٠٢٠)، والتي يوثقها الموقع الإلكتروني flixpatrol (٢٠٢١)

المعني بجمع بيانات المشاهدات عالمياً لمنصات البث الرقمي الترفيهي الموجه. هذا وتم استبعاد جميع الأفلام غير الأصلية لنتفلكس من القائمة، والتي لا تحمل شعار نتفلكس، ثم اختيار الأفلام وفق: (بلد الإنتاج، اللغة، الجمهور المستهدف، سمة العمل). مع مراعاة عدم تكرار بلد الإنتاج واللغة في العينة، وكذلك عدم اتباع جميع مفردات العينة لتصنيف عمري واحد، بل التنوع بين الأعمال الموجهة لمن هم في سن ١٨ ومن هم دون ذلك، في حدود ما هو متاح في القائمة. وتم الوصول إلى عينة مكونة من ٥ أفلام، وبيان العينة كما يظهر الجدول أدناه.

جدول ١. عينة الدراسة وتفصيلها متضمنة الاسم باللغتين كما يظهر في نتفلكس.

م	العنوان الرئيسي للفيلم	بلد الإنتاج	التصنيف	المدة	السمة
١	The Paramedic / المُسعِف	اسبانيا	١٨+	١:٣٤:٢٨	جريمة، دراما
٢	The Old Guard / الحراس الخالدون	أمريكا	١٨+	٢:٠٥:٣٩	أكشن، مغامرة
٣	The Beast / الوحش	إيطاليا	١٨+	١:٣٩:٤٦	جريمة، أكشن
٤	Rogue City / المدينة المارقة	فرنسا	١٨+	١:٥٦:١٤	جريمة، دراما
٥	#على_قيد_الحياة / #Alive	كوريا الجنوبية	١٦+	١:٣٨:٣٦	خيال، رعب

يوضح الجدول (١) جميع مفردات عينة الدراسة وأهم خصائصها ومنها: مدة العرض الكلي، ودول إنتاج هذه الأعمال والتي تبلغ ٥ دول مختلفة. وكذلك تنوع التصنيف العمري للجمهور بين من يبلغون السادسة عشر فما فوق والثامنة عشر فما فوق، كما تنوعت تصنيفات العينة الفنية (السمة) بين الدراما والحركة (Action) والخيال والرعب. وبذلك فإن مفردات العينة تحقق التنوع الذي يمثل واقع مجتمع الدراسة من الأفلام، من حيث البلدان المنتجة بلغاتها وثقافتها المختلفة، والتصنيف العمري للمحتوى، وكذلك التصنيفات أو السمات الفنية له. وبناء على ما سبق فإن درجة تمثيل العينة لمجتمع الدراسة على قدر من الموثوقية والتي تجعلها بعيدة عن أخطاء التحيز، مما يجعل النتائج أكثر دقة ويمكن تعميمها على مجتمع الدراسة. بيد أن تلك العينة تم اختيارها من قائمة الأكثر مشاهدة خلال عام ٢٠٢٠، وهو العام الذي فرضت الإجراءات الاحترازية لمكافحة جائحة كورونا خلاله الحجر المنزلي، لذا فإن العينة تمثل -تقريباً- مختلف أذواق واهتمامات غالبية جمهور نتفلكس.

أدوات الدراسة

استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لجمع البيانات، باعتبارها الأداة الأنسب لرصد السلوكيات والمواقف ذات الأبعاد اللا أخلاقية وإمكانية حصر عدد التكرارات حول السلوك المحدد في المواد المرئية كالعنف مثلاً.

تتناول الدراسة الحالية الجوانب اللا أخلاقية المتعلقة بالقيم والثقافة والدين بمفهومها الواسع والتي تظهر بعدة أشكال فقد تظهر في الكلمة أو الجملة أو الحوار سواء لفظ مسموع أو نص مقروء أو تظهر في السلوك أو في صورة ثابتة ... إلخ. ولإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، سيستهدف تحليل المضمون المسح الشامل لكل مفردة للعيننة والتركيز على المضامين اللا أخلاقية في المحتوى ورصدها رصدًا موضوعيًا من خلال المشاهد الصريحة والإيحاءات الحركية واللفظية والأفكار المناقشة في الحوارات والرسائل الموجهة التي تحمل مضمون لا أخلاقي يتم تلقيه بصورة منطقية في سياقات القصة. بالإضافة إلى أن أداة تحليل المضمون تعتبر الأداة الأنسب عند التعامل مع محتوى منشور على الإنترنت كمحتوى المنصات الرقمية، وذلك لإمكانية الوصول إلى المحتوى المنشور كونها متوفرة على مدار الساعة. كما أنه لا يشترط الحصول على إذن لتحليل البيانات المتوفرة على الإنترنت حيث إن البيانات متاحة للجميع (Bowen, ٢٠٠٩).

صدق وثبات الأداة

تم التحقق من صدق وثبات أداة تحليل المضمون عبر اتباع خطوات منهجية دقيقة لضمان صلاحيتها ودقتها في قياس المضامين المستهدفة. تمت مراجعة الأداة على عدة مراحل، وعُرضت على المختصين لمناقشتها والتحقق من بنائها العلمي ومدى توافقها مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وبناءً على ذلك، أُجريت التعديلات اللازمة إلى أن تم اعتمادها كأداة نهائية لتحليل المضمون بشكل موضوعي ودقيق. قد صُممت الأداة في البداية باستخدام برنامج Word وتم تطبيقها على إحدى مفردات العيننة المتمثلة في نوع فيلم، كمرحلة أولى للتحقق من صدق الأداة وقدرتها على تحليل المضمون. بعد تطوير الأداة وتحسينها، تم تحويلها إلى برنامج Excel لتسهيل المعالجة الآلية للبيانات وربطها مع استمارة الرصد. تم تطبيق النسخة النهائية على نفس مفردة العيننة بعد مرور ثلاثة أسابيع. أظهرت النتائج تطابقًا كبيرًا بين التطبيقين، مما يؤكد ثبات الأداة وفعاليتها. في النسخة النهائية، تم إعداد وتصميم استمارة الحصر باستخدام برنامج Excel وربطها آليًا بـ استمارة الرصد، مما أتاح استخراج البيانات بدقة وسرعة. هذه الخطوة ساهمت في تحسين كفاءة تحليل البيانات وضمان دقة النتائج.

نتائج الدراسة

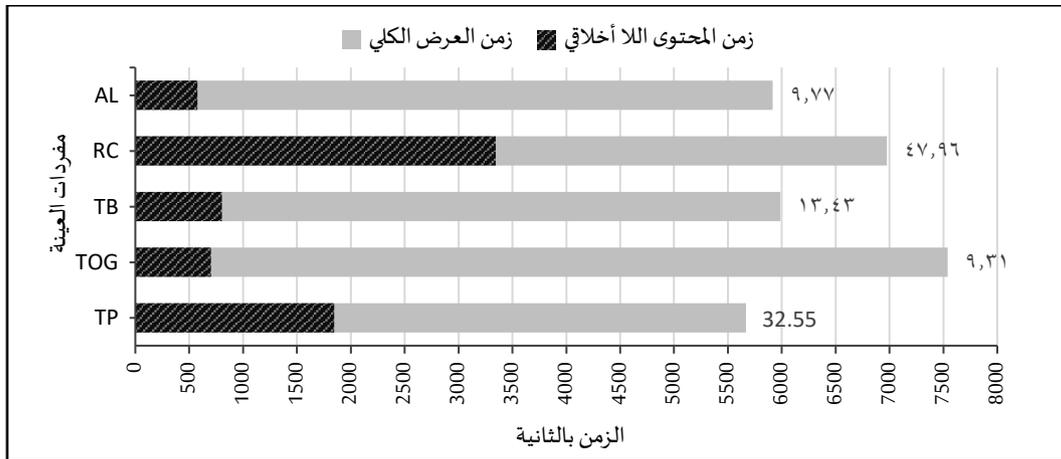
بما أن طبيعة تحليل المضمون تحمل الصفتين الكمية والكيفية، فسيتم عرض النتائج الكمية التي حصرت تكرارات المشاهدة اللا أخلاقية متبوعة بالتحليل النوعي للفئات الأساسية والفرعية، ومن ثم مناقشة جميع النتائج ومقارنتها بما توصلت إليه الدراسات السابقة.

بالنظر إلى عدد ونسبة ما تم رصده من محتوى لا أخلاقي يوضح الجدول أدناه الإحصاءات الوصفية لمفردات العينة، من حيث الزمن الكلي، والزمن المرصود، والنسب، والتكرارات. وكما يظهر في جدول (رقم ٢)، بلغ أقصر زمن عرض كلي تم تحليله ٥٦٦٨ ثانية (٠١:٣٤:٢٨)، بينما بلغ أطول زمن عرض كلي تم تحليله ٧٥٣٩ ثانية (٠٢:٠٥:٣٩)، أما زمن العرض الكلي لجميع مفردات العينة من الأفلام والذي تم الوقوف عليه وتحليله فقد بلغ ٣٢٠٨٣ ثانية (٠٨:٥٤:٤٣).

جدول ٢. الإحصاءات الوصفية لكامل مفردات العينة.

مجموع المحتوى اللا أخلاقي	المشاهد المرصودة	نسبة الزمن المرصود (%)	الزمن المرصود (ثانية)	زمن العرض الكلي (ثانية)
الحد الأدنى	١١	٩.٣١	٥٧٨	٥٦٦٨
الحد الأعلى	١٢٦	٤٧.٩٦	٣٣٤٥	٧٥٣٩
المجموع	٢٥٠		٧٢٧٤	٣٢٠٨٣
المتوسط	٥٠٠٠	٢٢.٦٠٤٠	١٤٥٤.٨٠	٦٤١٦.٦٠

بالنظر لمدة عرض المشاهد اللا أخلاقية، فُرِصت ما بين ٥٧٨ ثانية (٠٠:٠٩:٣٨) كأقصر مدة زمنية و ٣٣٤٥ ثانية (٠٠:٥٥:٤٥) كأطول مدة زمنية التي احتوت على مضامين لا أخلاقية حول القيم والثقافة والدين على مستوى الفيلم الواحد. كذلك تم رصد مدة زمنية بلغت ٧٢٧٤ ثانية (٠٢:٠١:١٤) من المحتوى اللا أخلاقي في جميع الأفلام الخمسة، وذلك بمعدل ١٤٥٤ ثانية (٠٠:٢٤:١٤) من اللا أخلاقيات في الفيلم الواحد كما أكد الجدول (٢).



رسم توضيحي ١. نسبة تشبع الزمن الكلي بزمن المحتوى اللا أخلاقي لكل فيلم.

عند رصد نسبة الزمن المرصود للمحتوى اللا أخلاقي من زمن العرض الكلي للمفردة الواحدة كما يظهر في الرسم (١)، فقد تصدر الفيلم الفرنسي المدينة المارقة (Rogue City) القائمة بأعلى نسبة ٤٧.٩٦٪ كزمن محتوى لا أخلاقي مرصود. وسجل فلم المسعف (The Paramedic) ثاني أعلى نسبة من حيث زمن المحتوى اللا أخلاقي مقارنة بزمن الفيلم إذ ثبت وجود حوالي ٣٣٪ من نسبة المحتوى اللا أخلاقي. وأما نسبة زمن المحتوى اللا أخلاقي للفلم الوحش (The Beast) فقد بلغ ١٣.٤٪ من إجمالي زمنه الكلي. هذا وتساوى تقريبا زمن المحتوى اللا أخلاقي في فلمي الحراس الخالدون وفيلم على قيد الحياة، إذ بلغت النسبة ٩.٣١٪ لفيلم (The Old Guard)، ونسبة ٩.٧٧٪ لفلم (Alive).

وبالاستناد للتحليل الموضوعي (Thematic analysis) في مرحلة تصنيف وفرز المشاهد، فقد تم تصنيف المحتوى اللا أخلاقي وفقا لست فئات رئيسية لا أخلاقية وهي: الصحة، الجنس، القيم، الدين، الثقافة، والعدوان. ثم تم تصنيف فئات فرعية مرتبطة بكل فئة رئيسية.

وبالنسبة لتكرارات هذه الفئات اللا أخلاقية في عينة الدراسة، فيتبين من الجدول التالي (٣) أن هناك تباينا في عرض المضامين اللا أخلاقية إذ تكررت بمعدل ١١ مرة كحد أدنى في فيلم على قيد الحياة، و ١٢٦ مرة كحد أعلى في فيلم المدينة المارقة. وبلغ تكرار المحتوى اللا أخلاقي بمختلف فئاته ٢٥٠ مرة، في مفردات العينة من الأفلام، بمعدل ٥٠ موضوع أو فكرة لا أخلاقية تُعرض في الفيلم الواحد.

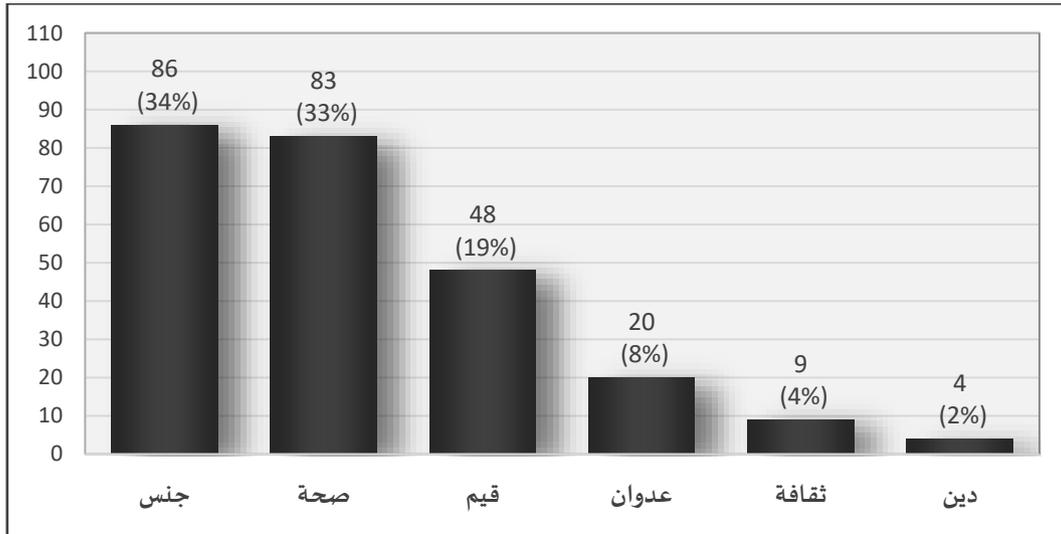
جدول ٣ التكرارات المرصودة للفئات الرئيسية اللا أخلاقية

المعدل	الجمهور	المُسعف The Paramedic	الحراس الخالدون The Old Guard	الوحش The Beast	المدينة المارقة Rogue City	على قيد الحياة Alive	
١٦.٦	٨٣	١٥	٧	١٣	٤٢	٦	صحة
١٧.٢	٨٦	٣٧	٦	٧	٣٣	٣	جنس
٩.٦	٤٨	١٤	٠	٥	٢٩	٠	قيم
٠.٨	٤	٠	٢	٠	٢	٠	دين
١.٨	٩	٠	١	٣	٥	٠	ثقافة
٤	٢٠	٢	٠	١	١٥	٢	عدوان
٥٠	٢٥٠	٦٨	١٦	٢٩	١٢٦	١١	المجموع

كما يشير الجدول (٣) تكرارات الفئات اللا أخلاقية الرئيسية المرصودة في العينة، حيث تكررت الفئة الرئيسية من نوع محتوى لا أخلاقي حول الصحة ٨٣ مرة في كامل مفردات العينة، بحد أدنى ٦ مرات في الفيلم

الكوري (على قيد الحياة) وبعده أعلى ٤٢ مرة في الفيلم الفرنسي (المدينة المارقة)، بمعدل ١٦ مرة يُعرض فيها محتوى لا أخلاقي حول الصحة في الفيلم الواحد.

كما تكررت فئة المحتوى اللا أخلاقي الجنسي ٨٦ مرة، ٣ مرات كحد أدنى في فيلم و ٣٧ مرة في فيلم آخر، بمعدل ١٧ تكرار للمحتوى اللا أخلاقي الجنسي في الفيلم. بالإضافة إلى رصد فئة المحتوى اللا أخلاقي الذي يمس القيم ٤٨ مرة في عينة الأفلام، بينما خلى فيلمين من هذه الفئة، وتكرر في فيلم آخر ٢٩ مرة، ويمكن القول إن هذه الفئة تكررت بمعدل ٩ مرات للفيلم الواحد. ومن الجدير بالذكر أن الفئة الرئيسية من نوع محتوى لا أخلاقي يمس الدين تكررت ٤ مرات فقط، حيث خلت من بعض الأفلام وتكررت مرتين في أحدها. أما بالنسبة لفئة المحتوى اللا أخلاقي الثقافي، فقد تكررت بمعدل ٩ مرات بـ ٥ تكرارات كحد أعلى، وتكررت فئة المحتوى اللا أخلاقي حول العدوان ٢٠ مرة، بحد أعلى ١٥ مرة في أحد الأفلام، وعُرضت هذه الفئة بمعدل ٤ مرات في الفيلم الواحد.



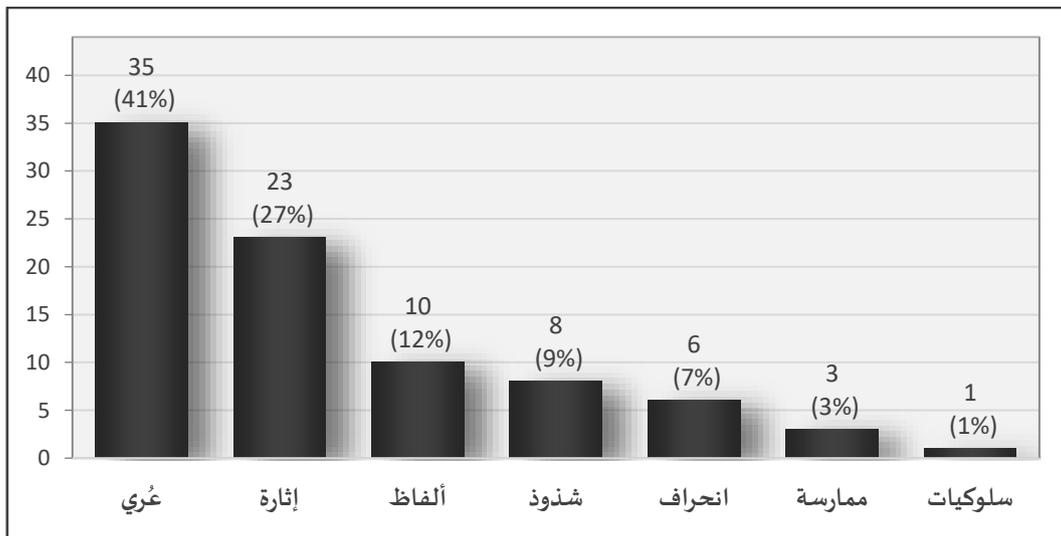
شكل بياني ١: أعمدة بيانية لتكرارات الفئات الرئيسية في جميع مفردات العينة.

يستعرض الشكل البياني (١) ترتيب الفئات اللا أخلاقية الرئيسية بحسب تكرار كل فئة في عينة الأفلام ونسبتها المئوية، حيث تصدّرت الفئتان: المحتوى اللا أخلاقي الجنسي والمحتوى اللا أخلاقي حول الصحة بنسب فارقة عن الفئات الرئيسية الأخرى. بينما حصلت فئة المحتوى اللا أخلاقي الذي يمس القيم على نسبة أقل من سابقتها، ثم تلتها فئة المحتوى اللا أخلاقي حول العدوان، بينما حصلت الفئتان: المحتوى اللا أخلاقي الثقافي والمحتوى اللا أخلاقي حول الدين على أقل نسبة تكرار بين الفئات اللا أخلاقية الرئيسية التي عُرضت في عينة الدراسة ولعل ذلك يفسر في ظل رغبة شركة نتفلكس لتسويق وترويج محتواها وتوسيع نطاق امتدادها حول العالم.

وفيما يلي سيتم استعراض الفئات الرئيسية والفرعية بشكل مفصل وفقا للتركرارات الكمية وتحليل المضمون النوعي. وتشمل الفئات الفرعية الستة: المحتوى اللا أخلاقي الجنسي، المحتوى اللا أخلاقي حول الصحة، المحتوى اللا أخلاقي الذي يمس القيم، المحتوى اللا أخلاقي المرتبط بالعدوان، المحتوى اللا أخلاقي الثقافي، المحتوى اللا أخلاقي حول الدين والتدين.

المحتوى اللا أخلاقي الجنسي

أظهرت نتائج تحليل المضمون أن المحتوى اللا أخلاقي الجنسي هو أعلى نسبة محتوى لا أخلاقي موجود في مفردات العينة كما تمت الإشارة سابقا (شكل ١). وعليه، مثلت فئة الجنس الفئة الرئيسية الأولى وتفرعت منها فئات فرعية كالسلوكيات، الممارسة، الانحراف، الشذوذ، الألفاظ، الإثارة، والعري. ويستعرض الشكل البياني التالي (٢) التكرارات والنسب المئوية لكل فئة فرعية من الفئات الرئيسية السابقة، وسيتم عرضها مرتبةً بحسب الأعلى نسبةً في الظهور.



شكل بياني ٢: الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (الجنس) ونسبة تكرارها.

وحصلت فئة العري على أعلى نسبة تكرار من مجموع المرصود للمحتوى اللا أخلاقي الجنسي إذ تكررت ٣٥ مرة. وتجمع فئة العري بين العري الجزئي والعري التام بنسبة بلغت ٤١٪ من إجمالي المرصود للمحتوى اللا أخلاقي الجنسي في كامل مفردات العينة. هذا وقد تم عرض الكثير من المحتوى المتضمن للعري، بدء من العري الجزئي وصولاً للكثير من مشاهد العري التام.

أما فئة الإثارة الجنسية فرصدت كثاني أعلى نسبة بنسبة ٢٧٪، بتكرارها ٢٣ مرة. هذا ولوحظ أنه يتم تضمين مشاهد مكثفة من الإثارة الجنسية، بالإضافة إلى التعبير عن الرغبات الجنسية من الذكور والإناث بالتصريح والتلميح بالإشارات والتعبير الحركية.

وبلغت فئة الألفاظ الجنسية ١٢٪ في الترتيب الثالث بعد العُري والإثارة بينما حصلت الفئة الفرعية سلوكيات جنسية على أقل نسبة حيث بلغت ١٪ برصده مرة واحدة في عينة الأفلام الخمسة. ولُوحظ أنه تم تضمين الألفاظ والسلوكيات الجنسية في عدة مواضع في المحتوى محل التحليل، وذلك بتصوير وعرض النظرات والسلوكيات التي تدل على الرغبة الجنسية، بالتعبير عنها لفظياً وحركياً.

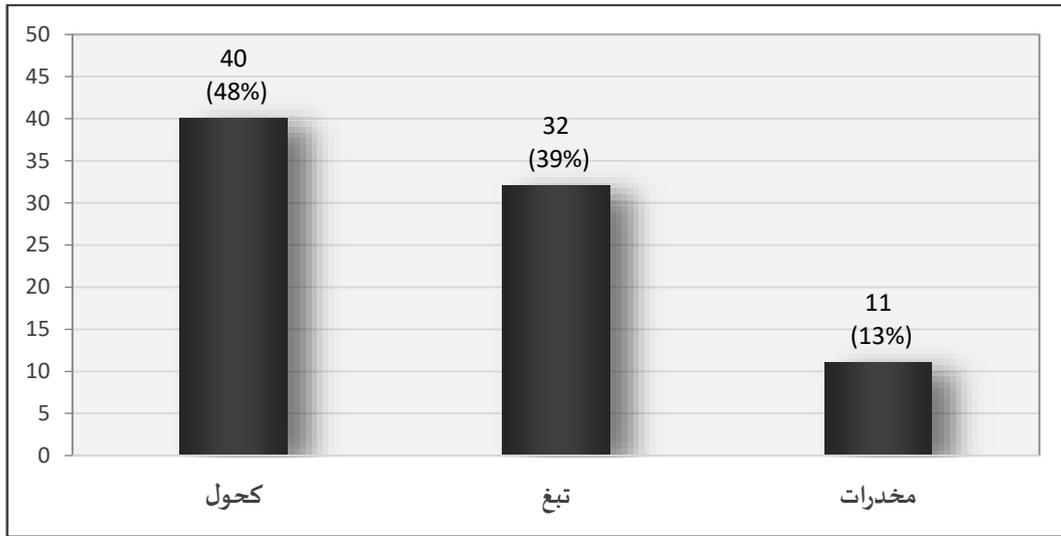
وفي المرتبة الرابعة، بلغت الفئة الفرعية (شذوذ جنسي) نسبة ٩٪ بتكرارها ٨ مرات متضمنة تطبيع الشذوذ وعرضه والترويج له. وتم عرض الشذوذ الجنسي وتصويره عدة مرات بدعوات متكررة إلى تطبيعه وتقبله والحث إليه، بدءاً من عرض المشاهد لتطبيعه وقبوله تمثلت في تصوير وعرض الشاذين والمتحولين جنسياً وتقبلهم واحتضانهم لبعضهم. وبالنظر لتمثيل مجتمع الشواذ في محتوى نتفلكس، أكدت الدراسات الحديثة تزايد تمثيل الشواذ في نتفلكس (٢٠٢٢، Al-Husseini). ولا يعد وجود الشواذ في محتوى نتفلكس أمراً مستغرباً حتى وإن كانت اللقطة خارج السياق في كثير من الأوقات حيث إن الشركة الأمريكية توجهها أجنحة وإطار إعلامي محدد.

وفي المقابل، حصلت الفئات الفرعية الأخرى على نسب متدنية تراوحت من ٧٪ للانحراف الجنسي الذي تضمن الاغتصاب أمام الكاميرا، و٣٪ لممارسة متضمنة الممارسة الجنسية الكاملة. وبالنسبة للانحرافات الجنسية فقد تم عرضها في المحتوى. أما الانحرافات الجنسية تم رصدها في الفيلم الفرنسي المدينة المارقة (Rogue City).

المحتوى اللا أخلاقي حول الصحة

أما الفئة الرئيسية الثانية فقد ارتبطت بالبعد الصحي اللا أخلاقي أي العادات المنعكسة سلبي على صحة الأفراد والتي عُرضت بشكل مكثف في تعاطي الممثلين للمخدرات والمشروبات الكحولية وتدخين التبغ والسجائر بشراهة.

يُظهر الشكل (٣) أن الفئة الفرعية شرب الكحوليات حصلت على أعلى نسبة تكرار من مجموع المرصود للفئة الرئيسية المحتوى اللا أخلاقي حول الصحة بنسبة ٤٨٪ وبتكرارها ٤٠ مرة في عينة الأفلام. وبلغت فئة التبغ النسبة ٣٩٪ بتكرارها ٣٢ مرة، وحصلت الفئة الفرعية مخدرات على النسبة الأقل والتي بلغت ١٣٪ من إجمالي المرصود للفئة الرئيسية محتوى لا أخلاقي حول الصحة.



