



جامعة د/ مولاي الطاهر - سعيدة -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الاجتماعية
شعبة الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وصحافة مكتوبة



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر *LMD*
بعنوان

التفاعلية مع الموقع الإلكتروني للمؤسسة الجامعية

دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال و موظفي جامعة الدكتور مولاي طاهر - سعيدة

إشراف:

أ/ مزدك جمال

إعداد الطالبة:

عامر فاطيمة
طاهر

أعضاء لجنة المناقشة

الأستاذ بن ديدة بغداد..... رئيسا

الأستاذ مزدك جمال طاهر..... مشرفا ومقررا

الأستاذ خليفة فتحي..... مناقشا

السنة الجامعية: (1437/1438هـ -- 2016/2017م)



جامعة د/ مولاي الطاهر - سعيدة -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية

شعبة الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وصحافة مكتوبة



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر *LMD*

بعنوان

التفاعلية مع الموقع الإلكتروني للمؤسسة الجامعية

دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال و موظفي جامعة الدكتور مولاي طاهر - سعيدة

إشراف:

أ/ مزدك جمال

إعداد الطالبة:

عامر فاطيمة

طاهر

أعضاء لجنة المناقشة

الأستاذ بن ديدة بغداد..... رئيسا

الأستاذ مزدك جمال طاهر..... مشرفا ومقررا

الأستاذ خليفة فتحي..... مناقشا

السنة الجامعية: (1437/1438 هـ -- 2016/2017 م)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ

دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمَ

سورة المجادلة الآية 11

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف
المرسلين
نشكر الله عز وجل ونحمده على توفيقه لنا في إنجاز هذا
العمل وإتمامه
يشرفنا أن نتقدم بالشكر الجزيل والعميق إلى كل من
ساعدنا في إنجاز هذا العمل
وبالشكر الخاص للأستاذ المشرف طاهر مزدك..
على وقوفه معنا والذي كان له الفضل في توجيهنا
وإرشادنا
فنقول له شكرا جزيلا أستاذ وجزاك الله علما..
ووفقك في كل مشاوير حياتك
وإلى كل من ساهم من بعيد وقريب ووفق بجانبنا
أثناء إنجاز هذا البحث فشكر جزيلا لكم

إهداء

اللهم لا سهل إلا ما جعلته سهلا وأنت تجعل الحزن إن
شئت سهلا
اللهم باسمك أحي وباسمك أموت وأشكر يا من
خلقي
فأحسنت خلقي لا إله إلا أنت
إلى التي سقيتني حليب الأخلاق .. وألبستني ثوب العز
والكرامة والحياء
وجعلت المعرفة والعلم تاج رأسي .. أمي العزيزة
أهدي هذا العمل إلى أعلى مخلوق في الوجود..
الذي غمرني بحنانه ورعايته أبي العزيز
أسئلهما الصحة والعافية
إلى كل إخوتي: أسماء، محمد، الهاشمي، إبراهيم
إلى كل صديقاتي: حنان، إيمان، خيرة، خديجة
إلى كل من ساعدني في الوصول إلى عتبة النجاح

فاطيمة

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

كلمة شكر

إهداء

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة الملاحق

الإطار المنهجي

مقدمة..... أ

1- الإشكالية..... 02

2- تساؤلات الدراسة..... 02

3- أهمية الدراسة..... 02

4- أهداف الدراسة..... 03

5- أسباب اختيار الموضوع..... 03

6- الدراسات السابقة..... 03

7- منهج الدراسة..... 05

8- مجتمع البحث وعينة الدراسة..... 06

9- أدوات جمع البيانات..... 06

10- التعاريف الإجرائية للدراسة..... 07

11- الخلفية النظرية (النظرية التفاعلية)..... 07

الإطار النظري

الفصل الأول: استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الجامعية

المبحث الأول: نبذة عن تكنولوجيا الاتصال الحديثة..... 15

المبحث الثاني: تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة..... 17

المبحث الثالث: خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة..... 18

21	المبحث الرابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة
	الفصل الثاني: المواقع الإلكترونية
26	المبحث الأول: تعريف المواقع الإلكترونية
27	المبحث الثاني: أنواع المواقع الإلكترونية
30	المبحث الثالث: مكونات المواقع الإلكترونية
32	المبحث الرابع: سمات المواقع الإلكترونية الناجحة
	الإطار التطبيقي
34	المبحث الأول: الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة
34	1- التعريف بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة
34	2- الخدمات المقدمة من قبل الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة
35	3- مركز الأنظمة وشبكة الإعلام والاتصال والتعليم المتلفز والتعليم عن بعد
35	4- المشاريع المستقبلية للموقع
35	5- أركان الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة الدكتور مولاي طاهر بسعيدة
	المبحث الثاني: بطاقة فنية حول البيانات والمعلومات الخاصة حول تفاعلية الموقع الإلكتروني للمؤسسة الجامعية
37	1- خطوات العمل الميدانية
37	2- منهج وأدوات البحث
38	3- عرض وتحليل نتائج الاستبيان
59	4- نتائج الدراسة
60	5- مقابلات مع الأساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
60	6- مقابلات مع إداريي جامعة الدكتور طاهر مولاي بسعيدة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
63	والاجتماعية
71	خاتمة
73	قائمة المصادر والمراجع
79	ملاحق
	ملخص الدراسة