شكل بياني ٣: الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (الصحة) ونسب تكرارها

- المشروبات الكحولية

أكدت المشاهد أن عرض الكحول يتم بتركيز المشهد، أي باستخدام زوايا تصوير مستوية وزوايا قريبة (close-up shot)، وذلك بهدف الترويج والدعاية للكحول وأنواع محددة منه بأسمائها، وبعرضه وبيان أنواعه وتفاصيل وخطوات صنعه. فمثلاً، تعدد المخرج إظهار عدد المشروبات الموجودة وأجزاء من مسمياتها للتأثير النفسي على المشاهدين في فيلم (Rogue City).

كذلك أشار تحليل المضمون أنه يتم تصوير شرب الكحوليات من قبل القاصرين والترويج له. كذلك، غالباً ما يظهر شرب الكحول مقترناً بأزمة وأماكن وحالات مزاجية معينة، فقد عُرض في مناسبات عدة كالاحتفال والبهجة من جهة، أو لتخفيف الشعور بالفقد والأسى والحزن من جهة أخرى.

بالإضافة إلى عرضه كوسيلة لتخفيف حدة الانضغاط النفسي والسيطرة على التوتر والقلق. ومن الجدير بالذكر هنا أن نتائج الدراسة الحالية التي أشارت أن محتوى نتفلكس المرتبط بالكحوليات يستهدف المشاهدين القصر واليافعين ويروج للمنتجات الكحولية قد اتفق مع دراسة إسبانية حديثة (Sarrionandia and Peña, ٢٠٢٤).

وبالإضافة لاستهداف مقاطع اليافعين والترويج لمسمياتها وإبرازها كمتنافس للضغوط النفسية، كذلك ركزت بعض المشاهد كما في فلم (The Paramedic) يشرح زميل المسعف له كيفية صناعة هذه الكحوليات في المنزل في أحد المشاهد.

- تدخين التبغ

أما التبغ، فقد تم رصده بنسبة ٣٩٪ في الأفلام المختارة. وبالنسبة للسياقات، فقد تم تصوير وعرض التبغ العديد من المرات بتركيز المشهد، وفي أزمنة وأماكن وأحوال مختلفة. وارتبط التدخين في غالبية المشاهد كوسيلة لتخفيف الضغوط ومبدد للملل، ويتم تعاطيه من قبل الشخصيات الرئيسية.

كذلك تم رصد العديد من المشاهد التي تعتمد تصوير التبغ بطرق أخرى، ومن زوايا مختلفة. ومن المؤسف أنه تم الترويج له بعرض أفكار من قبيل أن الطاقم الطبي والصحيين يدخنون ولا مشكلة سوى في الرائحة مقترحين السجائر الإلكترونية كبديل للسجائر العادية كما في فيلم (The Paramedic)، وكأن السجائر الإلكترونية تمثل الحل الأمثل للمشاهدين المتخوفين من ضرر التبغ. هذا واتفقت هذه النتيجة مع دراسة سابقة (Alfayad, Murray, ٢٠٢٢). قامت بالإشارة لكثافة عرض المشاهد التي تظهر تدخين واستنشاق التبغ بشراهة واستهداف جمهور المشاهدين اليافعين تحديداً.

- تعاطي المخدرات

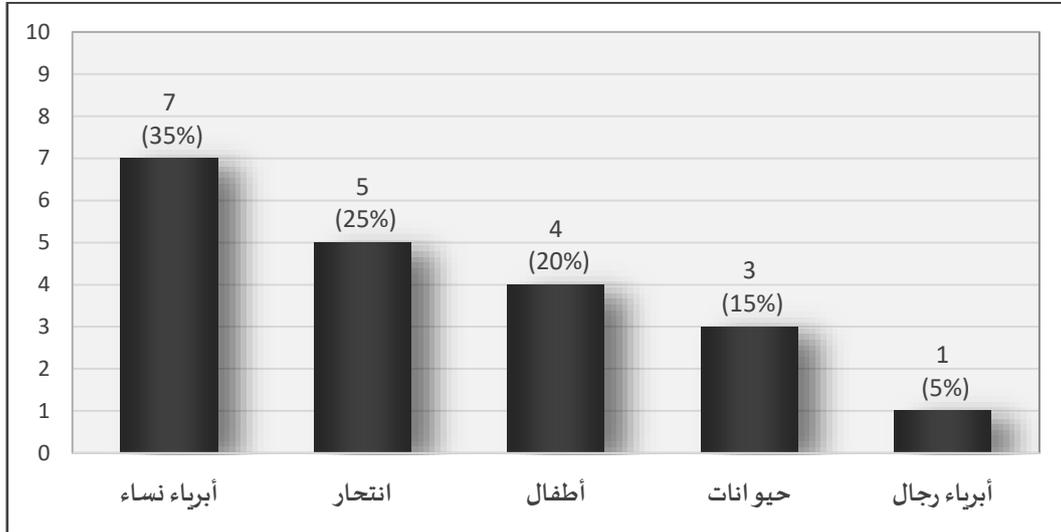
أما المخدرات والتي تم رصدها بنسبة ١٣٪ في عينة الأفلام، فقد تم الترويج لها من خلال عرض تعاطي المخدرات والإتجار بها، وسوء استخدام العقاقير الطبية في سياقات بطولية كاستخدام الشخصيات الرئيسية (الأبطال) لها بكميات تتجاوز الجرعات المسموحة بفارق هائل.

ومن غير المستغرب وجود مشاهد لتعاطي المخدرات واستنشاقها على اختلاف أنواعها، بل وتصنيعها في محتوى تنتجه نتفلكس، إذ ظهرت هذه الأجندة منذ بدايات نتفلكس وعرضها لمسلسلها الأصلي (Narcos)، والذي كان يستعرض طريقة صنع هذه المواد المخدرة. كما أكدت دراسة (Bhatia, Kavani, Paladiya, Patel, ٢٠٢٣). أفلام نتفلكس لديها صورة نمطية لمتعاطي المخدرات فدائماً يكون ممثلين من الذكور، فئة الطلاب الجامعيين ومن طبقة الأثرياء وهو ما لوحظ في المشاهد المرتبطة بتعاطي المخدرات في الدراسة الحالية.

المحتوى اللا أخلاقي حول العدوان

أما فئة العدوان فقد تواجد كثالث أعلى فئة رئيسية تم رصدها في عينة الأفلام المختارة. وتصدرت الفئة الفرعية العدوان على الأبرياء من النساء فئات المحتوى اللا أخلاقي حول العدوان، وذلك بنسبة ٣٥٪ كما يظهر الشكل البياني رقم (٤)، وذلك بتكرارها ٧ مرات. وحصلت الفئة الفرعية انتحار على ٢٥٪ بتكرارها ٥ مرات، وحصل العدوان على الأطفال على نسبة ٢٠٪، وحصلت الفئة الفرعية عدوان على الحيوانات على نسبة ١٥٪،

وأما قتل الأبرياء من الرجال فحصل على أقل نسبة من فئة العدوان الرئيسية بمقدار ٥٪ وعرضها مرة واحدة فقط في العينة محل الدراسة.



شكل بياني ٤. نسب الفئات الفرعية لفئة الرئيسية (عدوان).

وتعددت المشاهد من حيث العدوان على الآخرين من أشخاص وحيوانات للعدوان على الذات والمتمثل في الانتحار أو إيذاء الذات. وبالنسبة للانتحار، تعددت المشاهد التي تعرض للانتحار أو محاولات الانتحار للراشدين والمراهقين من الذكور والإناث، وتعددت الوسائل المستخدمة لهذا الغرض. ففي فيلم (Alive) مثلاً، تظهر الشخصية الرئيسية في محاولة الانتحار شنقاً كمنفذ من الوضع المتصعد وكحل بدلاً من مواجهة المشكلة القائمة. أما فلم (Rogue City)، قامت الشخصية الرئيسية بقتل زوجته وأبنائه أولاً (عدوان على الآخرين)، وثم قام بالانتحار (عدوان على الذات) مستخدماً بندقيته.

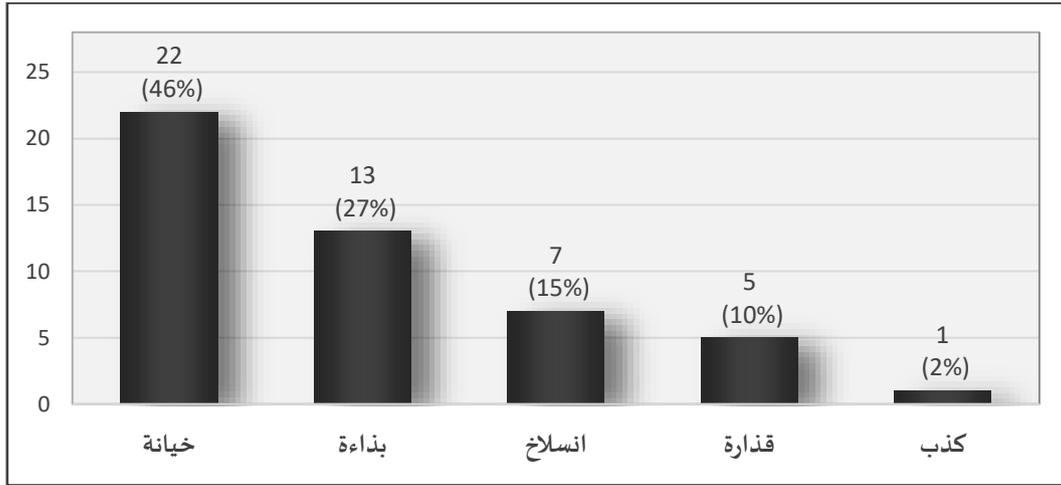
كذلك كان هناك عدد من المشاهد التي ظهر فيها العدوان على الأبرياء من الرجال والنساء وتمثل في الاعتداء الجسدي العنيف الظاهر والقتل الجماعي للأبرياء، وخصوصاً الاعتداء الجسدي والنفسي على نساء يظهر أنهن بريئات في سياق القصة، أما العدوان على الأطفال والحيوانات، فتضمن المحتوى العدوان الجسدي والنفسي على الأطفال، ومنه قتل الأب لأبنائه، وتعريض الأطفال للصراعات والدماء وقتل آباءهم أمامهم. بالإضافة إلى العدوان على الحيوانات وقتلها بالأسلحة وتسميمها بلا سبب أو حاجة.

وخلصت الدراسة الحالية لتكرر مشاهد العدوان تجاه الذات والآخرين وتجاه الحيوانات، وغلبت مشاهد الانتحار والتعدي على الأبرياء والنساء النسب الأعلى في هذه الفئة. وتتفق هذه النتائج مع دراسة Sarrionandia and Peña (٢٠٢٤) والتي أكدت على تكرار وجود مشاهد العنف والانتحار والأذى الذاتي في عشرة من أكثر الأفلام

والمسلسلات مشاهدة على منصة نتفلكس. استخدم الباحثون طريقة تحليل المحتوى مع ترميز كل ٥ دقائق، ووجدوا أن العنف كان موجودًا في ٣٨.٧٪ من مقاطع الأفلام و٣٧.٣٪ من المسلسلات، بينما كانت حالات الانتحار والأذى الذاتي تمثل نسبة ضئيلة.

المحتوى اللا أخلاقي الذي يمس القيم

أما فئة القيم فقد لوحظ أنها تتمثل في الفئات الفرعية: الخيانة، البذاءة، الانسلاخ، القذارة، والكذب. وحصلت الفئة الفرعية خيانة على أعلى نسبة تكرار على مستوى المحتوى اللا أخلاقي الذي يمس القيم بنسبة ٤٦٪ حيث تكررت ٢٢ مرة كما يوضح الشكل البياني (٥). أما الفئة الفرعية بذاءة بلغت ٢٧٪، وبلغت نسبة الانسلاخ من القيم ١٥٪، تليها القذارة ١٠٪، أما الكذب فقد حصل على النسبة ٢٪ من إجمالي تكرارات الفئة الرئيسية محتوى لا أخلاقي يمس القيم في عينة الدراسة.



شكل بياني ٥. الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (القيم) ومدى تكرارها.

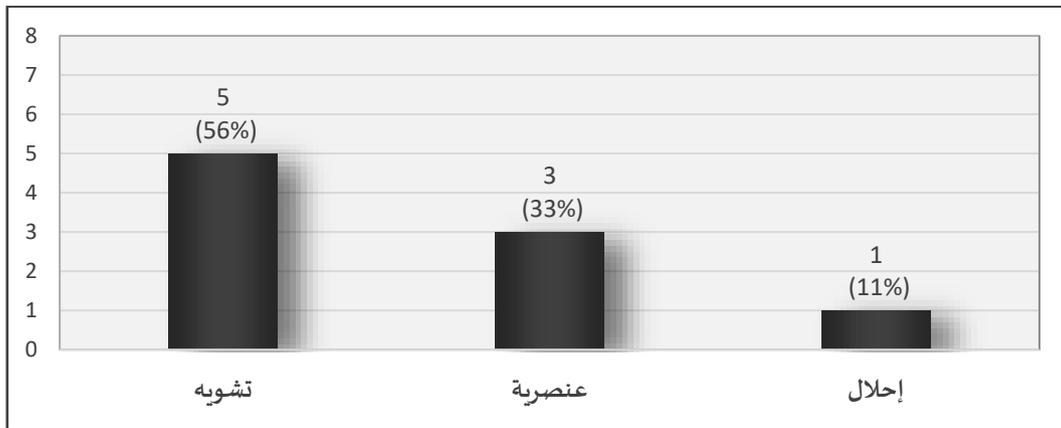
وتضمنت فئة الخيانة خيانة الأمانة وتمثلت في السرقة ومخالفة القانون باستغلال النفوذ الوظيفي والسلطة في فيلمي المُسعف والمدينة المارقة. وبالنسبة للخيانة الزوجية، فقد تم رصد ما لا يقل عن ٢٢ مشهد، بل وتم الحث على الخيانة بعرض فكرة أن الرجل سيجد في الخيانة ما لا يجده عند زوجته، وذلك في فيلم الوحش، كما تضمنت فيلمي المُسعف والمدينة المارقة مشاهد متعددة من الخيانة الزوجية. وفيما يتعلق بفئة البذاءة والقذارة، فقد تم رصد البذاءة متضمنةً الأقوال والأفعال، ومنها القذف اللفظي، وكذلك عرض البراز وعملية التبول والبصق. في ثلاثة أفلام، وهي المدينة المارقة، الوحش، المُسعف.

وبالنسبة للأفلام التي تم رصد الانسلاخ من القيم فيها فكانت في ثلاثة أفلام، وهي المدينة المارقة، الوحش، المُسعف. تمثلت في المظهر والسلوك. مثلاً: في فيلم المسعف يرتدي الرجل مجوهرات النساء ويتصرف بشكل يتشابه بسلوكيات النساء. وفي مشهد آخر، يعكس الانسلاخ من القيم، يظهر المسعف بعد أن تأكد من وفاة المرأة كبيرة السن والتي تبدو متدينة ليقوم بسرقة مجوهراتها الأمر الذي يتنافى مع ميثاق المهنة في القطاع الطبي والقيم الأخلاقية كذلك. هذا وقد تم عرض الكذب مرة واحدة في فيلم المُسعف.

المحتوى اللا أخلاقي الثقافي

بالنسبة للمحتوى اللا أخلاقي الثقافي في العينة، فقد ظهرت ثلاث فئات رئيسية هي: التشويه والإحلال والعنصرية. كما يُظهر الشكل (٦) فقد كان ما يتجاوز نصف المحتوى اللا أخلاقي الثقافي المرصود من الفئة الفرعية تشويه ثقافي بنسبة بلغت ٥٦٪ وبتكرارها ٥ مرات في عينة الأفلام، وحُصرت في التشويه للثقافة العربية والإسلامية دونما أي ثقافة أخرى.

وتشويه الثقافة العربية هو أمر دارج في الإنتاج السينمائي الأمريكي قبل ظهور المنصات الرقمية بعقود (Qutub, ٢٠١٣). هذا وبلغت العنصرية النسبة ٣٣٪، وكانت أقل نسبة بمقدار ١١٪ لصالح الفئة الفرعية إحلال وإبدال ثقافي، حيث عُرضت مرة واحدة بإبدال وإحلال أحد مظاهر الهوية العربية ببديل غربي.



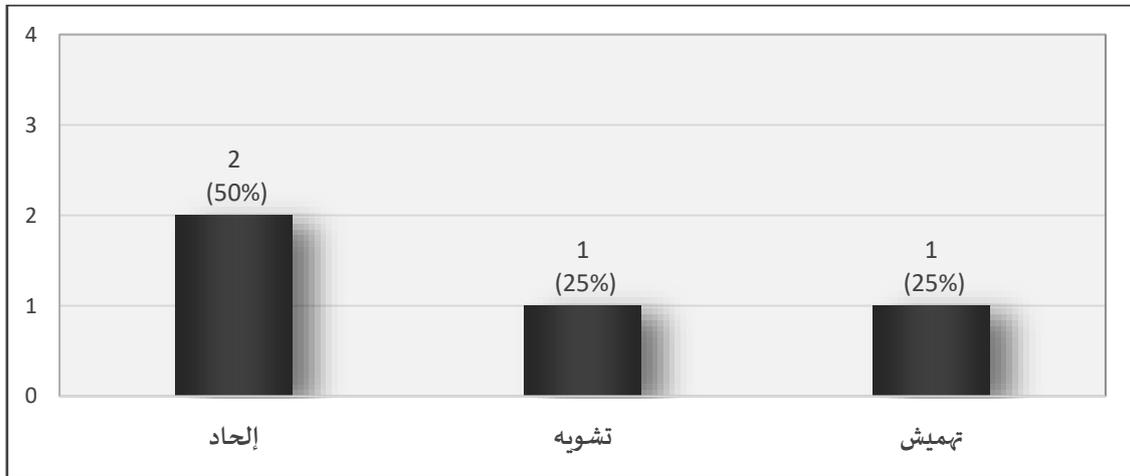
شكل بياني ٦. الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (الثقافة) ومعدل التكرار.

وبالنسبة للإحلال والتشويه والتزييف الثقافي، فقد تم رصد مشهد يتضمن إبدال وإحلال أحد مظاهر الهوية العربية ببديل غربي، وتمثلت في سكب أحد الشخصيات الرئيسية (بطل) الكحول في كأس الشاي المغربي المُقدم في طبق مع الأبريق لضيافته، حين كان الأبطال مجتمعون في المملكة المغربية. وتكمن الإشكالية الأخرى أن الأكواب الموجودة مخصصة للشاي الإنجليزي وليس الشاي المغربي أساساً، فيلم (The Old Guards).

كما رُصدت عدة مشاهد ضد الثقافة العربية والإسلامية حصراً عن أي ثقافة أخرى في المحتوى محل التحليل، حيث عرضت أفكار من قبيل أن تعلم اللغة العربية مدعاة للضحك، وأن الثقافة العربية والإسلامية ثقافة وحشية ودموية، وذلك في الفيلم الإيطالي (الوحش). وفي الفيلم الفرنسي (المدينة المارقة) وُصف العرب بـ "أبناء الماعز"، مع الدعوة للعنف ضدهم، وذلك بقتل رجال عرب (أحدهم من ذوي الإعاقة) في مقهى في فرنسا بشكل عشوائي بالأسلحة النارية.

المحتوى اللا أخلاقي حول الدين والتدين

بالنسبة للفئة الرئيسية الدين والتدين نجد أنها تفرعت لثلاثة فئات هي: الإلحاد، التشويه، والتهميش. وكما يتضح من الشكل (٧)، تكررت الفئة الفرعية إلحاد مرتين وبنسبة (٥٠٪) على مستوى المحتوى اللا أخلاقي الذي يمس الدين والذي تم رصده في عينة الأفلام، متمثلاً في الدعوة الصريحة للإلحاد من قبل الشخصيات الرئيسية، كما حصلت الفئتان الفرعيتان تشويه الدين وتهميش الدين على النسبة ٢٥٪ لكلٍ منهما وبتكرارهما مرة واحدة.



شكل بياني ٧. أعمدة بيانية موضحة الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (دين).

تم عرض مشاهد لا أخلاقية معدودة حول الدين والتدين منها الإلحاد والاستهزاء والتهميش بالدين والمتدينين، وذلك في فيلم الحراس الخالدون (The Old Guard) في مشهد الطائرة. كما تم عرض المتدينين كقتلة وتجار مخدرات ومنتجين لعصابات، وعرض رجال الشرطة ينتهكون المعابد ودور العبادة لتحقيق العدالة مع بعض الألفاظ والسلوكيات البذيئة دون احترام للمقدسات، وذلك في فيلم المدينة المارقة.

جدول ٤. تقييم المشاهدين لمفردات العينة.

م	العنوان الرئيسي للفيلم	التقييم وفقا لقاعدة بيانات IMDB	عدد المقيمين
١	The Paramedic / المُسعِف	حصل على تقييم ١٠/٦	١٥,٠٩٣ مشاهد
٢	The Old Guard / الحراس الخالدون	حصل على تقييم ١٠/٧	١٨٧,٩٦٥ مشاهد
٣	The Beast / الوحش	حصل على تقييم ١٠/٦,٥	٦,٧٢١ مشاهد
٤	Rogue City / المدينة المارقة	حصل على تقييم ١٠/٧,٩	٨١٠ مشاهد
٥	#على_قيد_الحياة / #Alive	حصل على تقييم ١٠/٦,٣	٤٩,٧١٤ مشاهد

مناقشة النتائج

بلغ الزمن الكلي لكامل مفردات العينة محل التحليل قرابة ال ٩ ساعات. وأظهرت النتائج أنه يتضمن ما يقدر بساعتين من المحتوى اللا أخلاقي، عرضت من خلال ١٤٢ مشهد لا أخلاقي، وبمعدل ما يقارب ٢٨ مشهداً لا أخلاقي للفيلم الواحد. تضمنت هذه المشاهد ٢٥٠ صنفاً لا أخلاقياً، جنسياً كان أو صحياً، أو قيمياً أو ثقافياً أو دينياً أو عدوانياً. تم عرض هذه المضامين اللا أخلاقية بمعدل حوالي ٥٠ مرة في الفيلم، وتعد هذه الأرقام كبيرة بالنسبة إلى عرض يُقدم في الجلسة الواحدة للفرد معتدل المشاهدة.

وإذا ما فُرئت نتائج تحليل المضمون من حيث ترتيب المضامين اللا أخلاقية الأكثر ظهوراً فالأقل، فإن المحتوى اللا أخلاقي الجنسي وعلى رأسه العري والإثارة الجنسية، حيث بلغ قرابة ثلث المحتوى اللا أخلاقي المرصود في العينة محل الدراسة، وأتى في المرتبة الثانية المحتوى اللا أخلاقي حول الصحة بنسبة بلغت الثلث، مرتكزاً على المحتوى الذي يتناول الكحول، ثم يليه التبغ. وأتى المحتوى اللا أخلاقي الذي يمس القيم في المرتبة الثالثة، وعلى رأس هذا المحتوى الخيانة بنسبة كبيرة، ومن ضمنها الخيانة الزوجية وخيانة الأمانة. ومن ثم المحتوى اللا أخلاقي الثقافي الذي تناول التشويه والاستهزاء حصراً ضد العرب والمسلمين بصورة صارخة، ثم تلاه المحتوى اللا أخلاقي الذي يمس الدين متضمناً الإلحاد.

إن هذا التطافر والاتساق في الأفكار والرسائل اللا أخلاقية التي تدعم بعضها البعض، يقود إلى الاعتقاد أن نتفلكس تقوم بصناعة المحتوى وفقاً لأجندة سياسية محددة وعلى موضوعات وأفكار ذات أولوية وينسب قد تكون مدروسة لیتضمنها المحتوى، ومن ثم تعرضه بقصد ولمغزى وبصورة منظمة في سياقات درامية وتشويقية جذابة، ويتفق هذا الاستنتاج مع دراسة كلٍ من: منسف (٢٠١٨)، والتميمي (٢٠٢٠)، والزليعي (٢٠٢٣).

يهتم صنّاع المحتوى الترفيهي والذين لا تقيدهم القوانين وليس لديهم اهتمام بالحدود الأخلاقية، بإغراق محتوهم بالمضامين الجنسية، خصوصًا إذا كان المستهدف شريحة المراهقين والشباب الذين يمثلون -في الغالب- الجمهور الأكبر في أي مجتمع، لعلمهم أن الغريزة الجنسية شديدة التأثير على الفرد وأحد المحركات الأساسية لسلوكه. وبهذا فإن شبكة نتفلكس تحاول جاهدة إقناع المشاهد بكل هذه المضامين الجنسية بشتى السبل، وهذه المساعي لهدف ومغزى وليس فقط لمجرد استقطاب الجمهور والمحافظة عليه، ويرتبط الكحول والتدخين بالسلوكيات الجنسية المنحرفة، لذا فمن المنطقي تناول هذه المضامين في المقام الثاني بعد اللا أخلاقيات الجنسية والتي تتفق مع دراسة (Sarrionandia and Peña, ٢٠٢٤).

قد يصعب التأثير على الفرد واقناعه بالكثير من الأفكار والسلوكيات اللا أخلاقية وأي محاولة لزعزعة قيمه، ما دام منحاظرًا لمجتمعه المعترف. ولأن الأسرة هي اللبنة الأساسية للمجتمع والحاضنة الأولى لهوية الفرد ورباطه الرصين بمجتمعه، فإن إمكانية التأثير على الفرد وإحداث أي تغييرات في فكره وسلوكه وقيمه تبدأ من استهداف الأسرة وترابطها سعيًا إلى تفكيكها. وهذا ما يتضح في المحتوى اللا أخلاقي الذي يمس القيم، والذي أتى في المرتبة الثالثة بعد المحتوى اللا أخلاقي الجنسي وربطه بالخمر والتدخين في كثير من الأحيان، وكانت الخيانة وخصوصًا الزوجية منها، ذات النصيب الأكبر من اللا أخلاقيات التي تمس القيم، فإذا ما كانت الأسرة هي المستهدف الرئيسي في سبيل عزل الفرد عن مجتمعه، فإن الزوجين هما عمودا الأسرة.

ومن خلال نتائج أساليب عرض المضامين اللا أخلاقية ثبت أن منصة نتفلكس تعرض حتى أقبح اللا أخلاقيات بشكل جريء ومباشر بدون أي مواربة أو تخفي، وبدون استخدام أي أساليب ملتوية لإيصال الرسالة. وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع سابقتها من الدراسات التي توصلت من حيث وجود المضامين اللا أخلاقية إلى ما توصلت إليه دراسة حمدان والرجبي (٢٠٢١)، وكذلك دراسة محمد (٢٠٢٢)، ودراسة حمدان (٢٠٢١).

ومن الملفت ظهور العديد من المضامين التي تسعى جميعها لأهداف مشتركة وتخدم بعضها البعض، فبالنظر إلى اللا أخلاقيات حول العدوان فإنها ركزت على العدوان نحو الذات بالانتحار حيث تم التحريض عليه، وعرضه كخيار للهروب من أزمات الحياة في مرات عدة، وكل ذلك مبني في السياقات على النظر للحياة بعين اللا معنى واللا دين. وكذلك تم التركيز على العدوان على الأبرياء من النساء، وليس الحديث هنا عن القتل الناشئ عن صراع كما في أفلام الحركة والحرب، بل على الأبرياء خارج سياق الصراع في القصة. ولذا توصي الدراسة الحالية بضرورة تنظيم العنف في وسائل الإعلام وتقديم تمثيل أكثر واقعية للتعامل مع الضغوط النفسية والاجتماعية.

هذا ويمكن تفسير قلة أو عدم ظهور عدد من اللا أخلاقيات الأخرى في المحتوى إذا ما تم وضع الأمر في سياقه، فبالرغم من رصد عدة لا أخلاقيات حول الدين منها الاستهزاء والتهميش بالدين والمتدينين بشكل عام، إلا أنها مشاهد معدودة. ولا يعني ذلك أن هذا من باب الاحترام للأديان أو الحياد تجاهها، بل أن هذه النتائج مبنية على الرصد المباشر للمضامين، والتي يتم فيها التطرق المباشر لتناول الدين والتدين. وإلا فإن السياقات المختلفة والأحداث المتتالية التي تعرض الأزمات والموت والكره والحزن بنظرة لا دينية بحتة، تلزم السياق القصصي بعدم التطرق للدين والذات الإلهية، وهذا هو بعينه التهميش والإسقاط للدين والتدين.

التوصيات

توصي الدراسة بضرورة وجود حوار مجتمعي حول تأثير هذه الأعمال، وكيفية التعامل معها بشكل يضمن الحفاظ على القيم الثقافية مع الانفتاح على الأفكار الجديدة. كما تشير إلى أهمية تعزيز الوعي الإعلامي بين الشباب، لمساعدتهم على فهم تأثير وسائل الإعلام بشكل أفضل. وفي هذا الصدد يقدم الباحثون عدد من التوصيات المحددة وبعض الحلول الممكنة، كما يلي:

- غرس الوعي لدى المشاهدين وأولياء الأمور، بشأن الخطر الذي يتعرضون له، واتخاذ التدابير اللازمة التي تمنع الضرر أو تحد منه.
- تصميم برامج إرشادية وتوعوية ووقائية تعمل كطوق نجاة لأبنائنا في الحاضر، وسد منيع يحمي الأجيال القادمة، مما قد يكون له آثار كارثية، قد لا يمكننا تداركها في المستقبل القريب.
- تزويد الأخصائيين النفسيين والاجتماعيين والمرشدين التعليميين والدينيين والقائمين على التربية والتعليم ومن في دورهم، بالنتائج التفصيلية لمثل هذه الدراسة لفهم هذا الخطر.
- حث الباحثين بمضاعفة الجهود في الدراسات والبحوث الإعلامية المرتبطة بالتأثيرات النفسية والاجتماعية بشكل عام، والأعمال السينمائية بشكل خاص.
- إجراء دراسات مشتركة تضم مجموعات من الباحثين في تخصصات مختلفة، لتحليل أكبر عدد ممكن من مضامين مثل هذه الشبكات أو المحتوى الرقمي عامةً، وقياس أثره على المتعرضين. وتبني ودعم هذا النوع من الدراسات وإقامة المؤتمرات والملتقيات العلمية التي تختص بها.
- تحفيز ودعم القائمين على الأعمال الفنية المرئية وصانعيها في المملكة، بمواجهة هذا المحتوى بالأعمال الإبداعية والمؤثرة التي تجسد قيمنا وثقافتنا المتزنة والمعتدلة وسماحة ديننا بالصورة الحقيقية، لتسد الفراغ

النتائج عن الابتعاد عن مثل هذه الشبكات، وتقديم البدائل في صورة أعمال منافسة وقوية تجذب جمهور المراهقين والشباب إليها، من أبنائنا وصولاً إلى المشاهدين في جميع أنحاء العالم.

- دعم وتمكين وترويج المنصات الوطنية والعربية للبحث المرئي الرقمي، لتحل محل المنصات العالمية، حيث يتقيد محتواها بحدود الأنظمة والقوانين الحكومية والضوابط الإعلامية والأعراف المجتمعية.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

إبراهيم، صفا. (٢٠٢٣). سمات الكود الأخلاقي للدراما العربية المقدمة على منصة نتفلكس: دراسة كيفية للمحتوى والمجموعات البثورية. *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*، العدد (٤٠)، ٢٢٦-٢٦٠.

Ibrahim. Safa. (٢٠٢٣). Simāt al-kūd al-'akhlāqī lil-ddrāmā al-'arabīyah al-muqaddamah 'alā manaṣṣat Nitfleks: Dirāsah kayfīyah lil-muhtawā wa-l-maḡmū'āt al-bu'riyyah. *al-Maḡallah al-'Arabīyah li-Buḥūṭ al-'I'lām wa-l-Ittiṣāl*, al-'adad (٤٠)، ٢٢٦-٢٦٠.

التميمي، نواف. (مايو، ٢٠٢٠). إسرائيل و"نتفلكس": منصة عالمية لـ"هاستبارا" الدعائية: تحليل لمضمون المسلسل التلفزيوني الإسرائيلي "قوضى". *مجلة لناب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية*، العدد (٦)، ١٦٩-١٩٧.

Al-Tamimi, Nawwaf. (May, ٢٠٢٠). Isrā'īl wa-"Nitfleks": Manṣṣah ā'lamiyah li-"Hāsbārā" al-ddi'ā'iyah: Taḥlīl li-maḡmūn al-muslasal al-ttīlīfīzyūnī al-isrā'īlī "Fawḏā". *Maḡallat Lubāb lil-Ddirāsāt al-Istrāṭīḡīyah wa-al-'I'lāmīyah*, al-'adad (٦)، ١٦٩-١٩٧.

الزليعي، محمد جبريل. (يوليو، ٢٠٢٣). البعد الثقافي لمنصات الأفلام: نتفلكس أنموذجاً: مقارنة نقدية في إطار نظرية الغرس الثقافي. *مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية*، ٣(٨)، ١٢٧٧-١٣٣٦.

Al-Zailai, Mohammad Gibril. (June, ٢٠٢٣). al-Bu'd al-ttaqāfī li-manṣṣat al-'aflām: Nitfleks Unmūḏaḡan: Muqārabah naqḏīyah fī iṭār nazarīyat al-ḡars al-ttaqāfī. *Maḡallat al-Ma'had al-'Ālī lil-Ddirāsāt al-Nnaw'īyah*, ٣(٨)، ١٢٧٧-١٣٣٦.

السيد، ياسمين محمد.، دياب، منة الله كمال. (٢٠٢١). تأثيرات المشاهدة النهمه لمحتوي منصة نتفلكس على البنط القيمي للمجتمع المصري: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الحتمية القيمية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد (٣١)، ٣٩١-٤٣٤.

El-Sayed, Yasmeeen Mohammad., Diyah, MinatAllah Kamal. (٢٠٢١). Ta'ṭīrāt al-muṣāhadah al-nnahmah li-muhtawā manṣṣat nitfleks 'alā al-binā' al-qīmī lil-muḡtama' al-miṣrī: Dirāsah taḥbīqīyah fī ḏaw' nazarīyat al-ḥatmīyah al-qīmīyah. *Maḡallat Buḥūṭ al-'Alāqāt al-'Āmmah al-Ššarq al-'Awsaṭ*, al-'adad (٣١)، ٣٩١-٤٣٤.

المشهداني، سعد سلمان. (٢٠١٧). *مناهج البحث الإعلامي (المجلد ١)*. دار الكتاب الجامعي.

Al-Mashhadani, Saad Salman. (٢٠١٧). Manāhiḡ al-Baḥṭ al-'I'lāmī (al-muḡallad ١). Dār al-Kitāb al-Ġāmi'.

حمدان، ديمة. (٢٠٢١). المثلية الجنسية على شبكة نتفلكس العالمية: عينة مختارة من المسلسلات أنموذجاً. [رسالة ماجستير. جامعة الشرق الأوسط. الأردن].

Hamdan, Dimah. (٢٠٢١). al-Miṭlīyyah al-ḡinsīyyah 'alā ṣabakat nitfleks al-'ālamīyah: 'Ayyinah muḡtārah min al-musalsalāt Unmūḏaḡan. [Risālat māḡistīr. Ġāmi'at al-Ššarq al-'Awsaṭ. al-'Urdun].

- عيد، رهام محمد صلاح الدين احمد. (٢٠٢٢). الأعمال الدرامية العربية التي تنتجها منصة Netflix ومردودها على القيم الثقافية والأخلاقية للشباب المصري-دراسة ميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٣ (٦١)، ١٦٩٥-١٧٦٤.
- Eid, Reham Mohammad SalahEddine Ahmad. (٢٠٢٢). al-'A'māl al-ddirāmiyah al-'arabīyah allatī tuntiḡuhā maṅṣṣat netflix wa-mardūduhā 'alā al-qiyam al-ttaqāfiyah wa-al-'ahlāqīyah lil-ššabāb al-miṣrī - Dirāsah maydāniyah. *Maḡallat al-Buḡūt al-'I'lāmīyah*, ٣ (٦١)، ١٦٩٥-١٧٦٤.
- طعيمة، رشدي أحمد. (٢٠٠٤). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه، أسسه، استخداماته. القاهرة: دار الفكر.
- Taeemah, Rushdi Ahmad. (٢٠٠٤). Taḡlīl al-muḡtawā fī al-'ulūm al-'insāniyah: Maḡhūmuh, ususuḡ, istiḡdāmātuh. al-Qāhirah: Dār al-Fikr.
- عبد الحميد، محمد. (١٩٨٣). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (المجلد ١). جدة: دار الشروق.
- Abdulhamid, Mohammad. (١٩٨٣). Taḡlīl al-muḡtawā fī buḡūt al-'i'lām (al-muḡallad ١). Ġiddah: Dār al-Ššurūq.
- عليان، ربحي مصطفى. (٢٠٠١). البحث العلمي: أسسه. منهجه و أساليبه. إجراءاته. بيت الأفكار الدولية.
- Olayan, Rubhi Mustafa. (٢٠٠١). al-Baḡt al-'Ilmī: Ususuḡ. manāḡiḡuh wa 'asālībuh. iḡrā'ātuh. Bayt al-'Afkār al-Ddawliyah.
- كيرش، ستيفن جيه. (٢٠١٧). الإعلام والنشء، تأثير وسائل الإعلام عبر مراحل النمو. ترجمة مؤسسة هنداوي.
- Kirsch, Steven J. (٢٠١٧). al-'I'lām wa-al-nnash', ta'tīr wasā'il al-'i'lām 'abra marāḡil al-nnumū. Tarḡamat Mu'assasat Hindāwī.
- محمد، علا عبدالقوي. (مايو، ٢٠٢٢). توظيف المنصات الرقمية في الترويج للقيم المجتمعية: منصة نتغليكس أنموذجاً. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. العدد (٨٠)، ٩١٧-٩٥٤.
- Mohammad, Ala Abdulqawiy. (May, ٢٠٢٢). Tawzīf al-manṣṣat al-rraqmīyah fī al-ttarwīḡ lil-qiyam al-muḡtama'iyyah: Manṣṣat nitfliks unmuḡdajan. *al-Maḡallah al-Miṣrīyah li-Buḡūt al-'I'lām*, al-'adad (٨٠)، ٩١٧-٩٥٤.
- مدونة علوم الإعلام والاتصال-SIC. (٢٠٢١). البروفيسور يوسف تمار: محاضرة تحليل المضمون الإلكتروني. تم الاسترداد بتاريخ ١٢ سبتمبر ٢٠٢٢ من موقع يوتيوب: <https://youtu.be/TWo°PcS^aaQ>
- Mudawanat Uloom Al-'alam-SIC. (٢٠٢١). al-Burūfīsūr Yūsuf Tamār: Muḡāḡarat taḡlīl al-maḡmūn al-'Ilīkrūnī. Tamma al-'istirdād bi-tārīḡ ١٢ sabbtambar ٢٠٢٢ min mawqī' yūtūb: <https://youtu.be/TWo°PcS^aaQ>.
- منسف، عدنان كاظم. (٢٠١٨). التضمينات السكولوجية في الفيلم الروائي المعاصر. *مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية*، العدد (٣١)، ٣٥٤-٣٧٠.
- Monsif, Adnan Kadhim. (٢٠١٨). al-Taḡmīnāt al-sīkūlūḡīyah fī al-fīlm al-rriwā'i al-mu'āšir. *Maḡallat Lārak lil-Falsafah wa-l-Līsāniyāt wa-al-'Ulūm al-Iḡtimā'iyyah*, al-'adad (٣١)، ٣٥٤-٣٧٠.
- يوسف، تمار. (٢٠١٩). تحليل مضمون المواد السمعية البصرية. [مادة علمية. كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر. الجزائر].
- Yusuf, Tamar. (٢٠١٩). Taḡlīl maḡmun al-mawad al-ssam'iyyah al-baṣariyyah [Maddah 'Ilmiyah. Kulliyat 'Ulum al-'I'lām wa-l-Ittiṣāl bi Ḡāmi'at al-Ḡazā'ir. al-Ḡazā'ir].
- سمير، إسماء، حمدي، بسنت، وماجد، ميريت. (٢٠٢٣). الترويج للأفروستريك من خلال منصة نتغليكس وتعليقات جمهور المصريين: حالة مسلسل الملكة كليوباترا. *مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية*، ٥ (٣)، ١٠٥١ - ١٠٧٣.

Samira, Isra., Hamdi, Bisnit., & Majed, Miryat. (٢٠٢٣). al-Ttarwīḡ lil-'afrūsāntrīk min ḥilāl maṣṣat nitfliks wa-ta'liqāt ḡumhūr al-miṣriyīn: Ḥālat musalsal al-malikah kilyūbātrā. *Maḡallat Ḡāmi'at Miṣr lil-Ddirāsāt al-'Insānīyah*, ٥ (٣), ١٠٥١-١٠٧٣.

قطب، أفنان، الأنصاري، خلود. (٢٠٢٤). صورة اضطراب التوحد في منصات المشاهدة الرقمية العربية والأجنبية: دراسة مقارنة بين منصة شاهد نت ومنصة نتفلكس ومنصة وتس إت. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*. العدد ٧٤.

Qutub, Afnan., Al-Ansari, Khulood. (٢٠٢٤). Sūrat idṭirāb al-tawaḥḥud fī maṣṣat al-muṣāhadah al-raqmīyah al-'arabīyah wa-al-'aḡnabīyah: Dirāsah muqāranah bayna maṣṣat šāhid net wa-maṣṣat nitfliks wa-maṣṣat wats It. *al-Maḡallah al-'Arabīyah li-Buḥūt al-'Ilām wa-al-Ittiṣāl*, al-'adad (٧٤).

ثانيا: المراجع الأجنبية

Alfayad, K., Murray, R. L., Britton, J., & Barker, A. B. (٢٠٢٢). Content analysis of Netflix and Amazon Prime Instant Video original films in the UK for alcohol, tobacco and junk food imagery. *Journal of Public Health*, ٤٤(٢), ٣٠٢-٣٠٩.

Al-Husseini, K. M. J. (٢٠٢٢). The Representation of Homosexuality in Netflix Shows: A Critical Discourse Analysis [Doctoral dissertation, Ministry of Higher Education. University of Karbala. Iraq].

Allem, J. P., Van Valkenburgh, S. P., Donaldson, S. I., Dormanesh, A., Kelley, T. C., & Rosenthal, E. L. (٢٠٢٢). E-cigarette imagery in Netflix scripted television and movies popular among young adults: A content analysis. *Addictive Behaviors Reports*, ١٦, ١٠٠٤٤٤. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2022.100444>.

Bhatia, G., Kavani, K., Paladiya, B., & Patel, S. (٢٠٢٣). Portrayal of illicit drug use in Bollywood movies over the last two decades: A content analysis. *Asian Journal of Psychiatry*, ٨٦, ١٠٣٦٥٥. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2023.103655>

Berelson, B. (١٩٥٢). Content analysis in communication research (Vol. ١). Michigan: Free Press.

Bowen, G. (٢٠٠٩). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, ٩(٢), ٢٧-٤٠.

Donaldson, S. I., La Capria, K., & Allem, J. P. (٢٠٢٤). Recall of Netflix Scripted Content Known to Contain E-Cigarette-Related Imagery is Associated with Susceptibility to Use E-Cigarettes Among Young Adults . *Journal of Substance Use & Misuse*, ١-٥. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/10826084.2024.2403123>

Flixpatrol. (٢٠٢١). TOP ١٠ on Netflix in Saudi Arabia in ٢٠٢٠ (Full). Retrieved [November ٢٤, ٢٠٢١] from flixpatrol.com: <https://flixpatrol.com/top10/netflix/saudi-arabia/2020/full/#netflix-1>

Hosch, W. L. (٢٠٢٣). Netflix American company. Retrieved [October ١٣, ٢٠٢٣] from britannica.com: <https://www.britannica.com/biography/Reed-Hastings>

Maes, C., & Vandenbosch, L. (٢٠٢٢). "Consent is sexy": Exploring the portrayal of prosocial sexuality messages in youth-oriented series. *Journal of Children and Media*, (٣)١٦ ٣٣٢-٣٥١.

Monk-Turner, e. a. (٢٠٠٤). A Content Analysis in American War Movies. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, ٤(١), ١-١١.

- Morgenstern, M., Glantz, S. A., Neumann, C., & Hanewinkel, R. (٢٠٢٤). Smoking in Popular Streaming Shows and Youth Protection in Germany. *Journal of Community Health*, (١)٤٩, ١٦٦-١٧٢.
- Netflix. (٢٠٢٣). FINAL Q٣ ٢٣ Shareholder Letter. Retrieved [December ٩, ٢٠٢٣] from Netflix website: https://s٢٢.q٤cdn.com/٩٥٩٨٥٣١٦٥/files/doc_financials/٢٠٢٣/q٣/FINAL-Q٣-٢٣-Shareholder-Letter.pdf
- Netflix. (٢٠٢٣). The Story of Netflix. Retrieved [October ٢, ٢٠٢٣] from Netflix website: <https://about.netflix.com/>
- Polansky, J. R., Driscoll, D., & Glantz, S. A. (٢٠٢٠). Smoking in top-grossing US movies: ٢٠١٩. UCSF: Center for Tobacco Control Research and Education.
- Stoll, J. (٢٠٢٤, July ١٩). Netflix: Number of subscribers worldwide ٢٠٢٤. Statista. <https://www.statista.com/statistics/٢٥٠٩٣٤/quarterly-number-of-netflix-streaming->
- Shady, A. (٢٠٢٠). Content Analysis. Retrieved [September ١٣, ٢٠٢٢] from YouTube: <https://youtu.be/sOt١FOWKGKA>
- Qutub, A. (٢٠١٣). Harem girls and terrorist men: Media misrepresentations of Middle Eastern cultures. *Colloquy*, ٩(١), ١٣٩-١٥٥.
- Peña, M., & Sarrionandia, A. (٢٠٢٣). Mental health, violence, suicide, self-harm, and HIV in series and films of Netflix: content analysis and its possible impacts on society. *Frontiers in Communication*, ٨, ١٢٤٣٣٩٤. <https://doi.org/١٠.٣٣٨٩/fcomm.٢٠٢٣.١٢٤٣٣٩٤>
- Sarrionandia, M. P., & Peña, A. S. (٢٠٢٤). Alcohol, tobacco, junk food and sport in series and films of Netflix: Content analysis and its possible impacts in society. *Revista Latina de Comunicación Social*, (٨٢), ١-٢٠.

Netflix Movies and the Immoral Content: Content Analysis of a Sample of the Most Watched Netflix Movies

Atif Ali Al-Otaibi^١, Adel Abd Rabbah^٢, and Afnan Abdullah Qutb^٣

^١ *Criminal Psychology, Professor, Department of Psychology, College of Arts and Humanities,* and ^٣ *Associate Professor of Digital Media, College of Communication and Media, King Abdulaziz University, Jeddah, Kingdom of Saudi Arabia, KSA*

atif.alotaibi@gmail.com

Abstract. The current study aimed to analyze the immoral content present in a sample of the most-watched original movies on Netflix, available in its Saudi library. It also focused on examining the methods and contexts used by Netflix to display unethical content. The sample included five original Netflix films: The Paramedic, The Old Guard, The Beast, Rogue City, and Alive. This qualitative study employed content analysis to identify unethical visual content in these films. The study reached several conclusions, most notably that the most frequent type of immoral content was sexual in nature, followed by immoral behaviors related to health, such as the consumption of cigarettes, tobacco, alcohol, and drugs. The study recommends developing awareness programs and providing specialists with these findings to understand their effects and suggest effective interventions. Furthermore, it calls for conducting interdisciplinary studies to explore the impact of Netflix productions on young viewers, limiting the promotion and advertising of Netflix services, supporting national artistic productions, and empowering national and Arab digital production platforms.

Keywords: Netflix, Digital viewing platforms, Digital media, Unethical content, Movies.

تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز

محمد جبريل الزيلعي

أستاذ الإعلام والاتصال الثقافي المساعد، قسم الصحافة والإعلام الرقمي، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك

عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية

malzailai@kau.edu.sa

المستخلص. سعت هذه الدراسة للتعرف على تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية، حيث تتدرج ضمن الدراسات الوصفية، فقد اعتمدت على المنهج المسحي، من خلال استخدام المسح بالعينة على عدد من طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبدالعزيز، وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن ٥٨.٠٪ من الطلبة يفضلون استخدام محركات البحث، وذلك بسبب سهولة الوصول إلى المعلومات وتنوعها، كما أظهرت الدراسة اهتمام الطلبة بالمعلومات الموثوقة، من خلال بحثهم في قواعد البيانات العلمية والبرامج المتخصصة، وكشفت أيضاً أن عدد قليل من الطلبة بنسبة ٧.٤٪ ممن يستخدم الشبكات الاجتماعية كمصادر لالتماس المعلومات الأكاديمية، فبالغالبية يفضلون المصادر الأكثر موثوقية، وقد أظهرت الدراسة أن غالبية الطلبة بنسبة ٩٦.٣٪ يعتقدون أن الإعلام الرقمي ساهم في تسهيل البحث العلمي وتحسين جودة الأبحاث، وبينت نتائج الدراسة أن ٥٥.٦٪ من الطلبة يواجهون بعض التحديات في استخدام الإعلام الرقمي، مثل صعوبة التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة، كما أظهرت قلة المهارات التقنية لدى الطلبة بنسبة ٢٥.٩٪.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، الإنسانيات الرقمية، التخصصات الإنسانية، التماس المعلومات.

المقدمة

يشهد العصر الحالي تطورات تكنولوجية متسارعة، أحدثت بطبيعة الحال تغيرات جذرية في مختلف جوانب الحياة، ومن أبرز هذه التطورات ظهور الإعلام الرقمي وتأثيره الكبير على مختلف المجالات، بما في ذلك المجال الأكاديمي والبحث العلمي، وفي ظل هذا التحول الرقمي، برزت أهمية دراسة تأثير الإعلام الرقمي على طلبة

التخصصات الإنسانية، وخاصة الطلبة الذين يدرسون هذه التخصصات، إذ أنهم يشكلون القوة الدافعة لتطوير المعرفة الإنسانية، ففي الزمن الرقمي لم تعد المدرسة أو الجامعة وحدها الجهات المنتجة والمعتمد لها بالنشر والمعرفة والثقافة، وإنما أجبرت الإنسانيات على صياغة نماذج رقمية أصيلة للخطاب العلمي في الفضاءات الإلكترونية الناشئة حديثاً، كالويب والمدونات وشبكات التواصل الاجتماعي والمكتبات الرقمية، وكذلك نمذجة التميز والابتكار في هذه الفضاءات، وتسهيل تكوين شبكات لإنتاج المعرفة وتبادلها ونشرها، على الصعيدين العالمي والمحلي، ويُعد هذا الانخراط تواجد استراتيجي للإنسانيات في البيئة الرقمية وحدّ من التعارض القائم بين ثقافتها الأدبية والثقافة العلمية وإقامة جسور بينها وبين العلوم والمعارف التطبيقية في العالم الرقمي، بما يعود بالمنفعة العامة على الجميع (شعبان، ٢٠٢١، ص ٥٣٣).

ولذا تأتي هذه الدراسة لتسد فجوة معرفية مهمة، حيث لا تزال هناك حاجة إلى مزيد من الدراسات التي تتناول تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية في السياق العربي والمحلي بشكل خاص، فهي تُسهم في إثراء الأدبيات البحثية في هذا المجال، وتقديم رؤى جديدة حول العلاقة التفاعلية بين التكنولوجيا والعلوم الإنسانية. وتهدف هذه الدراسة الميدانية، والتي اختارت طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز عينة لها، إلى استكشاف الآثار المختلفة للإعلام الرقمي وأدواته على طرق البحث والتحليل في التخصصات الإنسانية، وتحديد التحديات والفرص التي يواجهها الطلبة في هذا الصدد، كما تسعى إلى بناء نموذج نظري يساعد على فهم آليات تأثير الإعلام الرقمي على ممارسات البحث العلمي في هذه التخصصات.

وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي، نظراً لكونه الأفضل لاستكشاف آراء ووجهات نظر عينة الدراسة، والتي فُسرَت في ضوء نظرية التماس المعلومات كإطار نظري لها، حيث تساعد هذه النظرية على فهم سلوك الطلبة في البحث عن المعلومات واستخدامها.

ومن المؤكد أن تُسهم نتائج هذه الدراسة في تقديم توصيات عملية لتعزيز التكامل بين الإعلام الرقمي والتخصصات الإنسانية على المستويين الأكاديمي والمجتمعي، بحيث تساعد متخذي القرار في تطوير المناهج الدراسية والبنية التحتية لتلبية متطلبات العصر الرقمي، كما ستوفر رؤى قيمة حول سبل تمكين الطلبة من الاستفادة من الفرص التي يوفرها الإعلام الرقمي والتغلب على التحديات التي يواجهونها خلال مسيرتهم التعليمية.

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من بُعدها المنهجي الميداني في مجال الإنسانيات الرقمية، فمن خلالها يمكن فهم تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية، وتحديداً لدى طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة

الملك عبد العزيز بجدة، حيث يُمكن أن توضح طبيعة صياغة النماذج الرقمية الأصيلة لخطاب العلوم الإنسانية في سياق النظر لأطروحات علمية تطبيقية يُمكن المقاربة بينها، لذا يؤكد الباحث على أهمية هذه الدراسة ويتضح ذلك من التالي:

الأهمية العلمية

تسهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات البحثية حول تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية، وهو موضوع لم يُدرس بشكل كافٍ من قبل، خاصة في السياق العربي والمحلي على حد علم الباحث، كذلك تُعد محاولة علمية لفهم وتفسير العلاقة التفاعلية بين التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام الرقمي وطرق البحث والتحليل في العلوم الإنسانية، كما أنها تُسهم في تطوير نموذج نظري لفهم آليات تأثير الإعلام الرقمي على ممارسات البحث والتحليل في التخصصات الإنسانية، وتُقدم أيضاً رؤية أكاديمية معمقة حول التحديات والفرص التي تواجه طلبة العلوم الإنسانية في ظل التحول الرقمي.

الأهمية التطبيقية

يمكن أن تُقدم الدراسة توصيات عملية لتعزيز التكامل بين الإعلام الرقمي والتخصصات الإنسانية على المستويين الأكاديمي والمجتمعي، وتُساعد نتائجها متخذي القرار في المؤسسات التعليمية على وضع استراتيجيات فعالة لتطوير البنى التحتية والمناهج الدراسية بما يتناسب مع متطلبات التحول الرقمي، وأخيراً تُقدم رؤى تطبيقية حول سبل تعزيز مهارات الطلبة في التخصصات الإنسانية لاستغلال الفرص التي يوفرها الإعلام الرقمي والتغلب على التحديات المصاحبة.