خطة البحث

خطة البحث

الإطار المنهجي

مقدمة

- 1- الإشكالية
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- الدراسات السابقة
- 7- منهج الدراسة
- 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 9- أدوات جمع البيانات
- 10- التعاريف الإجرائية للدراسة
- 11- الخلفية النظرية (النظرية التفاعلية)

الإطار النظري

الفصل الأول: استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الجامعية

المبحث الأول: نبذة عن تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المبحث الثاني: تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المبحث الثالث: خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المبحث الرابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة

الفصل الثاني: المواقع الإلكترونية

المبحث الأول: تعريف المواقع الإلكترونية

المبحث الثاني: أنواع المواقع الإلكترونية

المبحث الثالث: مكونات المواقع الإلكترونية

المبحث الرابع: سمات المواقع الإلكترونية الناجحة

الإطار التطبيقي

المبحث الأول: الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

- 1- التعريف بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة
- 2- الخدمات المقدمة من قبل الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة
- 3- مركز الأنظمة وشبكة الإعلام والاتصال والتعليم المتلفز والتعليم عن بعد
- 4- المشاريع المستقبلية للموقع
- 5- أركان الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة الدكتور مولاي طاهر بسعيدة

المبحث الثاني: بطاقة فنية حول البيانات والمعلومات الخاصة حول تفاعلية الموقع

الإلكتروني للمؤسسة الجامعية

- 1- خطوات العمل الميدانية
- 2- منهج وأدوات البحث
- 3- عرض وتحليل نتائج الاستبيان
- 4- نتائج الدراسة
- 5- مقابلات مع الأساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
- 6- مقابلات مع إداريي جامعة الدكتور طاهر مولاي بسعيدة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

ملاحق

ملخص الدراسة

الإطار المنهجي

مقدمة

مقدمة:

شهدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة خلال العشرية الأخيرة تطورا مذهلا وانفجارا لا مثيل له في التاريخ، أدى إلى تحقيق نوع من الرفاهية للأفراد والمجتمعات ومن التطورات المتجددة باستمرار هي تتعلق بتكنولوجيا الاتصالات، وأهميتها من ناحية توفير خدمة الاتصال على اختلاف أنواعها إضافة لخدمة التثقيف والتعليم، وتوفير المعلومات للأفراد التواصل فيما بينهم، وذلك لتميزها بالسرعة والآنية وسهولة استعمالها، إضافة إلى تبادل المعلومات في أي مكان وفي أي وقت، وأصبحت هذه التكنولوجيا تشمل جميع الميادين وفي مختلف التخصصات العامة والخاصة.

وتعود أهمية تكنولوجيا الاتصال إلى الخصائص التي تتميزها ومن ضمنها الانتشار الواسع وسعة التحمل، سواء لعدد الأشخاص المتصلين أو المشاركين، أو لحجم المعلومات التي يتم نقلها، إضافة لسهولة الاستخدام وسرعة الأداء وتنوع الوسائل، كما أنها تلعب دورا حيويا وهاما في المؤسسات، وتعمل على إتاحة الأدوات والوسائل اللازمة لتسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها، وجعلها في متناول طالبها بسرعة وفاعلية. ومع الخاصة التي تتمتع بها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، نجد أن المؤسسات التعليمية تستخدم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في نشاطها، لأنه أمر لا بد منه بهدف النهوض بالمؤسسة، وكذلك للاتصال بالفرد والأقسام، وكذا الجمهور الداخلي والخارجي. لهذا من الضروري معرفة الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال الحديثة وخدماتها في ربط المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي.

- الإشكالية:

لقد أدى التطور التكنولوجي في مجال الاتصال الإلكتروني إلى وجود وسائل اتصال حديثة تختلف في طبيعتها عن الوسائل التقليدية ومن بينها الانترنت التي تعتبر من أهم المصادر، حيث يتم اللجوء إليها للحصول على معلومات التي يحتاجونها، وبظهور هذه التقنية، راجت بها العديد من الخدمات الاتصالية منها المواقع الإلكترونية، حيث أصبح من الضروري لكل مؤسسة أن تمتلك موقعا إلكترونيا لتعبر عن آرائها وأفكارها، والأهم من هذا كله الخدمات التي تقدمها، حيث أنها ستساهم بشكل جدي في دعم العملية الاتصالية وكافة أسباب النجاح لها نظرا لمساهمتها في التنسيق وتحقيق الأهداف المراد الوصول إليها.

تمتاز المؤسسات التعليمية بأهمية ومكانة، خاصة الجامعية منها التي تعرف بفضاءاتها المتعددة والتغييرات اليومية سواء في الجانب المعرفي أو الاتصالي بغرض تحقيق المنفعة، فإن معظم تعاملاتها تنصب في المجال الإلكتروني، كونها من أكثر المؤسسات اعتمادا للمواقع الإلكترونية خاصة لتسهيل الاتصال بين مختلف الجماهير الداخلية والخارجية، إضافة إلى سرعة وسهولة نقل المعلومة فيما بينهم في القضاء على العديد من المعوقات الاتصالية التقليدية.