الدراسات السابقة

تُمثل الدراسات السابقة الإطار المرجعي الأساس لأي باحث، ونظراً للحدث النسبية لدراسة تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية، يأتي الاهتمام بهذا المجال في المملكة العربية السعودية والذي يُعد مهماً، فالتراكمات العلمية النظرية والتطبيقية حول الجوانب المختلفة للإنسانيات الرقمية وتحديداً فيما يتعلق بعلاقة الإعلام الرقمي بالعلوم الإنسانية والأدبية في المملكة يُعد مجالاً واعداً، وبعد الرجوع للتراث العلمي الذي تناول فيه الباحثون الإعلام الرقمي وتأثيره بشكل عام، والإنسانيات الرقمية على وجه الخصوص، فقد حرص الباحث على ترتيبها تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم، وعلى محورين وهي كالتالي:

- محور الدراسات التي تناولت الإعلام الرقمي وتأثيره

هدفت دراسة (حسن، شيرين جمال. ٢٠٢٤) إلى التعرف على الإعلام الرقمي وما صاحبه من تطور تكنولوجي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال ومعرفة الفجوة الحيلية، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، حيث استخدمت منهج المسح الإعلامي، وتطبيق استمارة الاستبانة على عينة عمدية غير احتمالية، وبالتحديد عينة من كبار السن ومن الأصغر سناً، وتم تقسيمها إلى فئات عمرية بالتساوي، قوامها ٢٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن التقدم التكنولوجي أثر على عاداتنا وقيمنا وسلوكنا بنسبة ٨٩.٥٪، وهذا يوضح الأثر السلبي للتكنولوجيا على القيم الاجتماعية في المجتمع المصري، كما أوضحت الدراسة أن هناك فجوة بين الأجيال واضحة وملموسة في المجتمع المصري بنسبة ٩٥٪.

وقد تناولت دراسة (علي، إلهام يونس. ٢٠٢٣) التأثير الثقافي للمحتوى الإعلامي الرقمي، حيث هدفت إلى التعرف على دوافع ومبررات واتجاهات الشباب نحو استخدام الأساليب الحديثة في التواصل (المميز - الإيموجي - الفيديوهات المجتزئة - الصور المأخوذة من أشهر المسلسلات والبرامج والأغاني - الكوميكس...)، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، حيث اعتمدت على استبيان ميداني في دراستها الكمية وطبقت على ٣٧٢ مفردة، و ٢٥ مفردة للدراسة الكيفية والتي اعتمدت على المقابلات المتعمقة، وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن الاستمرار في استخدام الأساليب الحديثة في التواصل الافتراضي على مواقع التواصل الاجتماعي أصبح من العلامات المؤثرة في العلاقة المتبادلة بين الإعلام والثقافة.

فيما هدفت دراسة (الفقيهي، محمد. ٢٠٢٣) إلى معرفة دور الإعلام الرقمي في العملية التعليمية من وجهة نظر الشباب الجامعي بجامعة سرت، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي، حيث تكون مجتمع الدراسة من الشباب الجامعي بجامعة سرت، وقد بلغ عدد العينة ١٣٠ مفردة، ولجمع البيانات تم استخدام استمارة الاستبيان لقياس الظاهرة المراد قياسها، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، أهمها: أن استخدام أفراد العينة لتطبيقات الإعلام الرقمي جاءت بنسبة ٨٢٪ وسجل موقع فيس بوك المرتبة الأولى أمام باقي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي، وأكد أفراد العينة بأن وسائل الإعلام الرقمي أصبحت ضرورية في الدراسة الجامعية بنسبة ٨٧٪.

فيما تناولت دراسة (قصبيات، سفيان مصطفى. ٢٠٢٢) الإعلام الرقمي ودوره في تشكيل النسق القيمي الأخلاقي، حيث استخدم الباحث المقاربات النقدية من خلال التحليل الوصفي، ولجأ إلى المقاربات النقدية من خلال ١٠ سياقات في الإعلام الرقمي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها أن أكثر الوسائل الرقمية استخداماً في مجتمع ليبيا هو الفيس بوك، واهتمام الإعلام الرقمي الدولي بالشأن الليبي وفق ترويج للخطاب

الأيدولوجي الليبرالي فيما يتعلق بسياقات تمكين المرأة والعرقية، وغيرها من القضايا، كما كشفت الدراسة أن هناك أهمية عند الإعلام الرقمي بالقضايا الإنسانية مثل ذوي الاحتياجات الخاصة، وأصحاب الدخل المحدود، والحالات المرضية، والقضايا الاجتماعية.

فيما هدفت دراسة (السيد، مصطفى سيد محمد. وآخرون. ٢٠١٧) إلى معرفة أسلوب قياس الأثر Impact Assessment، وتأثير الثقافة المعلوماتية الرقمية على أخصائيي المعلومات في مجال الإنسانيات والعلوم الاجتماعية في المكتبات محل الدراسة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، حيث اعتمدت على قائمة مراجعة موجهة للباحثين في المكتبات محل الدراسة، كأداة لجمع البيانات، وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن الثقافة المعلوماتية الرقمية تلعب دوراً حيوياً في تحسين مهارات الباحثين في الحصول على المعلومات وتحليلها في المجالات الإنسانية والاجتماعية، وأن هناك عدد من التحديات التي تواجه الباحثين في هذا المجال، بما في ذلك محدودية الوصول إلى بعض الموارد الرقمية، والحاجة إلى تحسين البنية التحتية الرقمية في المكتبات.

وتناولت دراسة (رضوان، أمل صلاح محمود. ٢٠١٦) التحول الرقمي للمعرفة وتأثيره على الثقافة المعلوماتية للمتخصصين في الإنسانيات، وتمثلت أهداف الدراسة في معرفة روافد ومكونات الثقافة المعلوماتية لدى المتخصصين في مجال الإنسانيات من أعضاء هيئة التدريس بكلية الآداب، جامعة جنوب الوادي بقنا، ومعرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الثقافة المعلوماتية، وعلى الاتجاهات البحثية الجديدة التي تولدت لديهم بعد التحول الرقمي وانتشار الانترنت، وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي في عملية حصر المقالات المنشورة في أعداد المجلة العلمية الصادرة عن الكلية بدءاً من عام ٢٠٠١م وحتى عام ٢٠١٢م، وقد أظهرت الدراسة عدد من النتائج من أهمها: أن ٧٣٪ منهم يعتمدون الآن على المصادر الالكترونية المتاحة على شبكة الانترنت بدلاً من المعلومات التقليدية المطبوعة، وأن هناك اتجاهات بحثية ترصد دور المعرفة الرقمية وانتشارها على السلوك الاجتماعي والاتصال عن طريق المدونات وجماعات الاهتمام ووسائل الإعلام الرقمية، ثم تأثير ذلك من الناحية النفسية والشخصية على الأفراد وخاصة الباحثين الأكاديميين.

- محور الدراسات التي تناولت الإنسانيات الرقمية

تناولت دراسة (عمرون، مصطفى. وقومند، فتحية. ٢٠٢٢) أرشيف الويب كمصدر للبحث العلمي في الإنسانيات الرقمية، فقد هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثير الذي أحدثه الويب على البحث في مجال الإنسانيات الرقمية، والكشف عن نشاط أرشفة الويب ولفت انتباه الباحثين الأكاديميين إليه، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي القائم على التحليل، وقد خلصت إلى عدد من النتائج، أهمها: النظر إلى الويب كوسيط متميز في نهاية

القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، باعتباره كائناً للدراسة من قبل الباحثين في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، كما أن العلوم الإنسانية تميل إلى أن تصبح رقمية أكثر فأكثر في بداية القرن الحادي والعشرين، ويعود ذلك إلى أن المادة التي سيتم دراستها في العديد من التخصصات الإنسانية قد تغيرت من التناظرية إلى الرقمية، كما كشفت الدراسة أن المصادر التي تنشأ في بيئة رقمية للعصر الحالي تطرح تحديات كبيرة إلا أن لها جانب يقدم فرص كبيرة، فهي غنية ومتنوعة ومتعددة ويمكن اعتبارها كنز للباحثين من تخصصات الإنسانيات الرقمية.

كما تناولت دراسة (هزلون، سعاد. وشيكو، يمينة. ٢٠٢١) دور الإنسانيات الرقمية في تطور العلوم الإنسانية، فقد اعتمدت على المنهج التحليلي، انطلاقاً من الأسئلة التالية: هل أدت بالفعل الإنسانيات الرقمية إلى تطور العلوم الإنسانية؟ وهذا التطور هل حافظ على خصوصية هذه العلوم أم لا؟ وما مدى تطبيقها على كل المجالات؟ وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أننا نعيش في عالم رقمي بامتياز، حيث طغت الرقمية على أغلب مناحي الحياة، والدليل على ذلك تنافس العلوم والمعارف على تطبيق تقنيات الرقمنة، حيث أصبح هناك اقتصاد رقمي، وتعليم رقمي، وعلوم إنسانية رقمية وغيرها، كما أظهرت الدراسة، أن المجتمعات المعاصرة أصبحت مجتمعات رقمية، وأن الإنسان المعاصر إنساناً رقمياً، كما كشفت الدراسة أن الرقمنة والعلوم الإنسانية أدت إلى تطوير العلوم الإنسانية على كافة المستويات المنهجية والمعرفية، مثل الاستبانات الالكترونية التي توفر الوقت والسرعة، وكذا خدمات التواصل الإلكتروني التي توفر الجهد والوقت وتستخدم في الكثير من المجالات كالتعليم والاقتصاد وغيرهما.

فيما هدفت دراسة (Fatma, Ben Amor, Mkadmi, Abd Arrazak. ٢٠١٨) إلى تقييم تأثير الإنسانيات الرقمية على الأرشيف التقليدي والرقمي، واستكشاف كيفية استخدام الأدوات والبرامج الموجهة نحو الإنسانيات الرقمية لتطوير وحفظ الأرشيف على المدى الطويل، وقد اعتمدت على منهجية تقييمية، حيث تم تحليل ٢٠ موقعاً يحتوي على أرشيفات رقمية باستخدام قائمة تم تطويرها خصيصاً للدراسة، مثل الأرشيف الوطني الفرنسي والأمريكي والأسترالي، بالإضافة إلى أرشيفات إقليمية وخاصة، وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن ١٠٠٪ من الأرشيفات الرقمية تقدم واجهات مستخدمة حديثة وسهلة الاستخدام، مما يسهل الوصول إلى المعلومات، كما أظهرت أن ٧٦٪ من الأرشيفات الرقمية تستخدم معايير الوصف الميتاداتيّة مثل EAD مما يعزز القدرة على إدارة الأرشيفات الرقمية وحفظها على المدى الطويل.

- التعليق على الدراسات السابقة

يتضح بعد الوقوف على الدراسات السابقة واستعراضها والتي تناولت الإعلام الرقمي وتأثيره بشكل عام، والإنسانيات الرقمية على وجه الخصوص، عدة مؤشرات، نخلص منها أنها قدمت إطاراً نظري ومفاهيمي متماسك من الممكن الاستفادة منه في دراسة تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية، حيث أكدت الدراسات على أن هناك تأثير واضح للإعلام الرقمي في كافة المجالات التعليمية والثقافية والقيمية المختلفة، وأشارت إلى أن الرقمنة والعلوم الإنسانية أدت إلى تطوير العلوم الإنسانية على كافة المستويات المنهجية والمعرفية، الأمر الذي يؤكد أننا نعيش في عالم رقمي بامتياز كما ذكرت إحدى الدراسات، وبالاستفادة من الرجوع لتلك الدراسات نخلص إلى أنها تكاملت فيما بينها من حيث تناولها موضوعات متقاربة، متمثلة في العلاقة بين الإعلام الرقمي والعلوم الإنسانية، أو ما يُسمى بالإنسانيات الرقمية، ويمكن رصد هذا التكامل فيما بينها على النحو التالي:

تكامل الدراسات:

١. دراسة تأثير الإعلام الرقمي على القيم الاجتماعية (حسن، ٢٠٢٤) ودراسة التأثير الثقافي للمحتوى الإعلامي الرقمي (علي، ٢٠٢٣) تتكامل في دراسة التغيرات الاجتماعية والثقافية التي يسببها الإعلام الرقمي، فكلتاهما سلطا الضوء على العلاقة بين الإعلام الرقمي والتغيرات في المجتمع.

٢. دراسة (الفقيهي، ٢٠٢٣) حول دور الإعلام الرقمي في العملية التعليمية ودراسة (السيد، ٢٠١٧) حول تأثير الثقافة المعلوماتية الرقمية على الباحثين تتكاملان في دراسة التأثيرات الإيجابية للإعلام الرقمي على التعليم والبحث الأكاديمي، وكلاهما يؤكد على أهمية الإعلام الرقمي في تعزيز التعلم والبحث.

٣. دراسات الإنسانيات الرقمية (عمرون، ٢٠٢٢؛ هزلون، ٢٠٢١؛ Mkadmi، ٢٠١٨) تتكامل في التأكيد على التحول الرقمي الذي تشهده العلوم الإنسانية واستخدام الأدوات الرقمية لتطوير الأرشيفات والبحث الأكاديمي.

أوجه الاختلاف:

المنهجية وأدوات القياس: معظم الدراسات استخدمت المنهج الوصفي، لكن هناك اختلاف في أساليب جمع البيانات، فعلى سبيل المثال، دراسة (علي، ٢٠٢٣) اعتمدت على استبيانات ومقابلات معمقة، في حين اعتمدت دراسة (عمرون، ٢٠٢٢) على التحليل الوصفي لأرشيف الويب، كما اعتمد البعض على الاستبيانات مثل (حسن، ٢٠٢٤)، بينما اعتمدت دراسات أخرى على قوائم مراجعة وتحليل الأرشيفات الرقمية مثل (Mkadmi، ٢٠١٨).

أهم النتائج:

١. دراسة (حسن، ٢٠٢٤) أكدت على التأثير السلبي للتكنولوجيا على القيم الاجتماعية، بينما دراسة (علي، ٢٠٢٣) أبرزت التأثير الثقافي للمحتوى الإعلامي الرقمي في المجتمع.
٢. دراسة (السيد، ٢٠١٧) و (الفقيهي، ٢٠٢٣) أبرزتا التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي في التعليم والبحث الأكاديمي، مما يوضح دور الإعلام الرقمي في تعزيز المعرفة الأكاديمية.
٣. دراسات الإنسانيات الرقمية كشفت عن التطور الكبير في العلوم الإنسانية نتيجة الرقمنة وتغير طبيعة المواد البحثية (عمرون، ٢٠٢٢؛ هزلون، ٢٠٢١).

الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

الدراسة الحالية تختلف عن الدراسات السابقة كونها تبحث بشكل خاص في تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية في المملكة العربية السعودية، حيث تسعى لتحديد التأثيرات الأكاديمية والعملية على الطلبة، فالتركيز على الطلبة الجامعيين في المملكة يميز الدراسة، إذ تتعامل مع بيئة محلية وثقافية معينة لم تتناولها الدراسات السابقة.

مشكلة الدراسة

من المعروف أن الإعلام الرقمي قد أحدث تغييرات جوهرية في طرق التلقي واستهلاك المعلومات والمعارف، الأمر الذي انعكس على طرق التفكير والبحث والتحليل في مختلف العلوم وتحديداً التخصصات الإنسانية، فقد أصبح الباحثون في العلوم الإنسانية يعتمدون بشكل أكبر على المصادر الرقمية والأدوات التكنولوجية في جمع المعلومات وتحليلها، مما أتاح للباحثين الاطلاع على مصادر معرفية متنوعة من مختلف أنحاء العالم، وهذا الأمر ساهم في إثراء التخصصات الإنسانية وتطورها، وبالتالي جعل التواصل بين الباحثين والمجتمع أكثر تفاعلية وديناميكية عبر منصات الإعلام الرقمي، مما ساهم في تعزيز التلاحق المعرفي والحوار البناء، والإعلام الرقمي في هذا السياق أتاح زيادة انفتاح المجتمع الأكاديمي على المجتمع بشكل أوسع، مما أدى إلى تعزيز التواصل والمشاركة العامة في البحث العلمي، ونظراً للأهمية التي يوليها الباحث لهذه الدراسة من خلال تركيزها على الجانب الرقمي والإنساني، واعتمادها المسح الميداني كمنهج لها، واستناداً إلى نظرية التماس المعلومات في تفسير نتائجها والتي تركز على سلوك الفرد في طلب المعلومات والعوامل التي تحدد هذا السلوك، حيث أن هذه النظرية تمثل انتقالاً من التركيز على القائم بالاتصال أو الرسالة للتركيز على المتلقي للرسالة، لذا تُعد هذه الدراسة فرصة للكشف عن تأثير الإعلام الرقمي على طرق البحث والتحليل في التخصصات الإنسانية، والتعرف على مدى إدراك

طلبة التخصصات الإنسانية لأهمية الإعلام الرقمي في إثراء المعرفة الأكاديمية والتطبيقات العلمية، وبناءً على هذا الأساس، يمكننا تحديد مشكلة البحث لهذه الدراسة في فهم تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية، بالتطبيق على عينة من طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز بجدة.

أهداف الدراسة

انطلاقاً من تحديد مشكلة البحث وتلائماً مع سمات المنهج المسحي الميداني واستناداً إلى ما تم تحديده من عناصر مختلفة متعلقة بأهمية إجراء هذه الدراسة، فإنها تسعى تحديداً إلى إنجاز هدف رئيس وهو التعرف على تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية بالتطبيق على عينة من طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز بجدة، في إطار نظرية التماس المعلومات، الأمر الذي يوفر إطاراً علمياً يُفسر من خلالها نتائجها، وبالتالي يتفرع عن هذا الهدف الرئيس عدد من الأهداف التالية:

١. استكشاف تأثير الإعلام الرقمي على طرق البحث والتحليل لدى طلبة التخصصات الإنسانية من وجهة نظر طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية.
٢. التعرف على مدى إدراك طلبة التخصصات الإنسانية لأهمية الإعلام الرقمي في إثراء المعرفة الأكاديمية والتطبيقات العلمية.
٣. رصد التحديات والفرص التي يواجهها طلبة التخصصات الإنسانية في ظل التطورات المتسارعة للإعلام الرقمي.
٤. اقتراح توصيات لتعزيز التكامل بين الإعلام الرقمي والتخصصات الإنسانية على المستويين الأكاديمي والمجتمعي.

تساؤلات الدراسة

لتحقيق الأهداف السالف ذكرها ومن خلال استعراض الدراسات السابقة ومناقشتها، تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على سؤالها الرئيس: كيف يمكن فهم تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية؟ حيث ينبثق عن هذا السؤال الأسئلة الآتية:

١. ما أنماط استخدام طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز للإعلام الرقمي في سياق دراستهم لتخصصاتهم الإنسانية؟

٢. كيف يُقيّم طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز تأثير الإعلام الرقمي على طرق البحث والتحليل في التخصصات الإنسانية؟

٣. ما التحديات والفرص التي يواجهها طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز في استخدامهم للإعلام الرقمي في دراستهم؟

الإطار النظري للدراسة

- نظرية التماس المعلومات

تُعد نظرية التماس المعلومات (Information Seeking Theory) إحدى النظريات الرئيسة في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية، حيث تركز على سلوك الأفراد في البحث عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة، مثل الإعلام التقليدي والرقمي، وتهتم هذه النظرية بتحديد العوامل التي تؤثر في سلوك الأفراد أثناء بحثهم عن المعلومات، مثل حاجاتهم المعرفية، ومستوى التعرض للمخاطر، وتوقعاتهم من المعلومات التي يسعون للحصول عليها، كما تتناول السياق الاجتماعي والنفسي للأفراد ومدى تفاعلهم مع المعلومات المتاحة لهم عبر القنوات المختلفة، حيث تركز النظرية على سلوك الفرد في طلب المعلومات والعوامل التي تحدد هذا السلوك، وبالتالي فإنها تمثل انتقالاً من التركيز على القائم بالاتصال أو الرسالة للتركيز على المتلقي للرسالة، حيث تأثرت هذه النظرية بأعمال وسلي وبارو عام ١٩٥٩م وكذلك الدراسات التي ركزت على الجوانب الانتقائية للتعرض والتي أشار إليها بيرلو عام ١٩٦٠م (بسيوني، ١٩٩٦، ص٢٢٣)، وتوسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضيتين مؤداها: أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة (Atnk، ١٩٧٣، ص٢٠٥، p)، كما تقترض وجود حوافز أو منبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع الموقف الجديد (مكاوي، ٢٠٠٩، ص٣٣٨).

وفيما يتعلق بنوع المعلومات التي يبحث عنها الفرد فقد يستخدم ما أطلق عليه "دونهيو" استراتيجية البحث المجازف، التي تعتمد على مصدر معين أو على عدة مصادر أساسية، أو باتباع كل ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات، ثم يتم تصنيف هذه المعلومات وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة للفرد، كما أن النظرية تشتمل على تحديد أنواع مصادر المعلومات الرسمية مثل الكتب والخبراء، والمصادر غير الرسمية مثل الأقران والجماعات المرجعية، كما تشتمل تحديد النقطة التي يكتفي عندها الفرد في التماس المعلومات فيقرر إغلاق دائرة سعيه للحصول عليها بعد أن يشعر أنه جمع معلومات كافيته تساعده في اتخاذ القرار المناسب، ويتم بعد ذلك قيام الفرد بنوع من السلوك

مثل مراجعة صورة الواقع نتيجة للمعلومات الجديدة، أو تدعيم المعتقدات الموجودة أو تغييرها (أبو اصبح، ١٩٩٥، ص ص ٧٥-٧٧).

ولذا تُعد هذه النظرية في هذه الدراسة الإطار الذي يُمكن من خلاله فهم تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية، وبالتالي يمكن من خلالها تحليل هذه التأثيرات الرقمية، والكشف عن مدى ملاءمتها كوسائل اتصالية قادرة على تفعيل دورها المعلوماتي والمعرفي ومدى قدرتها على تقديم ما يُمكن الاستفادة منه في سياق التحول نحو الإنسانيات الرقمية.

– الانسانيات الرقمية

تُمثل الانسانيات الرقمية تقاطعًا مثيرًا بين مجالات العلوم الإنسانية والتكنولوجيا، حيث تسعى إلى استخدام الأدوات الرقمية لتحليل ودراسة الظواهر الثقافية والأدبية والاجتماعية، من خلال تطبيق تقنيات مثل تحليل البيانات والنمذجة، فهي تتيح للباحثين استكشاف النصوص والمعطيات بطرق جديدة ومبتكرة، الأمر الذي يجعل هذا المجال تعزيزاً للفهم الإنساني من خلال تبني الابتكارات التكنولوجية، وهو ما يفتح آفاقاً جديدة للبحث والتفاعل الثقافي والاجتماعي على حد سواء .

وإذا ما نظرنا إلى مصطلح الإنسانيات أولاً فإننا نعني التخصصات العلمية التي تدرُس حالات الإنسان باستخدام وسائل تحليلية، نقدية أو فكرية، أو هي جملة العلوم التي تتصل بالإنسان من الجوانب الفكرية والفلسفية والدينية والإبداعية والجمالية واللغوية والأدبية، وتتضمن كل من اللغات الكلاسيكية والحديثة، والأدب، والتاريخ، والفلسفة، والفنون الجميلة كالموسيقى والدراما، والعلوم التي تتضمن معظمها آداب ونصوص مكتوبة خاصة في التاريخ والفلسفة والأدب، تُوثق للأحداث المرتبطة بشعب معين أو بلد معين أو فترة زمنية معينة، بالإضافة إلى تلك التي تتضمن البحث في الوعي والقيم والأفكار والمثل العليا للإنسان وكيفية تشكل خبراته (Humanities، ٢٠١٩) ، أما مصطلح "الإنسانيات الرقمية"، فقد تم تداوله لأكثر من عقد من الزمن، ورغم ذلك، لم يتم بعد تحديد تعريف دقيق له، وذلك لعدة أسباب، أبرزها حداثة وتطور هذا المجال كعلم أو تخصص أو حركة فكرية، فلا تزال المناقشات قائمة حول كيفية توصيفه وتحديد أبعاده وماهيته، الأمر الذي يؤخر حتى فكرة التسمية نفسها، لذا، تبقى الحاجة ملحة لصياغة تعريف ثابت ودقيق للمضي قدماً في هذا المجال.

ومن تلك المحاولات القيمة التي صاغت تعريفاً للإنسانيات الرقمية ولو من باب التوكيد على الطبيعة المتنوعة والديناميكية لهذا التخصص، تعريف "غافين وسميث" الإنسانيات الرقمية هي جمع بين مصطلحين وتعني مركبة تعاون الحوسبة والبحث والتدريس في مجالات العلوم الإنسانية، أي مصطلح جامع لعدد من الأنشطة

المختلفة التي تحيط بالتكنولوجيا والعلوم الإنسانية، مثل البحث عن البيانات والحفظ الرقمي وطريقة عرض البيانات والعديد من الأنشطة الأخرى (شعبان، ٢٠٢١، ص٥٣٥).

- الإعلام الرقمي وتأثيره

يمثل الإعلام الرقمي تحولاً جذرياً في كيفية استهلاك المعلومات وتداولها، حيث أصبح الوصول إلى الأخبار والمحتوى الثقافي أسرع وأسهل من أي وقت مضى، مما أتاح للأفراد المشاركة في النقاشات العامة بطرق جديدة، فقد عزز من قدرة المستخدمين على التعبير عن آرائها، ومع ذلك، يحمل أيضاً تحديات مثل انتشار المعلومات المضللة، مما يستدعي ضرورة التحقق من المصادر وتطوير مهارات التفكير النقدي نحوها.

ولذا تُعد صياغة الواقع اليوم وتشكيل اتجاهه من الأدوار الرئيسية التي تقوم بها وسائل الإعلام الرقمي، ويتضاعف ذلك مع التطورات المتزايدة في مجالات تقنية الاتصالات، والتي منحت وسائل الإعلام الرقمي إمكانيات وقدرات هائلة في التأثير على الآخرين، الأمر الذي جعل من وسائل الإعلام الرقمي عاملاً رئيساً من العوامل المؤثرة على الرأي العام، إن لم يكن أهم تلك العوامل (أبو دراز، ٢٠٢٤، ص٥)، وتقوم وسائل الإعلام الرقمي، ولا تزال، بدور فعال في تزويد الأفراد بمعلومات متنوعة ومواقف واتجاهات، مما يسهم في تشكيل وعيهم، وهذا الإمداد يساعدهم على أن يصبحوا أكثر قدرة على التأثير في الآخرين واستمالتهم.

وتذكر إحدى الدراسات (قصبيات، ٢٠٢٢، ص٨٣) أن هناك علاقة تبادلية بين الإعلام الرقمي والنسق القيمي المجتمعي، إلا أنه لا يوجد نسق قيمي واضح متعلق بتنظيم وسائل الإعلام الرقمي نظراً لعدم وجود قانون جديد وحديث يوضح سياقات الإعلام الرقمي، وقد أسهمت لا مركزية المعلومات بالإضافة إلى انتشارها بين الأفراد في إحداث تغير جوهري في عناصر العملية الاتصالية المتعارف عليها لدى دارجي الإعلام والاتصال، وإحدى أهم هذه التأثيرات هي زيادة مساحة حرية التعبير لدى الأفراد بالإضافة إلى إعطاءهم الفرصة للمشاركة في صنع المضمون عبر التغطية المباشرة أو من خلال التعليق على ما يرونه من أزمات أو أحداث أو إنجازات وانتصارات أو كوارث وانكسارات (الزهراني، ٢٠٢٠، ص٣٩)، وبالتالي أصبح المضمون المختصر أحد أهم أدوات المستخدمين للمشاركة في بناء المضمون ونشره من خلال وسائل الإعلام الرقمية المختلفة.

الإجراءات المنهجية للدراسة

منهجية الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية والتي تستهدف وصف الوقائع والظواهر الاجتماعية، حيث تتجه إلى وصف الظاهرة التي ندرسها كما هي، أي في ظل الظروف التي تتواجد عليها والتعرف على الموقف

الحالي بظروفه وملابساته المختلفة، وهذا النوع من البحوث يشتمل على دراسة الظاهرة وبيان خصائصها وحجمها، ويمتد إلى جمع المعلومات وتحليلها واستنباط الاستنتاجات لتكون أساساً لتفسيرها وتوجيهها (زويلف، ١٩٩٨، ص ١٨٨)، لكنها تتجاوز الوصف إلى العمق، فقد اعتمدت على المنهج المسحي، حيث تم استخدام المسح بالعينة على عدد من طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبدالعزيز بجدة، لأخذ آراءهم حيال موضوع الدراسة، حيث يُعد المسح واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية (De Vaus، ١٩٩٦، ص ٣)، ولذا تأتي كدراسة ميدانية تكشف تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية في إطار نظرية التماس المعلومات.

مجتمع وعينة الدراسة

إن المجتمع هو جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها، وفي الدراسات الإنسانية بما في ذلك دراسات الإعلام لا يتم اللجوء إلى اختيار عينة المجتمع إلا في حالة تعذر تطبيق الدراسة على سائر أفراد المجتمع (القعاري، ١٤٣٧، ص ٣٧)، وللحصول على المعلومات اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة تم تحديد مجتمع الدراسة في طلاب وطالبات كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبدالعزيز بجدة، أما من حيث العينة فقد قام الباحث باختيار عينة عمدية "متاحة" (زغيب، ٢٠١٧، ص ٢٤٣)^(١) من طلاب وطالبات الكلية، حيث بلغت ٨١ مفردة من مستويات وتخصصات إنسانية مختلفة، وقد جاء اختيار الباحث لهذه العينة الممثلة تأسيساً على متغيرات وثيقة الصلة بأهداف الدراسة وطبيعة الظاهرة المدروسة.

أداة جمع البيانات

لكي تؤسس هذه الدراسة موضوعية علمية حسب الدراسات الميدانية رأت أن تتبنى استراتيجية تستهدف إلى استخلاص منظومة متكاملة وشاملة من خلال أسئلة محددة وفروض يُمكن اختبارها ويمكن أيضاً أن تشكل بيئة معيارية منتظمة يُقاس عليها، وقد تم ذلك عبر قيام الباحث بعملية مراجعة وتحليل واستخلاص للمؤشرات من خلال عدة مصادر متكاملة، وذلك كما يلي:

- الاعتماد على الأدبيات المتعلقة بالإعلام الرقمي وتأثيره في مجالات الحياة العلمية والإنسانية.
- تحليل الأدبيات البحثية التي تناولت موضوعات وقضايا ذات صلة بالإعلام الرقمي والعلوم الإنسانية.

(١) تُسمى العينة القصدية الملائمة أو المتاحة، وهي تقوم على اختيار وحدات العينة الأكثر اتاحة للباحث، وعادة يلجأ الباحثون إلى هذا النوع من العينات للحصول على عينة كبيرة بسرعة وبأقل التكاليف.

- عملية صياغة مؤشرات في صورة أسئلة محددة وفروض بحثية ترتبط بأهداف الدراسة وتستجيب لاحتياجاتها المعرفية.

وقد اعتمد الباحث في الحصول على المعلومات اللازمة للدراسة على أداة الاستبانة الإلكترونية^(٢)، لمراسلة أفراد العينة من أولئك الطلبة الذين رأى الباحث قدرتهم أكثر من غيرهم في تزويده بمعلومات يتم على ضوئها استعراض نتائج الدراسة وتقييمها والمتمثلة في التعرف على تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية كدراسة ميدانية في إطار نظرية التماس المعلومات.

نتائج الدراسة الميدانية

البيانات الديموغرافية:

جدول ١. البيانات الديموغرافية - الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
أنثى	١٨	٢٢.٢
ذكر	٦٣	٧٧.٨
المجموع	٨١	١٠٠.٠

يشير (الجدول ١) أن الذكور يشكلون غالبية العينة حيث بلغ عددهم ٦٣ طالب بنسبة ٧٧.٨٪، بينما بلغ عدد الطالبات ١٨ بنسبة ٢٢.٢٪ من إجمالي العينة، وهذه النسبة قد تعكس ميلاً غير متوازن، مما قد يؤثر على النتائج والاستنتاجات المتعلقة بتأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية.

جدول ٢. البيانات الديموغرافية - التخصص.

التخصص	التكرار	النسبة
التاريخ والآثار	٢	٢.٥
الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية	٩	١١.١
الشريعة والدراسات الإسلامية	٧	٨.٦
اللغات الحديثة وآدابها	٧	٨.٦
اللغة العربية وآدابها	٩	١١.١
علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية	٤	٤.٩
علم المعلومات	٣٧	٤٥.٧

(٢) أداة الاستبانة الإلكترونية صُممت لهذا الغرض مقياساً للدراسة بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات.

النسبة	التكرار	التخصص
٧.٤	٦	علم النفس
١٠٠.٠	٨١	المجموع

يدل (الجدول ٢) على أن تخصص علم المعلومات يتصدر القائمة بعدد ٣٧ طالباً، وهو ما يشكل ٤٥.٧٪ من إجمالي العينة، مما يعكس الاهتمام المتزايد بهذا التخصص في سياق الطلب المتنامي على المهارات المعلوماتية في العصر الرقمي، في المقابل، يحتل تخصصا الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية واللغة العربية وآدابها نسبة ١١.١٪ لكل منهما، بواقع ٩ طلاب في كل تخصص، وتسجل كل من تخصصات الشريعة والدراسات الإسلامية واللغات الحديثة وآدابها ٧ طلاب لكل منهما، بما يمثل ٨.٦٪ لكل تخصص، أما علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، فيضم ٤ طلاب فقط، أي ما يعادل ٤.٩٪، مما يعكس انخفاض الاهتمام بهذه المجالات مقارنةً بغيرها، و يأتي تخصص علم النفس بـ ٦ طلاب، أي ٧.٤٪ من العينة، وأخيراً تخصص التاريخ والآثار بنسبة ٢.٥٪، بمجموع طالبيين فقط.

ومن هذا الجدول يتضح أن هناك تفضيلاً ملحوظاً لتخصص علم المعلومات، ما يعكس الاتجاهات السائدة في سوق العمل والاحتياجات المجتمعية الحديثة، ورغم ذلك، فإن التخصصات مثل اللغة العربية وآدابها والجغرافيا تحظى إقبالاً لا بأس به، مما يشير إلى تنوع الاهتمامات الثقافية والأكاديمية بين الطلاب.

جدول ٣. البيانات الديموغرافية - المرحلة الدراسية.

النسبة	التكرار	التخصص
٦٤.٢	٥٢	بكالوريوس
٨.٦	٧	دكتوراه
٢٧.٢	٢٢	ماجستير
١٠٠.٠	٨١	المجموع

يدل (الجدول ٣) على أن نسبة كبيرة من الطلبة، تبلغ ٦٤.٢٪، هم من حملة البكالوريوس، مما يعكس التوجه العام أو الشريحة المستهدفة في هذه الدراسة، كما أن نسبة ٢٧.٢٪ من حملة الماجستير، وهي تُعتبر تمثيلاً جيداً قد تشير إلى اهتمامات معينة لدى فئة متوسطي التعليم العالي، بينما تعتبر نسبة ٨.٦٪ من حملة الدكتوراه الأقل ضمن العينة، وهو ما قد يؤثر على النتائج المتعلقة بالتعمق الأكاديمي أو التحليلات النقدية، لذا فإن توزيع العينة حسب المستوى التعليمي يُعد عاملاً مهماً في تحليل النتائج، حيث يمكن أن يؤثر مستوى التعليم على الآراء

والسلوكيات والاهتمامات المعبر عنها، وبالتالي، فإن الفهم الدقيق لهذا التوزيع يساعد في تقييم مدى تمثيل النتائج وإمكانية تعميمها على فئات أوسع من المجتمع.

جدول ٤. البيانات الديموغرافية - المستوى الدراسي.

النسبة	التكرار	المستوى الدراسي
٣٠.٩	٢٥	السنة الأولى (المستوى ١-٢)
١٣.٦	١١	السنة الثالثة (المستوى ٥-٦)
٢٢.٢	١٨	السنة الثانية (المستوى ٣-٤)
١٧.٣	١٤	السنة الرابعة (المستوى ٧-٨)
١٦.٠	١٣	متخرج/ة
١٠٠.٠	٨١	المجموع

يشير (الجدول ٤) إلى أن أكبر نسبة من الطلاب تنتمي إلى السنة الأولى، حيث تشكل ٣٠.٩٪ من إجمالي العينة، وهذا يعكس أن العينة قد تضم طلابًا أقل خبرة أكاديمية، وهذا يدل على سهولة الوصول إلى هذه الفئة أو على اهتمام خاص بأرائهم، في المقابل، تشير النسبة المنخفضة للطلاب في السنة الثالثة، والتي تبلغ ١٣.٦٪، إلى وجود تحديات في جذبهم للمشاركة أو إلى قلة عددهم في السياق الأكاديمي، وبالتالي، يمكن أن يؤثر توزيع العينة بحسب السنة الدراسية على تفسيرات واستنتاجات الدراسة، خاصة إذا كانت الموضوعات المدروسة مرتبطة بمستوى النضج الأكاديمي أو خبرات الطلاب.

جدول ٥. الوسائل الرقمية التي يستخدمها طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بانتظام في دراستهم.

النسبة	التكرار	الوسيلة
١٢.٣	١٠	البرامج والتطبيقات المتخصصة في البحث العلمي
٧.٤	٦	الشبكات الاجتماعية " فيس بوك، اكس، انستغرام، لينكد إن، وغيرها
٣.٧	٣	المنصات التعليمية
١٧.٣	١٤	قواعد البيانات العلمية
٥٨.٠	٤٧	محركات البحث: مثل جوجل وغيرها
١.٢	١	جميع ما سبق
١٠٠.٠	٨١	المجموع

يُظهر (الجدول ٥) أن محركات البحث، مثل جوجل، يتم استخدامها بنسبة ٥٨.٠٪، ووفقًا لنظرية التماس المعلومات، يشير هذا إلى أن غالبية الطلبة يفضلون الاعتماد على محركات البحث للحصول على المعلومات، ما يعكس سعيهم للحصول على معلومات متنوعة لحل المشكلات والتعامل مع مواقف جديدة، فمحركات البحث

توفر وصولاً سريعاً وسهلاً للمعلومات، ما يمكّنهم من مقارنة ما يجدونه مع معارفهم السابقة، في المقابل، تُظهر البيانات أن ١٧.٣٪ من الطلبة يستخدمون قواعد البيانات العلمية، وهذا يشير إلى أنهم قد يكونون أكثر انتقائية في مصادر المعلومات ويبحثون عن معلومات موثوقة، الأمر الذي يعكس رغبتهم في الحصول على معلومات دقيقة لدعم أبحاثهم، كما أن ١٢.٣٪ من العينة يستخدمون برامج وتطبيقات متخصصة في البحث العلمي، مما يدل على أن بعض الطلبة يلجؤون إلى أدوات توفر معلومات دقيقة ومتعمقة لمساعدتهم في مشاريعهم الأكاديمية، أما نسبة ٧.٤٪ من الطلبة الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك وإكس وإنستغرام، ويسير هذا إلى استخدام محدود نسبياً لهذه المنصات كمصادر للمعلومات الأكاديمية، وقد يدل على تفضيلهم للمعلومات الموثوقة والمتخصصة، وأخيراً، فإن ٣.٧٪ من العينة تعتمد على المنصات التعليمية، وهذا يشير إلى أنهم لا يعتمدون عليها بشكل كبير، ويفضلون مصادر أخرى مثل محرّكات البحث وقواعد البيانات.

ويمكن فهم هذه النتائج في سياق الدراسات السابقة حيث يُشير اعتماد الطلبة على الوسائل الرقمية إلى تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل سلوكهم الأكاديمي، وهو ما يتفق مع دراسة (حسن، شيرين جمال. ٢٠٢٤) التي أكدت أن التقدم التكنولوجي يؤثر في القيم والعادات، ومع دراسة (علي، إلهام يونس. ٢٠٢٣) التي تناولت التأثير الثقافي للمحتوى الرقمي.

ويمكن أيضاً تفسير بعض الفروقات في اختيار وسائل الإعلام الرقمي بناءً على العمر أو التخصص الأكاديمي، حيث قد تسهم الفجوة بين الأجيال في تباين تفضيلات وسائل الإعلام، كما أظهرت دراسة (قصبيات، سفيان مصطفى. ٢٠٢٢)، كما يرتبط هذا الجدول أيضاً بنتائج دراسة (الفقيهي، محمد. ٢٠٢٣) التي أكدت أن الإعلام الرقمي أصبح جزءاً أساسياً من العملية التعليمية، لذا، يعكس الجدول أن محرّكات البحث هي الوسيلة الرقمية الأكثر استخداماً بين طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ووفقاً لنظرية التماس المعلومات، فإن الطلبة يسعون بشكل انتقائي للحصول على المعلومات السريعة والمباشرة لمواجهة تحدياتهم الأكاديمية.

جدول ٦. الساعات التي يقضيها طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية في استخدام الإعلام الرقمي لأغراض الدراسة.

النسبة	التكرار	الساعة
٢٤.٧	٢٠	أقل من ساعة
١٤.٨	١٢	أكثر من ثلاث ساعات
٤٦.٩	٣٨	من ساعة إلى ساعتين
١٣.٦	١١	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
١٠٠.٠	٨١	المجموع

يظهر (الجدول ٦) أن نسبة ٤٦.٩٪ من الطلبة يقضون من ساعة إلى ساعتين يوميًا في استخدام الإعلام الرقمي للدراسة، ما يشير إلى استخدام متوازن نسبيًا لهذه الوسائل، حيث يتم دمجها في النظام الدراسي دون إفراط، بينما ٢٤.٧٪ من الطلبة، أي قرابة الربع، يقضون أقل من ساعة في الإعلام الرقمي، ما يعكس قلة الحاجة أو المهارة في استخدام هذه الوسائل لأغراض الدراسة، أو الاعتماد على مصادر بديلة.

أما بالنسبة للطلبة الذين يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات، فتبلغ نسبتهم ١٣.٦٪، بينما ١٤.٨٪ يقضون أكثر من ثلاث ساعات، وتشير هذه النسب إلى أن هناك مجموعة أصغر من الطلبة يعتمدون بشكل كبير على الإعلام الرقمي، مما قد يعكس احتياجات دراسية معينة أو تفضيلات شخصية لهذا النوع من التعلم، ويمكن تفسير هذه النتائج في سياق نظرية التماس المعلومات، حيث يظهر التعرض الانتقائي في اختيار الطلبة لمقدار الوقت الذي يقضونه في استخدام الإعلام الرقمي، فالطلبة الذين يميلون إلى الاستخدام المعتدل قد يكونون أكثر توازنًا في تقييمهم لكيفية وأين يجدون معلوماتهم، معتمدين على مزيج من المصادر الرقمية والتقليدية، بينما الطلبة الذين يستخدمون الإعلام الرقمي بكثافة قد يكونون مدفوعين بحوافز قوية للبحث عن معلومات دقيقة أو متعمقة تدعم دراستهم أو توسع معرفتهم، أو لمواجهة تحديات دراسية معينة، وعند مقارنة المعلومات بالقيم والمعارف السابقة، يمكن أن يكون الاستخدام المكثف للإعلام الرقمي دليلًا على أن الطلبة يقومون بمقارنة المعلومات التي يجدونها عبر هذه الوسائل مع معارفهم السابقة، لتحديد مدى صلاحيتها أو أهميتها في سياقاتهم الدراسية.

جدول ٧. أهم المواقع الإلكترونية أو المنصات التي يعتمد عليها طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية للحصول على المعلومات الأكاديمية.

النسبة	التكرار	المصدر
٢٥	٢٠	مصادر الكتب الإلكترونية
١٨.٧٥	١٥	مقالات علمية
١٢.٥	١٠	منصات تعليمية
٣٧.٥	٣٠	محركات البحث (Google, Google Scholar, Bing وغيرها)
٦.٢٥	٦	أدوات الذكاء الاصطناعي (ChatGPT وغيرها)
١٠٠.٠	٨١	المجموع

يظهر (الجدول ٧) توزيع استخدام مختلف المواقع الإلكترونية أو المنصات التي يعتمد عليها طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية للحصول على المعلومات الأكاديمية، وقد عمل الباحث على تجميع الإجابات التي تتشابه وحساب تكرار ونسبة كل مجموعة من الإجابات، وتحديد الفئات الرئيسية: مصادر المعلومات، والمؤسسات، والأدوات، ومن ثم تصنيف الإجابات وتجميعها تحت الفئات الرئيسية، والجمع بين الإجابات المتعلقة بنفس المصدر

أو الأداة، فتبين أن العديد من المواقع، مثل "Google Scholar، Google"، و"المكتبة الرقمية السعودية"، تُعتبر مصادر رئيسية للمعلومات، حيث تحظى "Google" و"Google Scholar" بنسب استخدام مرتفعة نسبياً مقارنة بالمصادر الأخرى، كما تشير بعض البيانات إلى استخدام أدوات مثل "ChatGPT"، مما يدل على اعتماد الطلبة على الذكاء الاصطناعي في جمع المعلومات.

ويمكن تفسير الجدول في سياق فرضيات نظرية التماس المعلومات من خلال التعرض الانتقائي والدوافع للبحث عن المعلومات، حيث نرى أن الطلبة يميلون إلى اختيار المنصات التي يعتقدون أنها ستدعم مواقفهم الأكاديمية أو توفر المعلومات الأكثر صلة بمجالات دراستهم، وهذا يعكس الجانب الانتقائي في البحث عن المعلومات، وبالتالي يفضل الطلاب مصادر معينة بناءً على تجاربهم السابقة ومعارفهم الأكاديمية، ويسعون للحصول على المعلومات لمعالجة مشكلات أكاديمية محددة أو لتحسين فهمهم ومهاراتهم الأكاديمية، فعلى سبيل المثال، يظهر الاعتماد على "Google Scholar" و"المكتبة الرقمية" الحاجة إلى الوصول إلى موارد أكاديمية معمقة ومتخصصة.

وعند مقارنة المعلومات المكتسبة بالقيم والمعارف السابقة، يقوم الطلبة بمقارنة ما يجمعونه من معلومات مع معرفتهم السابقة للتعامل مع مواقف أكاديمية جديدة، ويعكس استخدام مصادر متعددة مثل "المكتبات الرقمية" و"Google" هذا الجانب من نظرية التماس المعلومات، ولذا، يتضح من الجدول أن هناك تنوعاً في استخدام الطلاب للموارد الرقمية للحصول على المعلومات، مما يعكس تأثير الإعلام الرقمي على تكوين واختيار المصادر المعلوماتية، حيث يظهر تأثير الإعلام الرقمي بوضوح من خلال اعتماد الطلاب بشكل كبير على البحث الرقمي والمواقع الإلكترونية كجزء أساسي من عملية التعليم والتعلم.

جدول ٨. مساهمة الإعلام الرقمي في تسهيل عملية البحث العلمي.

التكرار	النسبة	المساهمة
١٧.٣	١٤	إلى حد ما
٣.٧	٣	لا
٧٩.٠	٦٤	نعم
١٠٠.٠	٨١	المجموع

يشير (الجدول ٨) إلى أن ٦٤ مشاركاً بنسبة ٧٩.٠٪ يؤيدون بشكل كامل أن الإعلام الرقمي ساهم في تسهيل البحث العلمي، و ١٤ مشاركاً بنسبة ١٧.٣٪ يعتقدون أن الإعلام الرقمي ساهم في تسهيل البحث العلمي ولكن بشكل محدود أو غير شامل، بينما ٣ مشاركين فقط بنسبة ٣.٧٪ يعتقدون أن الإعلام الرقمي لم يساهم في

تسهيل البحث العلمي، ووفقاً لنظرية التماس المعلومات، فإن الطلبة يميلون إلى التعرض الانتقائي للمعلومات التي تتفق مع توجهاتهم ومعارفهم السابقة، وبالنظر إلى أن الأغلبية العظمى من العينة ٧٩٪ تعتقد أن الإعلام الرقمي يسهم في تسهيل البحث العلمي، يمكن أن نستنتج أن معظم المشاركين في الدراسة يتبنون توجهًا إيجابيًا نحو الإعلام الرقمي، ربما بناءً على خبراتهم الشخصية مع استخدام أدوات الإعلام الرقمي في البحث.

وتتوافق هذه النتائج أيضًا مع فرضية أن هناك حوافز تدفع الأفراد للبحث عن المعلومات الرقمية لمواجهة تحديات البحث العلمي، فقد يكون هؤلاء الطلبة قد واجهوا مشكلات تقليدية في الوصول إلى مصادر المعلومات، مما دفعهم للاستفادة من التطورات الرقمية، التي تساعدهم في حل هذه التحديات بفضل سهولة الوصول والسرعة في الحصول على المعلومات.

ومقارنة بالقيم والمعارف السابقة، فإن النسبة الكبيرة من الطلبة الذين أجابوا بـ "نعم" ٦٤ مشاركا، ٧٩٪، قد تكون ناتجة عن مقارنة تجربتهم السابقة في البحث العلمي بدون استخدام الأدوات الرقمية، والآن يرون أن الإعلام الرقمي يعزز بشكل كبير من كفاءتهم البحثية، سواء من خلال الوصول إلى البيانات، التحليل السريع، أو استخدام الأدوات الرقمية في تنظيم المعلومات.

ويمكن فهم نتائج الجدول ضمن الدراسات السابقة بالرجوع إلى دراسة (حسن، ٢٠٢٤)، التي ركزت على تأثير الإعلام الرقمي على القيم الاجتماعية، فقد تتماشى مع هذا الجدول من حيث إن الإعلام الرقمي لم يسهم فقط في التحول الثقافي والاجتماعي، ولكنه أيضًا لعب دورًا في تمكين الأجيال الشابة من الوصول إلى المعرفة العلمية بطرق أكثر فعالية.

وكذلك دراسة (علي، ٢٠٢٣) التي ناقشت الاتجاهات الثقافية الرقمية، حيث تشير أيضًا إلى أن الإعلام الرقمي أصبح أحد أهم الوسائل في التواصل ونقل المعرفة، مما يدعم فكرة أن الإعلام الرقمي قد أصبح أداة حيوية في تسهيل البحث العلمي، ودراسة (الفقيهي، ٢٠٢٣) التي تناولت دور الإعلام الرقمي في العملية التعليمية، حيث تؤكد على استخدام الإعلام الرقمي بشكل فعال بين الشباب الجامعي بنسبة ٨٧٪، وهذا يتماشى مع النتيجة المرتفعة في الجدول الحالي بنسبة ٧٩٪، مما يعزز الاعتقاد بأن الإعلام الرقمي ضروري للعملية التعليمية والبحث العلمي.

ولذا فإن الغالبية العظمى من الطلبة يرون أن الإعلام الرقمي ساهم بشكل كبير في تسهيل البحث العلمي، وهذا يعكس الاتجاه العام لدى الباحثين والطلاب نحو استخدام الوسائل الرقمية كأداة فعالة في الوصول إلى

المعلومات ومعالجتها، وهذا يتماشى مع نتائج الدراسات السابقة التي أوضحت أهمية الإعلام الرقمي في التعليم، والتواصل، وتحليل المعلومات، بالإضافة إلى تزايد استخدامه في الأوساط الأكاديمية والبحثية.

جدول ٩. تأثير الإعلام الرقمي على جودة الأبحاث.

النسبة	التكرار	التأثير
٣٤.٦	٢٨	جيد
٢.٥	٢	ضعيف
١٢.٣	١٠	متوسط
٥٠.٦	٤١	ممتاز
١٠٠.٠	٨١	المجموع

يشير (الجدول ٩) إلى أن غالبية الطلبة تعتبر أن الإعلام الرقمي قد أثر بشكل "ممتاز" أو "جيد" على جودة الأبحاث بنسبة (٨٥.٢٪ مجتمعة)، مما يعكس تصوراً إيجابياً عاماً نحو التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي، ولذا يمكن أن يكون التعرض للمعلومات المنتقاة في الإعلام الرقمي محفزاً للطلبة للسعي وراء المعلومات لمعالجة قضايا جديدة أو مقارنتها بمعارفهم السابقة، مما يساعدهم على التعامل مع المواقف الجديدة بشكل أكثر فعالية.

وبالرجوع للدراسات السابقة نجد أن الإعلام الرقمي لا يؤثر فقط على الثقافة والقيم ولكن أيضاً يعزز من تطور التكنولوجيا وتأثيرها على العادات والسلوكيات، فالرأي السائد بأن تأثيره "ممتاز" يدل على تقدير للفوائد التي يحملها الإعلام الرقمي في تعزيز القدرات البحثية، لذا فإن التأثير الإيجابي الذي يشير إليه الجدول يدعم الفكرة أن الإعلام الرقمي، على الرغم من التحديات، يمكن أن يكون أداة فعالة في تعزيز جودة البحث العلمي وتعزيز الثقافة المعلوماتية، مما يسمح بتحقيق تقدم كبير في البحث العلمي وتطبيق التكنولوجيا في العمليات التعليمية والأكاديمية.

جدول ١٠ مدى تقليل الاعتماد على المصادر الرقمية من أهمية المصادر المطبوعة

النسبة	التكرار	الإجابة
٤٩.٤	٤٠	لا
٥٠.٦	٤١	نعم
١٠٠.٠	٨١	المجموع

تُظهر النتائج الموضحة في (الجدول ١٠) تقسيماً شبه متساوٍ بين الطلبة، حيث يعتقد ٥٠.٦٪ أن المصادر الرقمية تقلل من أهمية المصادر المطبوعة، بينما يخالفهم الرأي ٤٩.٤٪ من ذات العينة المشاركة، وهذه النتيجة تعكس تبايناً في الآراء حول تأثير التحول الرقمي على الأساليب التقليدية للوصول إلى المعلومات، وإذا ما أردنا تحليل النتيجة في سياق نظرية التماس المعلومات حسب فرضية التعرض الانتقائي فإن هذا الانقسام في الآراء

قد يعكس الاتجاهات الفردية الراهنة حيث يختار الأفراد المعلومات التي تؤكد معتقداتهم، وأولئك الذين يعتمدون بشكل أكبر على التكنولوجيا قد يرون أن المصادر الرقمية تقلل من أهمية المصادر المطبوعة، بينما قد يميل الأفراد الأكثر تحفظاً نحو التقليدي إلى الاعتقاد بأن المصادر المطبوعة لا تزال تحتفظ بأهميتها.

أما بالنسبة لفرضية الحوافز للبحث عن المعلومات فإن الاستجابات قد تعكس حاجة الطلبة لاستيعاب ومقارنة المعلومات الجديدة مع ما لديهم من قيم ومعارف سابقة، وأولئك الذين يرفضون فكرة أن المصادر الرقمية تقلل من أهمية المصادر المطبوعة قد يكونون مدفوعين بحافز الحفاظ على قيم تقدير المصادر التقليدية والطباعة، بينما يميل أولئك الذين يوافقون إلى التكيف مع التحولات الرقمية وربما يرون فيها فعالية أكبر في الحصول على المعلومات.

وإذا ما فهمنا هذه النتيجة في سياق فرضية التأثير على القيم، فإن هذا الانقسام في الآراء يعكس أيضاً التأثير الثقافي للإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال كما تناولته الدراسات السابقة، ويمكن أن يكون هذا الانقسام دليلاً على فجوة جيلية في استيعاب وتقبل الأدوات الرقمية في مجال الإعلام والمعلومات، ولذا فإن هذا الانقسام في الآراء يبرز التحديات والتغييرات الناتجة عن التحول من المصادر التقليدية إلى الرقمية، ويظهر كيف يمكن لنظرية التماس المعلومات أن تساعد في تفسير العلاقات المعقدة بين التكنولوجيا، الإعلام، والقيم الثقافية والاجتماعية.

جدول ١١. التحديات التي تواجه استخدام الإعلام الرقمي في الدراسة.

النسبة	التكرار	التحدي
١.٢	١	احيانا لا احصل على موقع أو مصدر موثوق
٣.٧	٣	ارتفاع تكلفة بعض المصادر الرقمية
١.٢	١	التشتت في البحث
١.٢	١	تداخل المواضيع ببعض وعدم تنظيم المعلومات
١.٢	١	تداخل المواضيع غير ذات علاقة
١.٢	١	صعوبة التسجيل في المنصات
٥٥.٦	٤٥	صعوبة التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة
٢٥.٩	٢١	قلة المهارات في استخدام أدوات البحث الرقمية
١.٢	١	لا أجد ما أريده بسرعه
٧.٤	٦	مشاكل في الاتصال بالإنترنت
١٠٠.٠	٨١	المجموع

يشير (الجدول ١١) إلى أن صعوبة التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة يصل إلى نسبة ٥٥.٦٪ من اختيار العينة، وهذه النسبة تعكس الصعوبة الرئيسية التي يواجهها الطلبة وهي تحديد موثوقية المصادر، ما يعزز نظرية التماس المعلومات بأن الأفراد قد يتجهون نحو مصادر تؤكد معتقداتهم الحالية إذا كانوا غير قادرين على التمييز بوضوح بين الصحيح والخاطئ، كذلك أظهرت نتائج الجدول قلة المهارات في استخدام أدوات البحث الرقمية بنسبة ٢٥.٩٪ وهذا يشير إلى حاجز تقني قد يمنع الطلبة من الوصول الفعال للمعلومات الصحيحة أو الأكثر فائدة، ما يحد من قدرتهم على مقارنة المعلومات بقيمهم ومعتقداتهم السابقة، فيما أشار الجدول إلى أن مشاكل في الاتصال بالإنترنت أخذت نسبة ٧.٤٪ وقد تؤثر القدرة على الوصول إلى الإنترنت مباشرة على قدرة الفرد على التماس المعلومات، مما يؤثر على عملية اتخاذ القرار والتعامل مع المعلومات الحديثة، أيضاً ارتفاع تكلفة بعض المصادر الرقمية بنسبة ٣.٧٪ حيث تعيق التكلفة العالية بعض الموارد الرقمية الوصول إلى معلومات قد تكون حيوية للطلبة، مما يقود إلى ترجيح استخدام مصادر مجانية قد لا تكون الأكثر دقة أو موثوقية، فيما التحديات الأخرى (تداخل المواضيع، صعوبات التسجيل في المنصات، التشتت في البحث) تشير هذه النقاط إلى أن الطلبة قد يواجهون صعوبات تقنية وتنظيمية تؤثر على كفاءة البحث والتحليل.

ووفقاً لفرضيات نظرية التماس المعلومات يظهر أن الصعوبات في التمييز بين المعلومات وقلة المهارات التقنية قد تقود الطلبة لاعتماد مصادر تؤكد معتقداتهم السابقة بدلاً من تحديها، ما يؤدي إلى تأكيد التحيز الذاتي ويحد من التعرض لآراء مختلفة، كذلك يمكن أن يعكس التحدي الكبير في الوصول إلى معلومات دقيقة وموثوقة إلى انخفاض الحافز للبحث والتماس المعلومات، خاصة إذا كان الطالب يواجه مواقف حديثة أو يحتاج لمعلومات لاتخاذ مواقف مهمة.

ولذا يسלט الجدول الضوء على التحديات التي تواجه الأفراد عند استخدام الإعلام الرقمي للحصول على المعلومات، ويظهر كيف يمكن أن تؤثر هذه التحديات على عملية التماس المعلومات وفقاً لنظرية التماس المعلومات، حيث تشير النتائج إلى الحاجة إلى تحسين المهارات الرقمية وتقديم حلول للتحديات التقنية لتعزيز قدرة الأفراد على استخدام الموارد الرقمية بفعالية أكبر، مما يعزز من قدرتهم على التعامل مع المواقف الجديدة وتوسيع فهمهم ومعتقداتهم.

جدول ١٢. الفرص التي يوفرها الإعلام الرقمي للدراسة.

النسبة	التكرار	الفرص
٦.٢	٥	التواصل مع باحثين آخرين من أنحاء العالم
١.٢	١	السرعة
٧٢.٨	٥٩	الوصول إلى كم هائل من المعلومات
١.٢	١	ممكن الاختيار الأول الى حد ما
١٤.٨	١٢	تطوير مهارات جديدة في استخدام التكنولوجيا
٢.٥	٢	نشر الأبحاث بسهولة وسرعة
١.٢	١	جميع ما سبق
١٠٠.٠	٨١	المجموع

يُعد (الجدول ١٢) ذو أهمية لتحليل الفرص التي يوفرها الإعلام الرقمي للباحثين والمستخدمين في عالم متسارع ومتغير، فقد كشف أن الوصول إلى كم هائل من المعلومات أخذ نسبة ٧٢.٨٪. ويبرز كأكثر الفرص التي يقدمها الإعلام الرقمي، مما يعكس أن الطالب يستخدم الإعلام الرقمي بشكل انتقائي لتعزيز معارفه ومقارنة المعلومات بما لديه من قيم ومعارف سابقة، وهذا يدعم نظرية التماس المعلومات حيث يبحث الأفراد عن معلومات تساعدهم في التعامل مع مواقف جديدة أو لمواجهة مشكلات معينة، كما كشف الجدول تطوير مهارات جديدة بنسبة ١٤.٨٪ ونشر الأبحاث بسهولة وسرعة بنسبة ٢.٥٪. وهذا يؤكد على دور الإعلام الرقمي في تعزيز القدرات الأكاديمية والبحثية للطلبة، مما يمكنهم من التفاعل بشكل أكثر فعالية مع المجتمع العلمي الأوسع، وبالتالي فإن البيانات تشير إلى تنوع الفرص التي يوفرها الإعلام الرقمي، ما يعكس الحوافز المتعددة للباحثين والمستخدمين للاعتماد على هذه الأدوات الرقمية، ولذا فإن نتائج هذا الجدول تكشف بوضوح الأثر الإيجابي للإعلام الرقمي في توفير الفرص التي تتوافق مع نظرية التماس المعلومات، حيث يستخدم الطلبة الإعلام الرقمي لاختيار المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة وتحفيزهم على البحث والتعلم وتطوير مهاراتهم وفقاً للتحديات الجديدة التي تواجههم.

جدول ١٣. مقترحات لتعزيز الاستفادة من الإعلام الرقمي في الدراسة.

التكرار	النسبة	المقترح
١.٢	١	توفير التكنولوجيا البحثية
١.٢	١	تجويد آليات البحث عن المصادر والمراجع، أي العمل على الوفرة وتوفير مرشد أكاديمي رقمي متخصص في منهجية البحث العلمي
١.٢	١	أتاحه استخدام الذكاء الاصطناعي

التكرار	النسبة	المقترح
١.٢	١	إيجاد طريقة لسهولة التحقق من صحة المعلومات التي في الأبحاث العلمية
١.٢	١	تطوير المواد ويكون لها مصادر موثوقة أكثر للبحوث
١.٢	١	استخدام ادوات مساعدة في البحث العلمي كالذكاء الصناعي وغيره
١.٢	١	استخدام التحليلات الرقمية والاستفادة من أدوات تحليل البيانات الرقمية لفهم سلوك الجمهور وتطبيق ذلك على الأبحاث أو المشاريع الدراسية
١.٢	١	التوعية باستخدام الإعلام الرقمي ومدى الاستفادة من ذلك
١.٢	١	اتاحة البحث في المراجع بكل سهولة
١.٢	١	التطوير
١.٢	١	التقدم
١.٢	١	الوعي الفكري بحدود الإعلام الرقمي بهدف التعامل معه بشكل صحيح ومفيد.
١.٢	١	ان يكون هناك مواقع موثوقة، والمعلومات فيها مؤكدة وصحيحة، والعمل على التقليل من المعلومات المغلوطة وتصحيحها
١.٢	١	توفير برامج ال ذكاء الاصطناعي
١.٢	١	توفير برنامج خاص للطلاب الجامعة يسهل عليهم الحصول على المعلومات الموثوقة
١.٢	١	تجنب الاعلانات، وأن يلتزم جميع الناشرين بإبلاغنا عن المصادر
١.٢	١	تحسين المصادر
١.٢	١	تحسين جودة المعلومات
١.٢	١	تسهيل الوصول للمعلومات
١.٢	١	تصنيف وتنظيم المعلومات ليسهل على الباحث سهولة الحصول على المعلومة
١.٢	١	تطويرها داخل المنشآت في التخصص بشكل أكبر
١.٢	١	تقديم دورات عن طرق البحث عن المصادر الموثوقة في اخذ المعلومات
١.٢	١	تنظيم وتصنيف المعلومات
١.٢	١	توضيح اهمتها في المرحلة الدراسية وفائدتها
١.٢	١	توفر بعض المصادر بطريقه أسهل
١.٢	١	توفير شراكات اكاديمية مع منصات بحث علمي أكثر
١.٢	١	توفير قنوات اعلامية معتمدة تعمل بتقنية الذكاء الاصطناعي تعزز جودة المعلومة حسب درجات معيارية
١.٢	١	توفير قواعد معلومات ومواقع مجانية او باشتراك رمزي لكي يسهل الوصول اليها
١.٢	١	توفير ما نحتاج إليه بكل يسر وسهولة

التكرار	النسبة	المقترح
١.٢	١	توفير منصات تسمح للخريجين ولغير الطلبة من توفير المعلومات الرقمية غير كورسيرا تكون باعتماد باشتراك شهري او سنوي
١.٢	١	توفير منصة آمنة
١.٢	١	تيسير عملية الوصول إلى قواعد البيانات والمكتبات الرقمية، حيث ان عملية الوصول من خلال الدخول من موقع الجامعة الى بعض المكتبات الرقمية تستغرق بعض الوقت
١.٢	١	حجب المواقع الغير موثوقة لكي لا تفسد معلومات الطالب
١.٢	١	تقديم دورات تدريبية في كيفية استخدام تلك التقنيات
١.٢	١	زيادة مراكز المعلومات وإنشاء انواع جديدة منها
١.٢	١	سهولة التسجيل ومجانية الانضمام
١.٢	١	عقد دورات تدريبية لكيفية الاستخدام الامثل للأدوات التي تقدمها
١.٢	١	توفير كل ما هو جيد
١.٢	١	مدونة وقناة يوتيوب تعليمية
١.٢	١	منصات قراءة تضم كُتب علميه وبحثيه موثوقة لبعض المجالات لتسهيل عملية البحث واختصار للوقت
١.٢	١	منصات موثقه للرجوع اليها في البحث عن المعلومة الصحيحة مجانية بدون رسوم حيث انه اغلب المنصات تفعل اشتراك برسوم
١.٢	١	مواكبة التطورات والتقنيات الحديثة
١.٢	١	أن تقدم من خلال جهات حكومية رسمية
١.٢	١	نشر البحوث العلمية بطرق سهله تمكن الباحث من الحصول عليها
١.٢	١	نشر دراسات سابقة أكثر في مجال المعلومات
١.٢	١	نشر شروحات لمعرفة الاستخدام الافضل للإعلام الرقمي وكيفية الوصول اليه بشكل أسهل
١.٢	١	نشر معلومات موثوقة
١.٢	١	وجود خطة واضحة
١.٢	١	توفير الوصول إلى المواقع السعودية الرسمية ومضمونة معلوماتها
١.٢	١	لا يوجد
١٠٠	٨١	المجموع

في (الجدول ١٣) توضيح كيف يمكن للطلبة اختيار المعلومات التي تتماشى مع توجهاتهم الراهنة أو التي تمكنهم من التعامل مع مواقف جديدة وفقاً لقيمهم ومعارفهم السابقة، وهذه المقترحات في الجدول تعكس تفضيلات

ورغبات متنوعة لأفراد العينة في كيفية تحسين أو تعزيز استخدامهم للإعلام الرقمي في سياق التعليم والبحث الأكاديمي، والجدول يعرض مجموعة من المقترحات الفردية لتحسين أو تعزيز استفادة الأفراد من الإعلام الرقمي، فالتوزيع النسبي لهذه المقترحات يظهر تنوعاً في الاحتياجات والرغبات، مما يعكس أن الطلبة يميلون إلى اختيار المعلومات أو الحلول التي تتماشى مع تجاربهم واحتياجاتهم الشخصية، ووفقاً لنظرية التماس المعلومات يمكن فهم ذلك حسب التالي:

١. تحديد الحوافز أو المنبهات: مثل المقترحات المتعلقة بتحسين جودة المعلومات وتسهيل الوصول إليها، والرغبة في توفير منصات تعليمية موثوقة تدعم بالذكاء الاصطناعي، والحاجة إلى دورات تدريبية وبرامج تعليمية حول استخدام الإعلام الرقمي ومنهجيات البحث العلمي.

٢. التعامل مع مواقف جديدة: مثل المقترحات التي تفيد بتوفير منصات وأدوات تساعد في التحقق من صحة المعلومات، واقتراحات لتنظيم وتصنيف المعلومات لتسهيل البحث والاستفادة من المصادر العلمية، وإنشاء شراكات مع منصات علمية لتوسيع الوصول إلى المعرفة والموارد التعليمية.

٣. التأثير الثقافي والقيمي: مثل مقترحات زيادة الوعي بأهمية الإعلام الرقمي ودوره في التعليم، والاهتمام بالتطوير المستمر للمحتوى الرقمي لضمان مواكبته للتقنيات والمتطلبات الجديدة، والمحافظة على مصداقية وجودة المعلومات المقدمة عبر الإعلام الرقمي.

لذا فإن هذا الجدول يُظهر كيف يمكن استخدام نظرية التماس المعلومات لتحليل وتقييم كيفية تفاعل الطلبة مع الإعلام الرقمي، خاصة في البيئة التعليمية والأكاديمية، حيث يوضح التنوع في المقترحات الفردية والحوافز للحصول على المعلومات والاستفادة منها، ما يسלט الضوء على الفجوات القائمة والفرص المحتملة لتحسين الإعلام الرقمي ليكون أكثر فائدة وفعالية في دعم العملية التعليمية والبحثية.

مناقشة نتائج الدراسة

تناولت الدراسة تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية كدراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية، وقدمت عرضاً وتوصيفاً موضوعياً لعناصر الدراسة ومتغيراتها، وقد أظهرت النتائج أن الطلبة يعتمدون بشكل كبير على محرركات البحث، مثل جوجل، للحصول على المعلومات الأكاديمية، وهذا يعكس سعيهم للحصول على معلومات سريعة ومختلفة لموضوعاتهم البحثية، ومن خلال مناقشة نتائج الدراسة يخلص الباحث إلى التالي:

النتائج الرئيسية

١. محرقات البحث هي المصدر الرئيس للمعلومات، فقد كشفت الدراسة أن نسبة ٥٨.٠% من الطلبة يفضلون استخدام محرقات البحث، وذلك بسبب سهولة الوصول إلى المعلومات وتنوعها.
 ٢. أظهرت الدراسة الاهتمام بالمعلومات الموثوقة، من خلال بحث الطلبة في قواعد البيانات العلمية والبرامج المتخصصة.
 ٣. كشفت الدراسة أن عدد قليل من الطلبة بنسبة ٧.٤% ممن يستخدم الشبكات الاجتماعية كمصادر للمعلومات الأكاديمية، بينما الغالبية يفضلون المصادر الأكثر موثوقية.
 ٤. أظهرت الدراسة أن الوقت الذي يقضيه الطلبة يختلف في استخدام الإعلام الرقمي بشكل كبير، مما يعكس تبايناً في الاحتياجات والاهتمامات.
 ٥. كما كشفت الدراسة أن الطلبة يستخدمون مجموعة متنوعة من المصادر الرقمية للحصول على المعلومات الأكاديمية، وحظيت "Google" و"Google Scholar" بنسب استخدام مرتفعة نسبياً مقارنة بالمصادر الأخرى بما في ذلك، قواعد البيانات، والبرامج المتخصصة.
 ٦. وقد أظهرت الدراسة أيضاً أن غالبية الطلبة بنسبة مجتمعة ٩٦.٣% يعتقدون أن الإعلام الرقمي ساهم في تسهيل البحث العلمي وتحسين جودة الأبحاث.
 ٧. وبينت نتائج الدراسة أن ٥٥.٦% من الطلبة يواجهون بعض التحديات في استخدام الإعلام الرقمي، مثل صعوبة التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة، وكما أظهرت قلة المهارات التقنية لدى الطلبة بنسبة ٢٥.٩%.
 ٨. فيما كشفت الدراسة أن الإعلام الرقمي يوفر العديد من الفرص للطلبة، مثل الوصول إلى كم هائل من المعلومات وتطوير مهارات جديدة بنسبة مجتمعة تصل إلى ٨٧.٦%.
- ويمكن تفسير هذه النتائج وفقاً لنظرية التماس المعلومات من خلال الفرضيات التالية:
١. يختار الطلبة المعلومات التي تتوافق مع اهتماماتهم ومعارفهم السابقة، وهذا ما يُعرف بالتعرض الانتقائي في النظرية.
 ٢. هناك دافع عند الطلبة للبحث عن المعلومات لحل مشكلات محددة أو لتوسيع معرفتهم، وهذا ما يُعرف بالحوافز في النظرية.

٣. يقارن الطلبة المعلومات الجديدة بمعارفهم السابقة لتحديد مدى صحتها وأهميتها، وهذا ما يُعرف بمقارنة المعلومات بالقيم والمعارف السابقة في النظرية.

ولذا يمكن القول إن الإعلام الرقمي يُعد أداة أساسية في عملية التعلم والبحث لدى الطلبة، وأن هناك حاجة إلى تطوير مهارات التقييم النقدي للمعلومات لدى هؤلاء الطلبة، وبالتالي يجب توفير بيئة تعليمية داعمة لاستخدام الإعلام الرقمي بشكل فعال، وتوفير الدعم والتوجيه اللازمين لاستخدام هذه التقنيات.

توصيات الدراسة

بناءً على نتائج الدراسة والمناقشة السابقة يرى الباحث أن هناك مجموعة من التوصيات يجب أخذها بعين الاعتبار للأبحاث المستقبلية في سياق تأثير الإعلام الرقمي على المجالات الأخرى، تتمثل في التالي:

١. تطوير برامج تدريبية مكثفة لتعليم الطلبة مهارات التقييم النقدي للمعلومات الرقمية، وتمكينهم من التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة.

٢. دمج المهارات الرقمية في المناهج الدراسية لجميع التخصصات الإنسانية، مع التركيز على كيفية استخدام الأدوات الرقمية في البحث العلمي.

٣. توفير بنية تحتية تكنولوجية متطورة في المؤسسات التعليمية، بما في ذلك توفير الوصول إلى قواعد البيانات العلمية والبرامج المتخصصة.

٤. تشجيع الطلبة على إجراء البحوث المستقلة باستخدام الأدوات الرقمية، وتوفير الدعم اللازم لهم في هذا الصدد.

٥. تطوير منصة رقمية موحدة تجمع المصادر الأكاديمية الموثوقة، وتسهّل على الطلبة الوصول إليها والاستفادة منها.

٦. تعزيز التعاون بين الباحثين والمكتبات الجامعية لتطوير خدمات المعلومات الرقمية وتدريب المستخدمين.

٧. إجراء المزيد من الدراسات لتقييم تأثير الإنسانيات الرقمية في تطوير مهارات الطلبة في استخدام الإعلام الرقمي.

٨. توجيه الطلبة نحو استخدام محركات البحث الأكاديمية مثل Google Scholar، وقواعد البيانات المتخصصة، بدلاً من الاعتماد بشكل كامل على محركات البحث العامة.

٩. توعية الطلبة بأهمية الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي، وتجنب الانتحال والسرقة الأدبية.
١٠. تدريب الطلبة على استخدام أدوات تحليل البيانات لمعالجة الكم الهائل من المعلومات المتاحة.
١١. تطوير مهارات الطلبة في التواصل الرقمي، بما في ذلك كتابة التقارير العلمية وعرض النتائج.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- أبو اصبح، صالح. (١٩٩٥). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع. عمان.
Abu Usbue, Saleh. (١٩٩٥). al-Ittiṣāl wa al-'i'lām fī al-muġtama'āt al-mu'aṣirah. Dār Ārām li-Ddirāsāt wa al-Nnaṣr wa al-Ttawzī'. Amman.
- أبو دراز، عهد ماهر موسى،، ثروت، وفاء عبد الخالق،، العواد، هيثم عبد الرحمن أحمد،، محمد، السر على سعد،، والراشد، صالح عبيد. (٢٠٢٤). تأثير الإعلام الرقمي على القضايا الاجتماعية في فلسطين. المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري ٦. (٢) ٣٨-٦٧.
- Abu Diraz, Ahad Maher Musa. Tharwat, Wafa AbdulKhalīq., Al-Awwad, Haytham Abdul-Rahman Ahmad., Muhammad, Al-Sirr Ali Saad., wa Al-Rashid, Saleh Ubayd. (٢٠٢٤). Ta'ṭīr al-'i'lām al-rraqmī 'alā al-qadāya al-iġtimā'iyah fī Filastīn. al-Maġallah al-Ddawliyyah lil-'i'lām wa-l-Ittiṣāl al- Ġamāhīrī. ٦(٢), ٣٨-٦٧.
- بسيوني، إبراهيم حمادة. (١٩٩٦). وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات. مكتبة نهضة الشرق. القاهرة.
Basyuni, Ibrahim Hamada. (١٩٩٦). Was'āil al-'i'lām wa al-ssi'yāsah: dirāsah fī tartīb al-'awlāwiyāt. Maktabat Nahḍat al-Šarq. al-Qāhirah.
- بنعمر، فاطمة،، مقدمي، عبدالرزاق. (٢٠١٨). أرصدة المحفوظات زمن الإنسانيات الرقمية: دراسة تقييمية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. ٤٩ع ٢٣٢-٢٥٢.
- Benamar, Fatima., Muqaddami, Abdulrazak. (٢٠١٨). 'Arṣidat al-maḥfuẓāt zaman al-'insāniyāt al-rraqmiyah: Dirāsah taqyīmiyah. Maġallat al-'Ulūm al-'Insāniyah wa-l-Iġtimā'iyah. ٤٩, ٢٣٢-٢٥٢
- زغيب، شيماء ذو الفقار. (٢٠١٧). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة.
- Zughib, Shaima Dhulfiqar. (٢٠١٧). Manāhiġ al-baḥṭ wa al-istiḥdāmāt al-'iḥṣā'iyah fī al-ddirāsāt al-'i'lāmiyah. al-Ddār al-Maṣriyah al-Lubnāniyah. al-Qāhirah.
- حسن، شيرين جمال. (٢٠٢٤). الإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال: دراسة ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار. مجلة البحوث الإعلامية. ٢(٦٩) ١٢١٣-١٢٨٨.
- Hasan, Shirin Jamal. (٢٠٢٤). al-'i'lām al-rraqami wa ta'ṭīruhu 'alā al-qiyam al-iġtimā'iyah bayn al-'aġyāl: dirāsah maydāniyah muqāranah bayna al-kibār wa al-ṣṣiġār. Maġallat al-Buḥūṭ al-'i'lāmiyah. (٢)٦٩. ١٢١٣-١٢٨٨.
- رضوان، أمل صلاح محمود. (٢٠١٦). التحول الرقمي للمعرفة وتأثيره على الثقافة المعلوماتية للمتخصصين في الإنسانيات: دراسة ميدانية على مجلة كلية الآداب بقنا. المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات. ٣(٣) ٣٢٢-٣٢٦.

تأثير الإعلام الرقمي على طلبة التخصصات الإنسانية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبد العزيز ١٧٩

Ridwan, Amal Salah Mahmud. (٢٠١٦). Al-taḥawwul al-rraqamī lil-ma'rifāh wa ta'tīruhu 'alā al-ttaqāfah al-ma'lūmātiyah lil-mutaḥaṣṣiṣīn fī al-'insāniyāt: dirāsah maydāniyah 'alā maḡallat kulliyat al-ādāb bi-Qanā. al-Maḡallah al-Ddawliyyah li-'Ulūm al-Maktabāt wa al-Ma'lūmāt. ٣(٣). ٣٢٢-٣٢٦.

الزهراني، أحمد علي، عطيّة، مروّة عطيّة. (٢٠٢٠) الصحافة والإعلام الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي. خوارزم العلمية.

Al-Zahrani, Ahmad Ali. Atiyyah, Marwa Atiyyah. (٢٠٢٠) al-Ṣṣahāfah wa al-'i'lām al-rraqamī fī 'aṣr al-ḡḡakā' al-iṣṣtinā'ī. Khawārizm al-'Ilmiyah.

زويلف، مهدي، الطراونة، تحسين. (١٩٩٨). منهجية البحث العلمي. دار الفكر. عمان.

Zuwaylif, Mahdi., Al-Ṭarawnah, Tahsin. (١٩٩٨). Manḡāḡiyat al-baḡḡ al-'ilmī. Dār al-fikr. Amman.

السيد، مصطفى سيد محمد، علي، أسامة السيد محمود. (٢٠١٧). الثقافة المعلوماتية الرقمية لدى الباحثين في مجالات الإنسانيات والعلوم الاجتماعية وتأثيرها على المكتبات المتخصصة غير الحكومية: دراسة باستخدام أسلوب قياس الأثر. Cybrarians Journal. ٤٦ع. ٨-١.

Al-Sayyid, Mustafa Sayyid Muhammad., Ali, Usāmāh al-Sayyid Mahmud. (٢٠١٧). al-ttaqāfah al-ma'lūmātiyah al-rraqmiyah 'inda al-bāḡḡiīn fī maḡālāt al-'insāniyāt wa-l-'ulūm al-iḡtimā'iyah wa ta'tīruḡā' alā al-maktabāt al-mutaḥaṣṣiṣiḡah ḡayr al-ḡukūmiyah: dirāsah bi-istiḡdām uslūb qiyās al-'aṡar. Cybrarian Journal. 'Adad ٤٦. ١-٨.

شعبان، جمال. (٢٠٢١). الإنسانيات الرقمية: بحث في الماهية، المناهج، التقنيات والبنية التحتية. مجلة أفاق للبحوث والدراسات. ٥٤٨-٥٣٣.(٤)٢

Shaaban, Jamal. (٢٠٢١). al-'Insāniyāt al-rraqamīyah: baḡḡ fī al-māhiyyah, al-manāhiḡ, al-taqniyyāt wa-l-binyah al-ttaḡtiyah. Maḡallat 'Afāq lil-Buḡḡ wa al-Ddirāsāt. ٤(٢). ٥٣٣-٥٤٨.

علي، إلهام يونس أحمد. (٢٠٢٣). التأثير الثقافي للمحتوى الإعلامي الرقمي: أساليب التواصل الافتراضي بين الشباب نموذجاً. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. ٨٢ع. ٣٩-٧٧.

Ali, Ilham Yunus Ahmad. (٢٠٢٣). al-Tta'tīr al-ttaqāfī lil-muḡḡawā al-'i'lāmī al-rraqamī: 'asālīb al-ttawāsul al-iftirāḡī bayna al-ṣṣabāb namūdaḡan. al-Maḡallah al-Maṣrīyah li-Buḡḡ al-'I'lām. 'Adad ٨٢. ٣٩-٧٧.

عمرون، مصطفى، وقوميد، فتحية. (٢٠٢٢). أرشيف الويب مصدر للبحث العلمي في الإنسانيات الرقمية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. ٨(٢). ٤٥١-٤٦٩.

Amrun, Mustafa. Qumīd, Fatīḡah. (٢٠٢٢). 'Arṣīf al-wīb maṣdar lil-baḡḡ al-'ilmī fī al-'insāniyāt al-rraqmīyah. Maḡallat al-'Ulūm al-'Insāniyah wa-l-Iḡtimā'iyah. ٨(٢). ٤٥١-٤٦٩.

الفيهي، محمد علي محمود. (٢٠٢٣). استخدام الطالب الجامعي لتقنيات الإعلام الرقمي في العملية التعليمية: دراسة تطبيقية على عينة من طلاب جامعة سرت. مجلة جامعة سرت. العلوم الإنسانية. ١٣(١). ٣٦٥-٣٧٥.

Al-Faḡiḡi, Muhammad Ali Mahmud. (٢٠٢٣). Istiḡdām al-ṡṡālib al-ḡāmi'ī li-taqniyyāt al-'i'lāmī al-rraqmī fī al-'amaliyah al-tta'līmiyah: dirāsah ṡṡbīqiyyah 'alā 'ayyinah min ṡṡllāb ḡāmi'at Sirt. Maḡallat ḡāmi'at Sirt al-'Ilmiyah. al-'Ulūm al-'Insāniyah. ١٣(١). ٣٦٥-٣٧٥.

قصبيات، سفيان مصطفى. (٢٠٢٢). الإعلام الرقمي ودوره في تشكيل النسق القيمي والأخلاقي: مقارنة نقدية. مجلة كلية الفنون والإعلام. ١٤ع. ٨٧-٥٩.

Qusibat, Sufyan Mustafa. (٢٠٢٢). al-'I'lām al-rraqamī wa dawruḡu fī ṡṡkīl al-nnaṣaq al-qīmī wa-l-'aḡlāqi: muqārabah naqdiyah. Maḡallat Kulliyat al-Funūn wa al-'I'lām. 'Adad ١٤. ٥٩-٨٧.

القعاري، محمد. (٢٠١٦). منهج البحث الإعلامي: مذكرة غير مطبوعة.

Al-Qaari, Muhammad. (٢٠١٦). Manhağ al-bağt al-'i'lāmī: muḏakkirah ġayr maṭbū'ah.

مكاوي، حسن عماد. السيد، ليلي حسين. (٢٠٠٩). الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية.

Makkawi, Hasan Imad., Al-Sayyid, Layla Hussein. (٢٠٠٩). al-ittiṣāl wa naẓariyātuhu al-mu'aṣirah. al-Ddār al-Maṣriyah al-Lubnāniyah.

هزلون، سعاد. وشيكو، يمينة. (٢٠٢١). دور الإنسانيات الرقمية في تطور العلوم الإنسانية. مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية. ٢(٦). ١٥٥-١٦٨.

Hazlun, Suaad., Shiku, Yaminah. (٢٠٢١). Dawr al-'insāniyāt al-raqmiyah fī taṭawwur al-'ulūm al-'insāniyah. Mağallat al-Muqaddimah li-Ddirāsāt al-'Insāniyah wa-l-Iğtimā 'īyah. ٢(٦), ١٥٥-١٦٨.

ثانيا: المراجع الأجنبية

Atkin, C. (١٩٧٣). Instrumental utilities and Information seeking. In Peter Clarke. (Ed.) New Models for Mass Communication Research Beverly Hills: SAGE Publications.

De Vaus, David. (١٩٩٦). Surveys in social research. ٤th. Ed. Australia: UCL Press Limited.

Myers. G.T. (٢٠١٩). Humanities defined. Consulté le ٠٨ ٢٠, ٢٠١٩, sur Writing@CSU The Writing Studio: <https://writing.colostate.edu/guides/teaching/co٢٠١aman/pop٦b.cfm>.

The Impact of Digital Media on Students in the Humanities Disciplines: A Field Study on a Sample of Students from the Faculty of Arts and Humanities at King Abdulaziz University

Mohammed Jabril Al-Zayla'i

Assistant Professor of Media and Cultural Communication, Department of Journalism and Digital Media, College of Communication and Media, King Abdulaziz University, Jeddah, KSA

malzailai@kau.edu.sa

Abstract. This study aimed to identify the impact of digital media on students studying humanities, the study applied a survey methodology using a survey of a few students from the Faculty of Arts and Humanities at King Abdulaziz University, and it fell under the category of descriptive studies. One of the study's key results was that ٥٨,٠% of students preferred to utilize search engines because they were easy to use and offered a wide variety of information. The survey also found that students' searches in specialized programs and scientific databases indicated their interest in trustworthy knowledge. Furthermore, the study revealed that only ٧,٤% of students utilized social media to obtain academic knowledge, suggesting that most students preferred sources with more credibility. According to the study, ٩٣,٣% of students believed that digital media has helped to improve the quality of scientific research and facilitate it. Additionally, the result showed that ٢٥,٩% of students reported having low technical abilities and ٥٥,٦% of students reported difficulties accessing digital media such as trouble differentiating between reliable and unreliable material.

Keywords: Digital media, Digital humanities, Humanities disciplines, Information seeking.

Optimal Search Strategy for Research on Misinformation and Fake News: A Comparison between Search Systems and Keyword Choices

**Louisa Ha¹, Amonia Lois Tolofari², Debipreeta Rahut³, Shudipta Sharma⁴, David Njeri⁵
and Vera Lux⁶**

¹Professor, School of Media and Communication, Bowling Green State University, USA, ²Assistant Professor, University of Southern Mississippi, USA, ³ Doctoral Candidate, School of Media and Communication, Bowling Green State, ⁴ Doctoral Candidate, School of Media and Communication, Bowling Green State & Assistant Professor, Department of Communication and Journalism, University of Chittagong, Bangladesh, ⁵Master's Student, Bowling Green State University, and ⁶Associate Professor, University Libraries, Bowling Green State University, USA

Abstract. This paper explored the issue of identifying the right keyword and search engine or database to help communication scholars gain optimal experience and obtain the best outcomes in literature searches on the topic of misinformation and fake news. Five major types of electronic search systems were evaluated for their precision (relevancy), recall (sensitivity), and duplication rates. They included discovery layers such as Summon, web crawlers such as Google Scholar, library databases such as EBSCO Academic Search Complete, Journal publisher website search, and specialized journals using 14 keywords to search for the same topic. Based on the findings, Summon and *HKS Misinformation Review* had the highest relevancy ratings. It was notable that Google Scholar only ranked 6th for the 14 keywords analyzed. The two main keywords- "misinformation" and 'fake news' had a lower relevancy rating compared to the other keywords like 'infodemic' and 'news propagation' which had the highest relevancy scores. The lack of overlap in listing using different keywords and different search systems demonstrated that there was no single all inclusive, top search engine and that using a variety of terms and different search systems was necessary to conduct a thorough literature review on the subject. The study's findings and their implications for conducting literature searches by researchers in the Global North and the Global South were also discussed.

Keywords: Search systems, Databases, Misinformation, Fake news, Keyword search, Relevancy, Recall, Search strategy.

Introduction

In this digital age where research output is retrieved mainly by keywords in search systems, it is important to find the right keyword and the right search system to do a comprehensive literature search on the topic (Gusenbauer & Haddaway, 2020). In the field of communication, there is little systematic research on how the different search systems and databases affect research results except for some evidence or concerns on newspaper databases such as Lexis Nexus vs Google News (Weaver & Bimber, 2008), and Factiva vs. Lexis Nexus (e.g., Zhang & Ha, 2021).

With the ever-growing research output in academic journals and other platforms, especially online, the problems of finding the right keyword and right search systems during literature search are further exacerbated. First, databases/search systems use unknown algorithms in selecting and ranking the sources. Users must assume the algorithm is the best for that particular keyword or topic. Second, source coverage is unknown in web crawler searches such as Google Scholar. Traditional databases usually provide the subscribers with the list of sources they use. However, as Ewald (2004) discovered, how deep and updated the databases are in retrieving information from various sources varies by the databases. Finally, although paid databases such as EBSCO's Academic Search Complete offer useful searches, many entries retrieved have embargo limitations that users cannot retrieve the full text of the article published in the past 18 months or those that are published early online such as online-first or earlycite articles. Hence the cost of the databases to the subscribers or users and the accessibility of the latest articles by these databases are an issue. The subscription model of library databases limits access to institutional users, while web crawlers such as Google Scholar are free to anyone with internet access. Hence, users who are not affiliated with universities or users in developing countries with poor access to databases tend to rely on free sources such as Google Scholar.

As academic journal publishers are increasing their presence online either as solely online journals or providing users with digital access to their print and online versions of the journal on their websites, they also create their search engines to facilitate the search of journal articles of the family of journals published by the same publisher. For large publishers that have thousands of journal titles such as Wiley, SAGE, and Taylor and Francis, their collection is as large or even larger than some databases.

This study uses an important communication topic: Misinformation and fake news, which is gaining worldwide attention from different disciplines due to the proliferation of social media and other types of false and inaccurate information online (Ha et al., 2021; Himdi et al., 2022), as a case study to examine how the use of different search systems and keywords cause differences in search results on research on the topic. Through the comparison, the study hopes to identify a good literature search strategy for communication researchers on the topic or other communication topics. Moreover, even though misinformation is an interdisciplinary topic, Ha et al.'s (2021) review of research articles in the past 10 years found that communication scholars contributed the greatest number of articles on the topic.

Types of Search Systems and Databases

There are five main types of electronic search systems and databases that researchers commonly use to do their literature search: 1) discovery layers, 2) web crawlers, 3) library databases, 4) journal publisher websites, and 5) specific journals online search engine/browsing.

- I. Discovery layer: Summon. Librarians and library users have experienced an evolution in web discovery services. Like other web-scale discovery search products, Summon provides a pre-harvested main index that allows users to search across a library's book and journal holdings through a single search box (Ciccone & Vickery, 2015). It enables individuals to access a wealth of academic content through a simple, user-friendly

interface. Furthermore, it simplifies the discovery of library collection and institutional resources.

Contrary to other databases, abstracts, and indexes, Summon services are leveraged through an extraordinary match and merge technology that combines numerous types of data from various sources and creates a single record optimized for discovery. For subscribers, its unique approach exposes abstract and indexing resources to more users and directs researchers to full text when available while maximizing the value and usage of abstract and indexing content for libraries. The match and merge technology combines, normalizes, and corrects from multiple sources full text and metadata like abstracts, subject terms, thesauri, controlled vocabularies, citations count, and more data (PR Newswire, 2013). Therefore, converging the information improves relevancy and increases the discoverability of content in case a user wants to uncover information through natural language queries or database-specific controlled vocabularies. Summon has a central discovery index that is pulled from publisher content, repositories, etc. In the researchers' university, its version of Summon is a combination of centralized content and content that is dependent on its local subscriptions.

Boyer and Besaw (2021), in a study done at East Carolina University (ECU) to determine the usability of patrons' perceptions and use of Summon discovery tool, indicate that Summon provides users with seamless connectivity available within a single search and increases their utilization of library resources. In another study, Meredith (2013) found that Summon's single search box provides the simplest method to uncover known items.

II. Web crawlers - Google Scholar. Google Scholar (GS) was launched in 2004 by Google for scholarly literature searches. GS enables researchers to uncover different materials, including books, journals, abstracts, theses, and technical reports from dynamic fields. It contains an essential "cited by" indexing citations to the scholarly search query within its coverage (Dash, 2005). Furthermore, it provides links to the authors' content. Also, GS users may access permissible full text of scholarly search results. In addition, the web searches the general internet-based information linked to the query item. Publishers may index their scholarly content through Google and GS to improve visibility and publications' accessibility.

III. Library Databases

Although databases are important resources offered by libraries to serve users in finding research articles on a subject, not all databases are as useful. Different databases compete for library subscriptions. Ewald's (2004) study aimed to find out how many unique studies are offered in each of the databases across the subjects and whether there are overlapping similar subject studies in the databases for Communication, Sociology, and Music by comparing the unique titles and common titles shared by databases. After the results were analyzed, the author suggests that "caution must be taken whenever dealing strictly with numbers of titles indexed by databases, as the depth of indexing will vary greatly." (p. 19). The titles found in these databases are not always updated or current and periodicals are often dropped by these databases. So, it does not always give a representation to a title of study in a periodical. The author also states that one of the shortcomings of the study was that a definitive list of periodicals was not available for the compared databases. Another problem was that the

databases did not provide an idea about the level of coverage of titles in them. A study examining differences between Scopus and Web of Science finds that when only smaller citing entities (e.g., journals, conference proceedings, institutions) are considered, the two databases produce very different results, whereas when larger citing entities (e.g., research domains, countries) are considered, the two databases produce very similar scholarly impact pictures (Meho & Sugimoto, 2009).

EBSCO. According to Worldwide Databases (2019), EBSCO is a discovery service provider with over 11,000 customers in more than 100 countries. The researchers' university subscribes to its Academic Search Complete service, which is a multi-disciplinary full-text database that includes scholarly journal articles on all subjects as well as magazines, books and book chapters, reports, conference proceedings, and other sources. Its coverage includes 3,486 active full texts of non-open access journals. However, only one-third of the journals it included have no embargos (EBSCO, 2021).

Communication and Mass Media Complete Database. The database provides refined and quality research solutions in communication and mass media. It contains the content of CommSearch and Mass Media articles indexed together with other journals in communication, mass media, and other related fields. It is a research and reference resource of broad scope and depth encompassing a breadth of the communication discipline (Brooks & Herricks, 2007). It offers cover-to-cover indexing and abstracts for over 390 subscription-based journals and open access journals for a combined coverage of about 600 titles. Also, CMMC includes the full text without embargo of over 285 journals at the time of study. It contains a sophisticated Communication Thesaurus and comprehensive reference browsing. Moreover, the database features over 3,000 author profiles, containing biographical data and bibliographic information, where it covers the most prolific, highly cited, authors who are frequently searched for in the database.

Article First. The database indexes articles from the table of contents of about 12,500 journals, including a list of libraries holding the journal title (Li, 2000). The articles cut across numerous fields, including science, technology, medicine, social sciences, humanities, and popular culture. It is free to libraries as part of the Online Computer Library Center (OCLC) service. Each record describes one article from a journal. Most records provide a list of libraries that hold the journal-title. *Article First* is a database for articles adopted by the researchers' university library which now boasts a search of 16,000 multidisciplinary journals from the OCLC FirstSearch service that comes with the library subscription of the OCLC service (OCLC, 2021).

Google Scholar and Its Comparison with Other Library Databases

Most studies comparing search systems for research focus on comparing Google Scholar and other library databases or citation indexes. The review of Halevi, Moed, and Bar-Ilan (2017) on different studies comparing GS and other databases found that they focused on different areas including coverage, citations, author profiles, and metrics. In coverage, GS was shown to have more articles covered including those in non-English languages. In addition, compared to other databases, GS is a great web crawler that collects and indexes scientific output through publishers' websites or from scientific repositories of academic institutions' catalogs and other websites that contain academic and scientific literature. The review also

showed that GS was ahead of the rest in covering subject-specific sources as well as multidisciplinary subject areas and social sciences in comparison with popular databases like Scopus and Web of Science (WOS). However, GS was found to omit relevant literature that was available on publishers' websites and a delay was notable in publishing literature from subscription-based platforms vs open-access articles. While WOS and Scopus index peer-reviewed scholarly information, GS indexes all literature whether peer-reviewed or not. Therefore, it captures all types of literature including research reports, white papers, presentations, and blogs. Thus, when measured for impact, GS naturally displays more citations than other databases. When investigating GS's ability to distinguish spam or 'junk publications' from real scientific literature, the review also found studies that uncovered fake documents were uploaded and picked by GS as valid, thus indicating that GS does not have quality control policies. Therefore, it is evident that GS results can be manipulated by individuals since there is no existing quality control. In addition, it has also been found that GS results contain errors in meta-data and duplicated records.

Comparing the quality of the results of databases and Google Scholar (GS) which is a web crawler, Howland et al. (2009) found the results of Google Scholar have higher scholarliness scores than citations found in most library databases. Scholarliness of the results was evaluated with the help of a scale based on Kapoun's model such as "(1) accuracy, (2) authority, (3) objectivity, (4) currency, (5) coverage, and (6) relevancy."

GS has attracted significant attention based on its features like free access and multidisciplinary bibliographic literature. However, at the subject level, library databases seemed to outperform GS. A study by Kirkwood & Kirkwood (2011) comparing GS with the specialized subject database EconLit found that GS is not better than the subject database and that the two search systems use different ways to interpret relevance. The study by Walters (2009) shows one of the disadvantages of GS is uncontrolled vocabulary for subject terms and lack of authority for author names and journal titles. Also, it contains inconsistency in handling Boolean operators and the inability to seek the literature by other criteria other than relevance. Ten bibliographic databases were found to return more results than GS. An evaluation of the literature coverage revealed that GS failed to cover the most recent information sources. However, it contains more literature but not necessarily scholarly or relevant. A recent study by Hughes (2018) still found that web search crawlers such as Google Scholar cannot replace library bibliographic databases. The study found that web search engines do not necessarily use Boolean logic and in general have limited functionality compared to bibliographic databases.

However, in the coverage of some specific subjects, GS was found to be a better search tool than other databases. For example, a systematic study comparing the quality of 10 databases and GS on the area of child protection social workers' resilience finds Applied Social Sciences Index and Abstracts, Social Services Abstracts, and Social Sciences Citation Index (SSCI) is the most sensitive databases, and they returned more than twice as many results as any other database (Mcfadden et al., 2012). However, regarding the first 100 entries, Google Scholar exhibited moderate sensitivity and high accuracy. On subjects such as geography (Ştirbu et al., 2015), open access materials for medicine (Nourbakhsh et al., 2012; Rahimi &

Chandrakumar, 2014), and agricultural economics (Salisbury & Tekawade, 2006), engineering (Meier & Conkling, 2008), GS also showed better coverage than other search tools.

Harzing & Alakangas's (2016) study is a systematic and comprehensive comparison of the coverage of the three major bibliometric databases: Google Scholar, Scopus, and the Web of Science. It was conducted between 2013 and 2015 investigating how the use of different data sources and the choice of different metrics affects research performance across disciplines. It found GS is more interdisciplinary and Scopus and Web of Science are more subject-specific. (Martín-Martín et al.(2021) shows GS is still the most comprehensive data source among the six databases: Google Scholar, Microsoft Academic, Scopus, Dimensions, Web of Science, and OpenCitations' COCI. Their investigation of 3,073,351 citations identified 2,515 English-language highly cited articles published in 2006 from 252 subject categories. Among the databases and GS, GS was the only one that found 88% of all citations, many of which were not detected by the other sources.

Comparing citations of GS, the WoS Core Collection, and Scopus to 2299 English-language highly-cited publications from 252 GS subject categories published in 2006, an earlier study (Martín-Martín et al., 2018) also finds GS consistently retrieved the highest percentage of citations (93%–96%) across all sectors, greatly outpacing Scopus (35% –77%) and WoS (27% –73%). Google Scholar found nearly all of the WoS (95%) and Scopus (92%) citations. Most citations discovered by GS were from non-journal sources (48–65%), such as theses, books, conference papers, and unpublished materials. Many of them were non-English (19%–38%). Despite all these comparisons in past literature, none were on the subject of communication.

IV. Journal publisher websites. In addition to databases, major journal publishers also provide their proprietary search engine for users to search articles that the publisher publishes as a walled garden (results will only come from articles of the publisher's journal family). In the field of communication, SAGE, Taylor and Francis, Wiley and Oxford Academic are major publishers.

SAGE is the world's leading independent academic publisher and publishes more than 1,000 journals (SAGE, 2021). Most of the articles it publishes are in arts humanities, and social sciences. Its article search provides a permalink to the author's details, abstract, and title as well as metrics such as the number of citations of the article.

Wiley is a global provider of content and content-enabled workflow solutions across different fields including life, health and physical sciences, social science, and the humanities. It publishes 1,600 journals, half of which are published in partnership with prestigious international scholarly and professional societies (Wiley, 2021)

Taylor and Francis is a journal publisher of over 2,700 journals (Taylor & Francis, 2021), including the global program of social science and humanities journals published by Routledge. It cuts across applied science, technology, and medicine content (Li & Lee, 2014).

Oxford Academic has been growing with the evolution in technology, ensuring researchers have access to up-to-date content in the most convenient format. It publishes over 450 journals in the humanities, social sciences, law, science, and medicine, two-thirds of which are published in partnership with learned and professional societies. Oxford Academic

contains the highest percentage of journals in the top 10% by impact factor and the lowest percentage of journals in the lowest 50% among publishers with over 100 journals in the ISI Impact Factor ranking (Oxford Academic, 2021).

V. Specific journal search: *HKS Misinformation Review*

The Harvard Kennedy School of Government launched *HKS Misinformation Review* in 2020 as a new online journal dedicated to research on misinformation, which is the topic of this study. It has a digital search engine. Hence our study compares how a specialized journal on the topic fared in user experience and article relevancy in comparison with other broader-based search services.

Common metrics used by scholars in comparing search systems are their precision and recall. While recall (or sensitivity) is the percentage of relevant article entries that are returned in the result set from all relevant records known to exist, precision (or specificity) is the percentage of records in the result set that are relevant (Gusenbauer & Haddaway, 2020)

However, most research comparing search systems focuses on the number of citations (coverage) and quality of the articles retrieved, but not much about the common user experience in the search.

Research Questions

To help communication researchers find the most effective way to find relevant literature and compare the strengths and weaknesses in the search results of each search system, we developed the following research questions for our study:

1. Which search system yields the most relevant results to the topic of study? Among databases, which one is the best? What is the best publisher journal search?
2. Which keyword can yield the best results in finding research that can create a misinformation metric?
3. How similar are the search systems (overlap in results and ranking)?
4. What are the strengths and weaknesses of each search system based on the available features and user experience?

Research Method

To test the effectiveness of the different search systems, we decided to choose the topic of misinformation and fake news, which has the characteristics of broad interest from many disciplines (Ha et al., 2021) and has also many different terminologies that refer to the topic so that we can use a variety of keywords for it to test the result. After a brainstorming session by the research team and reviewing articles on the topic, we identified 14 keywords to search for the topic: “rumor,” “hoax,” “fake news,” “false news,” “misinformation,” “conspiracy theory,” “disinformation,” “deep fake,” “fact check,” “infodemic,” “news sharing,” “news propagation,” “post-truth” and “media literacy.”

A team of 10 coders used different search systems to locate the search results using these keywords. The search systems that we decided to use were:

- 1) Discovery layer - Summon

- 2) Web crawler - Google Scholar
- 3) Databases - EBSCO's *Academic Search Complete*, *Communication and Mass Media Complete*, and *Article First* to search for articles in the authors' university library.
- 4) Journal publisher search engines: We chose SAGE, Wiley, Taylor and Francis, and Oxford Academic because they are the largest in communication and have a well-developed website and search function within their walled garden of journals published by their company. They are free and open to the public and have links to important metrics about articles such as citations, abstracts, etc. If the article is open access, then the user can immediately get full text after the search. They are the more recent players that have not been studied in search system research but are potentially important for academic users if they search the journal's website.
- 5) Specialized journal: *HKS Misinformation Review*

Measurements

Relevancy: We determined the relevancy of the result to the topic by reading the text of the abstract provided in the search results/article listing. This is because most users determine whether they will continue to read the full text by the relevancy shown in the abstract. We provided a rating of 0 for totally irrelevant results, 1 for somewhat relevant results, 2 for relevant results and 3 is highly relevant that will be included in a research paper on the topic.

Recall: The average number of entries listed in the search results for each keyword in the search system.

Duplication: The similarities in the identified articles using the same keyword between the systems.

Similarities and Difference in Ranking: For articles that were included in more than one database using the same keyword, we counted how similar or different in the ranking or included/excluded in the search result listing ranking.

Quality of the article: The number of citations for the retrieved article.

During the search, we avoided the use of Boolean operators because not all search systems use Boolean operators and most users do not use Boolean operators in their search (Lowe et al., 2018). In comparing the different search systems, we employed a method similar to Nourbakhsh et al. (2012) which utilized typical search methods of an average user, evaluating abstracts only from up to the first 30 listings for every search, determining its relevance and quality. Relevance was determined from the abstract and rated by the coders based on subject knowledge. The raters were master and PhD students with research interest in misinformation.

We used "Misinformation" as a keyword and Google Scholar as the search system to illustrate how relevancy was determined. The article, Ackoff, R. L. (1967). Management misinformation systems. *Management Science*, 14(4), B-147. <https://doi.org/10.1287/mnsc.14.4.B147> was ranked first in the GS search result listing. The article had 2,317 citations which may explain why it was listed on the top. But it was about correcting deficiency in computer management information system, not about misinformation as we understood it. So, it was rated as 0, not relevant, by the coder. Another article, Schuler, S., Choque, M., & Rance, S. (1994). Misinformation, mistrust, and mistreatment:

Family planning among Bolivian market women. *Studies in Family Planning*, 25(4), 211-221. doi: 10.2307/2137904, was about how women received misinformation about family planning. It was rated as 1 as somewhat relevant, because it was indeed about effect of misinformation, but would not be directly useful for development of a metric measuring misinformation. Mian, A., Khan, S. (2020) Coronavirus: the spread of misinformation. *BMC Med* 18, 89. <https://doi.org/10.1186/s12916-020-01556-3> was rated as 2, relevant for the study of misinformation dissemination. But it does not contain specific measurement of misinformation. For the article Vicario, M. D., Bessi, A., Zollo, F. (2016). The spreading of misinformation online. *PNAS*, 113 (3), 554-559. <https://doi.org/10.1073/pnas.1517441113>, it was rated as 3, highly relevant, because it focused directly on spreading of misinformation that the result and measurement were useful for research on misinformation dissemination.

Findings

A total of 2,102 entries were found using the 14 keywords in the 10 search systems. For each keyword, we allowed up to the top 30 listings only so that we could read all the abstracts manually. We then compared the average relevancy rating of all the abstracts retrieved from each search system and each keyword.

Which Search System Yielded the Best Search Results on the Topic of Misinformation?

We used relevancy, coverage (recall/number of entries), and impact of the articles included (number of citations) as the three criteria in evaluating search systems.

To our surprise, Summon, which is not a subject-based interdisciplinary search system and a discovery layer system, was rated as most relevant in the entries on the topic of misinformation and fake news using the 14 keywords (average rating = 2.55). The quality of the articles, as indicated by average article citations, was also the highest among all search systems (See Table 1).

Table 1. Relevancy rating comparison by source.

Source	Av. Article citations	Average Relevancy Rating	Av. Number of entries per keyword
Summon	246.78	2.55	9.357
Google Scholar	216.7	1.89	30.0
Comm & Mass Media Complete	N/A	1.566	20.69
EBSCO	N/A	2.14	18.46
Article First	N/A	0.3155	20.0
SAGE	Additional step needed	1.836	23.0
WILEY	Additional step needed	2.51	18.0
All Oxford Academic	6.80	2.217	5.0
Taylor and Francis	10.19	1.6179	22.5
HKS Misinformation Review	11.88	2.54	7.0

The second-best search system in relevancy rating (precision) is a specialized journal on misinformation: *HKS Misinformation Review* (average rating = 2.54). This was expected because the journal is dedicated to misinformation and the keywords we used easily could be found in the articles of that journal.

Wiley as a science and social science journal publisher site was rated the third best in relevancy. It was the best journal publisher site in relevancy. However, its number of entries was the second lowest among the four journal publisher websites (average entries per keyword = 18). SAGE had the highest number of entries per keyword, average entries per keyword= 23, followed by Taylor and Francis, with an average of 22.5 entries per keyword.

Google Scholar, as one of the most widely used reference sources, was only rated 6th in relevancy rating.

Among common library research databases, subject databases such as *Communication and Mass Media Complete* showed good coverage (recall) with an average of 21 entries per keyword, but the precision/relevancy was a bit low with an average rating of 1.57. EBSCO *Academic Search Complete*, as an interdisciplinary database, was rated higher in relevancy than all other library databases with an average rating of 2.14.

Which keyword provides the best result?

We compared the 14 keywords we used to search articles on the topic of misinformation and fake news. See Table 2. To our surprise, “misinformation” or “fake news” as keywords did not get the best result. Their average relevancy ratings were lower than other keywords such as “infodemic”, “news propagation,” “information sharing,” and “disinformation.” “Infodemic” and “news propagation” were the best rated in relevancy in the article abstracts retrieved by the researchers.

Retrieved Article Duplication Rate

There was very low duplication between the keywords even when they looked highly similar. We paired up similar keywords such as “Fake news” and “False News,” “Rumor” and “Hoax,” “News sharing” and “news propagation”, “misinformation” and “disinformation”. “infodemic” and “news propagation”, and found very few to no duplication. “Misinformation” and “disinformation”, have only four duplicated articles out of 281 articles using the keywords. “News sharing” and “news propagation” have only two duplicated articles out of the 234 articles using the keywords. The other keywords such as “hoax” and “rumor,” “fake news” and “false news” have no duplication at all. See Table 3.

With almost no duplication in the top 30 entries both between keywords and search systems, it seems that each search system used different algorithms to rank and select articles for each keyword. Originally, we tried to compare the ranking of the listings between search systems. The low duplication made such a comparison meaningless to conduct.

User Experience of the Search Systems

In addition to the above ratings of relevancy (precision), we also examined the user experience in using each of the search systems. For the discovery layer such as Summon, the researcher had a great experience with all the keywords. Using the relevant keywords along

with the filters such as “full-text”, and “peer-reviewed” among others, Summon gave relevant search results. The results shown were from a variety of databases and the citation could easily be procured from the researcher’s university library.

Table 2. Relevancy rating comparison by keyword.

Keyword	Average Relevancy Rating	Number of entries
DISINFORMATION	2.229	135
MISINFORMATION	1.888	146
FACT CHECK	1.59	85
FAKE NEWS	2.11	147
FALSE NEWS	2.017	144
HOAX	1.325	136
INFORMATION SHARING	2.285	30
NEWS PROPAGATION	2.305	130
RUMOR	2.085	147
CONSPIRACY THEORY	1.34	178
DEEP FAKE	2.146	102
INFODEMIC	2.318	82
MEDIA LITERACY	1.445	86
NEWS SHARING	2.176	104
POST TRUTH	2.11	187

Table 3. Duplication by keyword pairs.

Keywords	Number of duplications
Fake News/False News	0
Rumor/Hoax	0
News sharing/News propagation	2
Misinformation/Disinformation	4
Infodemic/News propagation	0

For web crawlers such as Google Scholar search, one of the researchers found the keyword searches for “rumor,” “news sharing,” and “news propagation” showed many latest journal articles and books by the search engine in the top 30 list. Also, multidisciplinary, and inter-disciplinary articles with the associated keyword were shown as results. Another

researcher using Google Scholar for keywords such as “media literacy,” “false news,” “hoax,” and “post-truth,” experienced similar convenience and high coverage. However, it was also pointed out that some of the citations in Google Scholar were incomplete without volume, issue, and page number. Thus, the researcher had to get access to the full journal article to get the complete citation. Also, there were certain instances when the researcher found that the citations given in Google Scholar didn’t match the citations given on the exact research paper. Another researcher using Google Scholar for searching with keywords “fake news”, “misinformation” and “infodemic” found it very convenient to search relevant articles. However, the researcher found that search results with the keyword “infodemic” were not cited much because the word only gained popularity recently after COVID-19. Also, the researcher found that many citations listed by Google Scholar were incomplete. One other researcher using Google Scholar for keywords like “fact-check,” “conspiracy theory,” “deep fake” and “disinformation” echoed the same opinions. Many of the citations generated automatically by Google Scholar were incomplete, and some had abstracts missing. However, for most of the search experience, the researcher found the results relevant to the keywords and some of the articles were very recent. The “advanced search” feature of Google Scholar can be very useful for scholars looking for relevant articles.

For databases such as *ArticleFirst*, one of the researchers searched with the keywords “fact-check,” “rumor,” “disinformation,” “fake news,” “misinformation,” “infodemic,” “hoax,” “conspiracy theory,” “deep fake,” “information sharing,” “news sharing,” “news propagation,” “post-truth,” “media literacy,” and “false news,” found that the interface of the database was difficult as it did not allow the use of certain filters for articles in English. Also, most of the search results found didn’t have APA citations altogether or had it incorrectly done. Besides, many articles didn’t have any abstracts. It was considered the worst user experience among all the search systems under study.

For *Communication and Mass Media Complete*, the researcher searched all 14 keywords through EBSCO host. The researcher noted that the user interface is good, making it easy to look for relevant articles with the keywords and filters. Also, the results shown are a combination of the most recent ones and those that are older, thus giving a lot of relevant results for the required searches.

Journal Site Search Experience

For the Wiley website journal publisher search engine, there were many filters to choose including subject, author, journal title to choose, and the listings are all relevant to the topic. The number of citations to the article was displayed next to the article title.

For the Taylor and Francis website journal publisher search engine, the researcher searched using all the keywords to find relevant articles for each of them including the most recent ones. However, the problem was to find the full citations manually for each of the articles found.

For the SAGE website journal publisher search engine, the researcher searched with the keyword “Fact-check” and found that the “most cited” articles gave the most irrelevant searches whereas choosing on a “relevance” basis the top search results were all SAGE’s open access journal articles. There was a clear bias in the journal’s search algorithm favoring its open-access

journals. But SAGE also facilitates users to share the article citation in various social media and e-mail and enables users to choose five different citation styles for the complete citation of the article and export them to five bibliographic software such as RefWorks, Endnote, etc. Even for articles without full text, there was a list of related articles for the researcher.

For the All Oxford Academic website journal search engine, the search experience was a bit difficult as the researcher had to sift through a long list of results to identify the relevant ones. Even the researcher tried the filter of ‘most relevant’, but it gave the researcher irrelevant stuff. All Oxford Journals entries were from articles in medical and health journals.

For specialized journals such as *HKS Misinformation Review*, the search experience was generally good. The researcher had a great search experience with the *HKS Misinformation Review* search engine as it gave the latest and extremely relevant articles, editorials, and reports.

It should be noted that several research team members worked from their home countries which are Global South countries (Bangladesh, India, Ghana, Kenya and Nigeria) during the search process so they could not use the U.S. university library databases but only Google Scholar or journal web sites like many other Global South users.

Discussion

The goal of our study is to identify the best search strategy for misinformation and fake news for research purposes. From our comparison, it seems that there is not a well-rounded or superior search system that fared well above all others in relevancy, recall, and impact of articles. *Summon* is the best in user experience. It fared well in precision and number of citations of the articles listed but was low in recall of articles. Its integration with a library’s database and collection offers users a seamless experience. So, for university researchers with libraries that adopt Summon, it will be a good choice to start with. However, the users would be unlikely to be satisfied with its low number of entries for each keyword. Because it retrieved fewer articles, researchers are recommended to supplement search systems that maximize the number of articles with another high coverage/recall search system such as Google Scholar (the highest in entries) or journal publisher websites with good recall rates such as SAGE and Taylor and Francis. The comparison in the study also found a negative relationship between relevancy (precision) and number of entries (coverage/recall). Search systems that retrieve highly relevant results usually have a lower number of entries.

Low Overlap in Listings

We were shocked at the lack of overlap or duplication of the listings. Even for the same keyword such as “misinformation,” there were very few duplications across search systems in both interdisciplinary and subject databases. Apart from the different sources used by each system, the different algorithms for selecting relevant articles probably caused such totally different results. So, researchers on the topic of misinformation must at least consult several search systems to get the most relevant references even if only the same keyword is used. The keyword that resulted in the highest relevancy is “infodemic.” “Misinformation” and “fake news” only ranked sixth and seventh in relevancy. For highly similar words such as “fake news” and “false news,” “news propagation” and “news sharing,” there was still little to no overlap at all. As the algorithm for choosing the articles is not open to the public for all these search systems, we were not able to explain why the algorithm retrieved different articles for

the same keyword in different search systems apart from their different coverage of articles. Due to this lack of replication, researchers using keywords to retrieve literature must justify why those keywords were the best and why they selected certain systems. If exhaustiveness or highest coverage is the goal, then the researcher must try to use databases and search systems that give the most entries such as Google Scholar and journal publisher websites such as SAGE. But if retrieving the most relevant literature is the goal, then *Summon* or EBSCO *Academic Search Complete* or specific journals on the topic should be used.

In assessing the user experience, coders found the use interface design is very important apart from relevancy and coverage. A good design makes it easy for users to find what they need quickly. Among the search systems, Database *Article First* has the worst interface design which is difficult to navigate so it was rated the worst by our research team members in addition to its low precision and low recall rate. Moreover, many of its citations were incorrect. Full text, number of citations or even abstracts are not available. Summon's easy to use interface and immediate access to article was an enjoyable experience for the team member even though the number of retrieved entries were small. Google Scholar was quite well-received by our team members because it is an easy-to-navigate database and can add filters such as publication year and citation style options to the results for searched items. However, it also has incomplete or wrong citations. On the other hand, *Summon*, with its filters of "full-text," and "peer-reviewed" among others, gave relevant search results. For *Communication and Mass Media Complete*, there were relevant filters to look for with the keywords, making the search experience pleasant. However, for journal site user experience, Taylor and Francis, SAGE publisher website, and All Oxford Academic Journals, because of lack of relevant filters, a lot of irrelevant results were elicited by the keywords. Wiley was the best in user experience. *HKS Misinformation Review* was good in terms of the relevant and current results that it gave along with the required filters. It also has a list of 52 topics for users to find relevant articles. However, identifying specialized journals requires prior subject knowledge. It may not be feasible for novice researchers on the subject. Overall, *Summon*, *Communication, Mass Media Complete*, and *HKS Misinformation Review* are the best search systems offering the best user experience with good filters, relevant keyword searches, current results, and correct complete citations.

Limitations and suggestions for further research

Despite our research's contribution to the search systems in retrieving research on misinformation and fake news, there are some limitations in our research. Relevancy or number of citations is not the same as content quality, although relevancy and citations can be components of content quality. The abstract of an article was used as the determinant of relevancy rating in our study, not the full article. Although an abstract does not show the rigor and details of the full study, it provides important cues to the users whether the article may contain valuable information for them to spend more effort in retrieving the full article. Hence a poorly written abstract will greatly reduce its full article readership in literature search because of perceived irrelevance or low quality.

One other aspect we did not cover in the study but is increasingly important is the recommendation systems in journal websites or other academic research sharing sites such as ResearchGate and Academia.edu or even Google Scholar. Journal publishers certainly want more users to use their journal family and are highly invested in cross-promoting different

journal articles of their journals through recommending related articles on the same topic. Recommendation systems offer researchers easy alternatives or related articles to consider. However, the recommendation system is another black box algorithm that users do not know of. If users may specify the recommendation preference such as the same author or the same keyword, then recommendation may be a time-saving tool to the researchers and users can have an active role in the recommendation algorithm process. Another external factor we could not address in this study is the change of algorithms of the search system overtime and the consistency of the algorithm. The journal article embargo period of databases also made it unsuitable to access the full text of the latest research.

Recommendation for Optimizing Literature Search on Misinformation to Global North and Global South Scholars

The lack of consensus to retrieve research literature on misinformation and fake news shown in the study is troubling to knowledge advancement. It is hard to build a common body of knowledge or standards to evaluate the state of research of a field without a way to identify and retrieve a set of common past and current research on the issue. Instead of building knowledge on the shoulders of giants, we may be reinventing the wheels by not knowing past research on the topic exists using different search systems and keywords.

The good news is that our study shows that with online access, the accessibility of research to developing countries can be greatly improved with the variety of search systems available. Many of them are free, especially the overlooked resources of journal publisher websites that have not been examined in previous studies. Based on our study results in considering user experience and quality of the search results, we recommend Global North researchers to use a strategy of first trying several high-precision search systems such as *Summon*, specialized journals, and *EBSCO Academic Search Complete*. After combining the listings, the researcher would have a good idea of the state of research on the topic. Then users may broaden the search with Google Scholar and then select the most relevant ones from the large number of entries and journal publisher websites which have the latest articles.

For Global South scholars who have limited or no access to databases, we recommend that they start their literature search using Google Scholar and the free journal publisher web site available online to build a bibliography list first with abstracts. Then users can select the most relevant articles and may write to the authors directly to request the full article if the article is not open access, and their library does not subscribe to the journal. Then the gap between rich countries and poor countries in access to the latest research will be reduced. However, our study also shows that journal websites, as walled gardens, have limitations in retrieving most relevant articles to users and some such as SAGE did not do as well as other publishers such as Wiley. But they are freely available to users like Google Scholar and contain complete abstracts, archives, table of contents, and many other journal metrics and in different citation styles for users to choose from. Some even have open-access articles that users can get for free.

The low duplication level of results across keywords and search systems indicates researchers must use multiple search systems and keywords and explain why specific keywords and search systems were used and how they might influence the search results. Some AI-based literature search services such as Elicit and flooto now try to synthesize online search results

for researchers. Yet their consistency, precision, recall and selection algorithms should be monitored and examined in future research.

Acknowledgments

The authors would like to acknowledge the contribution of the graduate student coders in the study who are not authors of the article: Chinwendu Akanolu, Bernadette Bowen, Michael Harmon, Cole Highhouse, Amir Khan, Michael Ofori.

References

- Boyer, G., & Besaw, M. (2012). A study of librarians' perceptions and use of the Summon discovery tool. *Journal of Electronic Resources in Medical Libraries*, 9(3), 173-183. doi:10.1080/15424065.2012.707056
- Brooks, S., & Herrick, M. (2007). Index blending: Enabling the development of definitive, discipline-specific resources. *Information Technology and Libraries*, 26(2), 27-34. doi: <https://doi.org/10.6017/ital.v26i2.3279>
- Ciccione, K., & Vickery, J. (2015). Summon, EBSCO Discovery Service, and Google Scholar: A comparison of search performance using user queries. *Evidence Based Library and Information Practice*, 10(1), 34-49. <https://doi.org/10.18438/B86G6Q>
- Dash, J. N. (2005). Citation web-crawler, Google Scholar. *Current Science*, 89(2), 242-242. https://www.researchgate.net/publication/259385431_Citation_web_crawler_Google_Scholar
- EBSCO offers a database with critical reviews (2019). *Worldwide Databases*, 31(5), 4-5. <https://www.ebsco.com/news-center/press-releases/ebsco-information-services-now-offers-database-critical-reviews-digital>
- EBSCO (2021). Academic Search Complete. <https://www.ebsco.com/products/research-databases/academic-search-complete>
- Ewald, L. A. (2004). A comparison of subject databases in sociology, communication & music. *Kentucky Libraries*, 68(4), 18-21. <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1182&context=libraryscience>
- Gusenbauer, M., & Haddaway, N. R. (2020). Which academic search systems are suitable for systematic reviews or meta-analyses? Evaluating retrieval qualities of Google Scholar, PubMed, and 26 other resources. *Research Synthesis Methods*, 11(2), 181-217. <https://doi.org/10.1002/jrsm.1378>
- Ha, L., Andreu Perez, L., & Ray, R. (2021). Mapping recent development in scholarship on fake news and misinformation, 2008 to 2017: Disciplinary contribution, topics, and impact. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 290-315. <https://doi.org/10.1177/0002764219869402>
- Halevi, G., Moed, H., & Bar-Ilan, J. (2017). Suitability of Google Scholar as a source of scientific information and as a source of data for scientific evaluation—Review of the literature. *Journal of Infometrics*, 11(3), 823-834. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.06.005>
- Harzing, A. W., & Alakangas, S. (2016). Google Scholar, Scopus and the Web of Science: A longitudinal and cross-disciplinary comparison. *Scientometrics*, 106(2), 787-804. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-015-1798-9>
- Himdi, H., Weir, G., Assiri, F., & Al-Barhamtoshy, H. (2022). Arabic fake news detection based on textual analysis. *Arabian Journal for Science and Engineering*, 47(8), 10453-10469.
- Hughes, E. (2018). Web Search Engines - Not yet a reliable replacement for bibliographic databases. *Evidence Based Library and Information Practice*, 13(3), 85-87. <https://doi.org/10.18438/eblip29378>
- Howland, J. L., Wright, T.C., Boughan, R. A. & Roberts, B.C. (2009). How scholarly is Google Scholar? A comparison to library databases. *College & Research Libraries*. doi: 10.5860/crl.70.3.227
- Kirkwood, H. P., & Kirkwood, M. C. (2011). EconLit and Google Scholar go head-to-head. *Online (Weston, CT)*, 35(2), 38-41. <http://pascal-francis.inist.fr/vibad/index.php?action=getRecordDetail&id=24038481>
- Li, T. C. (2000). *Social science reference sources: A practical guide* (Vol. 30). Greenwood Publishing Group.
- Li, H., & Lee, C. C. (2014). Guanxi networks and the gatekeeping practices of communication journals in China. *Chinese Journal of Communication*, 7(4), 355-372. <https://doi.org/10.1080/17544750.2014.965185>

- Lowe, M. S., Maxson, B. K., Stone, S. M., Miller, W., Snajdr, E., & Hanna, K. A. (2018). The Boolean is dead, long live the Boolean! Natural language versus Boolean searching in introductory undergraduate instruction. *College & Research Libraries* 79(4), 517-534.
- Martín-Martín, A., Orduna-Malea, E., Thelwall, M., & Delgado López-Cózar, E. (2018). Google Scholar, Web of Science, and Scopus: A systematic comparison of citations in 252 subject categories. *Journal of Infometrics*, 12(4), 1160–1177. <https://doi-org.ezproxy.bgsu.edu/10.1016/j.joi.2018.09.002>
- Martín-Martín, A., Thelwall, M., Orduna-Malea, E., & Delgado López-Cózar, E. (2021). Google Scholar, Microsoft Academic, Scopus, Dimensions, Web of Science, and OpenCitations' COCI: A multidisciplinary comparison of coverage via citations. *Scientometrics*, 126(1), 871–906. <https://doi-org.ezproxy.bgsu.edu/10.1007/s11192-020-03690-4>
- McFadden, P., Taylor, B. J., Campbell, A., & McQuilkin, J. (2012). Systematically identifying relevant research: Case study on child protection social workers' resilience. *Research on Social Work Practice*, 22(6), 626–636. <https://doiorg.ezproxy.bgsu.edu/10.1177/1049731512453209>
- Meier, J. J., & Conkling, T. W. (2008). Google Scholar's coverage of the engineering literature: An empirical study. *Journal of Academic Librarianship*, 34(3), 196–201. <https://doi-org.ezproxy.bgsu.edu/10.1016/j.acalib.2008.03.002>
- Meredith, W. (2013). Web-scale search and virtual reference service: How Summon is impacting reference question complexity and reference service delivery. *Internet Reference Services Quarterly*, 18(1), 1-13. <https://doi.org/10.1080/10875301.2013.803005>
- Nourbakhsh, E., Nugent, R., Wang, H., Cevik, C., & Nugent, K. (2012). Medical literature searches: a comparison of Pub Med and Google Scholar. *Health Information & Libraries Journal*, 29(3), 214–222. <https://doi-org.ezproxy.bgsu.edu/10.1111/j.1471-1842.2012.00992.x>
- OCLC (2021). Article First. https://help.oclc.org/Discovery_and_Reference/FirstSearch/FirstSearch_databases/ArticleFirst
- Oxford Academic (2021). About us. https://academic.oup.com/journals/pages/about_us
- PR Newswire (2013). More than 100 A&I databases now indexed in the serials solutions summon service: Unique match and merge technology leverages subject terms in A&I databases from ProQuest and others to optimize discovery of a library's collection. <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA360679034&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=00242586&p=AONE&sw=w&userGroupName=anon%7Ee229dda4>
- Shahin, R.V., Rahimi, S., & Chandrakumar, V. (2017). A comparison of citation coverage of traditional and web citation databases in medical science. *Malaysian Journal of Library & Information Science*, 19(3). <https://mjlis.um.edu.my/index.php/MJLIS/article/view/1779>
- Salisbury, L., & Tekawade, A. (2006). Where is agricultural economics and agriBusiness research information published and indexed? A Comparison of coverage in Web of Knowledge, CAB Abstracts, EconLit, and Google Scholar. *Journal of Agricultural & Food Information*, 7(2/3), 125–143. https://doi-org.ezproxy.bgsu.edu/10.1300/J108v07n02_10
- Stirbu, S., Thirion, P., Schmitz, S., Haesbroeck, G., & Greco, N. (2015). The utility of Google Scholar when searching geographical literature: Comparison with three commercial bibliographic databases. *Journal of Academic Librarianship*, 41(3), 322–329. <https://doi-org.ezproxy.bgsu.edu/10.1016/j.acalib.2015.02.013>
- Taylor and Francis (2021). Journals. <https://taylorandfrancis.com/journals/#:~:text=Taylor%20%26%20Francis%20Online%20brings%20together,of%20broad%20spectrum%20open%20access>
- Walters, W. H. (2009). Google Scholar search performance: Comparative recall and precision. *Portal: Libraries and the Academy*, 9(1), 5-24. <https://muse.jhu.edu/article/256652>
- Weaver, D. A., & Bimber, B. (2008). Finding news stories: A comparison of searches using LexisNexis and Google News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(3), 515-530. <https://doi.org/10.1177/107769900808500303>
- Wiley (2021). Wiley online library. <https://onlinelibrary.wiley.com/library-info/products/journals>
- Zhang, X., & Ha, L. (2021). Comparing the five measures of media reputation attributes in local and national newspapers. *International Journal of Business Communication*. <https://doi.org/10.1177/232948842199844>

استراتيجية البحث المثلى لإجراء البحوث حول المعلومات المضللة والأخبار الزائفة: مقارنة بين أنظمة البحث وخيارات الكلمات المفتاحية

لويزا ها^١، وأمونيا لويس تولوفاري^٢، وديبيريته راهوت^٣، وشوديبينا شارما^٤، وديفيد نجيري^٥، وفيرا لويس^٦
^١ أستاذ بكلية الإعلام والاتصال، جامعة بولينج جرين ستيت، الولايات المتحدة الأمريكية، ^٢ أستاذ مساعد
 بجامعة جنوب ميسيسيبي، الولايات المتحدة الأمريكية، ^٣ مرشحة دكتوراه بكلية الإعلام والاتصال، جامعة
 بولينج جرين ستيت، ^٤ مرشحة دكتوراه بكلية الإعلام والاتصال، جامعة بولينج جرين ستيت وأستاذة
 مساعدة بقسم الاتصال والصحافة بجامعة شيتاغونغ، بنجلاديش، ^٥ طالبة ماجستير بجامعة بولينج جرين
 ستيت، و^٦ أستاذ مشارك بمكتبات الجامعة بجامعة بولينج جرين ستيت، الولايات المتحدة الأمريكية

المستخلص. تبحث هذه الدراسة في مشكلة تحديد الكلمة المفتاحية ونظام البحث أو قاعدة البيانات الملائمة وذلك بهدف إكساب الباحثين في مجال الاتصال الخبرة المثلى وأفضل النتائج خلال عمليات البحث في الأدبيات حول موضوع المعلومات المضللة والأخبار الزائفة. وعلى هذا الأساس تمت مقارنة خمسة أنواع رئيسية من محركات البحث الإلكترونية وتتمثل في طبقات الاكتشاف مثل Summon، وبرامج الزحف الآلية مثل Google Scholar، وقواعد بيانات المكتبة مثل EBSCO Academic Search Complete، والبحث في موقع ناشر المجلة، والمجلات المتخصصة التي تستخدم ١٤ كلمة رئيسية للبحث عن نفس الموضوع. وقد تم تقييم هذه الأنظمة بالنظر إلى معايير الدقة (الملاءمة)، والاسترجاع (الحساسية)، ومعدلات الازدواجية. وقد أظهرت النتائج احتلال كل من Summon و HKS Misinformation Review المرتبة الأعلى في تصنيفات الملاءمة. والجدير بالذكر أن Scholar Google احتل المرتبة ٦ فقط من بين ١٤ كلمة مفتاحية تم تحليلها، وكان للكلمتين المفتاحيتين "misinformation" و "fake news" تصنيف ملاءمة أقل مقارنة بالكلمات المفتاحية الأخرى مثل "infodemic" و "news propagation" والتي حصلت على أعلى تصنيفات الملاءمة. كما أظهرت الدراسة أنه بحكم عدم وجود تداخل في الإدراج باستخدام كلمات مفتاحية مختلفة من خلال أنظمة بحث مختلفة فإنه لا يوجد نظام بحث شامل ومتفوق وأنه من الضروري استخدام كلمات مفتاحية وأنظمة بحث متعددة لإجراء مراجعة شاملة للأدبيات حول الموضوع. وقد تم مناقشة الآثار المترتبة على نتائج الدراسة على إجراء البحوث في الأدبيات للباحثين في شمال الكرة الأرضية وجنوبها.

الكلمات المفتاحية: أنظمة البحث، قواعد البيانات، المعلومات المضللة، الأخبار الزائفة، البحث عن الكلمات المفتاحية، الملاءمة، الاسترجاع، استراتيجية البحث.