ومن هذا المنطلق يمكن طرح الإشكال على النحو التالي: ما مدى تفاعل طلبة وأساتذة وإداريين لجامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة مع الموقع الإلكتروني الرسمي؟

2- تساؤلات الدراسة:

- ما مدى اهتمام الطلبة بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟
- ما هي الخدمات التفاعلية للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟
- هل يلبي الموقع الإلكتروني لجامعة سعيدة حاجيات وانشغالات زواره (من خلال العينة المدروسة)؟

3- أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذا الموضوع محل الدراسة أنه ضمن تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي أصبحت أساس أي عمل، ومنه العمل الجامعي والذي أصبح بدوره يعتمد عليها في تسيير العمل لإداري، وتنظيم العلاقة مع جمهور الطلبة والأساتذة، ومن هنا سلطنا الضوء

على التفاعلية الخاصة بالطلاب مع الموقع الإلكتروني للجامعة، وأهم الأهداف التي تتحقق لكل من الإدارة والطلبة والأساتذة من خلال استخدامهم للموقع.

4- أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً، تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين لمحاولة إشباع الفضول المعرفي، وإزالة بعض الغموض التي تحيط بالموضوع، وعليه يمكننا تلخيص الأهداف على النحو التالي:

- معرفة مدى فاعلية هذا النوع من الاتصال ونجاعته.
- معرفة مدى تفاعلية الطلبة وموظفي الجامعة مع الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة.

- معرفة أهمية استخدام الموقع الإلكتروني لدى الطالب الجامعي.

5- أسباب اختيار الموضوع:

أ- عوامل موضوعية:

- معرفة مدى استفادة الطالب الجامعي في الجزائر من التكنولوجيات الاتصالية الحديثة، والخدمات التي أتاحتها شبكة الإنترنت.
- محاولة الكشف عن عملية التفاعل الذي يحدث بين الطلبة وموظفي الجامعة والموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة.
- حداثة الموقع وعدم تداوله في الدراسات.

ب- عوامل ذاتية:

- الاهتمام والميل الشخصي لموضوع تكنولوجيات الاتصال الحديثة.
- إشباع الفضول العلمي من خلال قياس أبعاد التفاعلية في الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة.

6- الدراسات السابقة:

أ- الدراسة الأولى: فطوم لطرش، دراسة بعنوان: "استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة والإشباع المحققة منه سنة 2015-2016"، بكلية العلوم الاجتماعية و الانسانية".

وعلى ما ذكر صاغت الباحثة إشكالياتها في التساؤل التالي: ما هي استخدامات الطلبة للموقع الإلكتروني لجامعة محمد خيضر بسكرة والإشباعات المحققة منه؟

وقد تفرعت عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية:

- ما هي أنماط استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة؟
- ما هي دوافع هذا الاستخدام؟
- ما هي الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام؟

ب- نتائج الدراسة: لقد تم التوصل من خلال هذه الدراسة المتمثلة في استخدامات

طلبة جامعة بسكرة للموقع الإلكتروني على مجموعة من النتائج:

- المحور الأول: أنماط استخدام الطلبة للموقع الرسمي لجامعة بسكرة
 - يستخدم أغلبية الطلبة الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة منذ حوالي سنة.
 - إن الطلبة يستخدمون الموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة للحصول على مختلف المعلومات.

▪ يستخدم طلبة جامعة بسكرة الموقع الإلكتروني حسب الحاجة.

- المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة.

- أقر معظم الطلبة بإعجابهم للموقع الرسمي لجامعة بسكرة.
- أرجع الطلبة سبب إعجابهم بالموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة للحصول على مختلف المعلومات من خلاله.

▪ لا يستخدم الطلبة الموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة للدخول إلى فروع أخرى خاصة به.

ج- التعلق على الدراسة: نلاحظ من خلال الدراسات السابقة أنها محدودة العدد، حيث

لم تحظى المجتمعات العربية بدراسات معمقة حول الظاهرة الجديدة على الرغم من أهميتها الكبيرة، وقد استفادت من هذه الدراسات خاصة مذكرة فطوم لطرش (استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة والإشباعات المحققة منه)، حيث أن دراستي كانت لها أوجه تشابه مع هذه الدراسة نظرا لاعتمادها على المنهج المسحي، لتتوصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج مثل: يستخدم طلبة جامعة بسكرة الموقع الإلكتروني للحصول على معلومات، والغرض من استخدام طلبة جامعة سعيدة للموقع الإلكتروني

على كل ما هو جديد في الجامعة، إلا أن الدراسة السابقة كانت تتشابه مع هذه الدراسة في نفس المنهج المتبع، والأدوات المستخدمة والمتمثلة في استمارة استبيان، إلا أنه في دراستي تم الاعتماد على المقابلة كأداة ثانية في البحث العلمي، كما كانت منجزة في الوسط الجامعي والعينة المختارة كانت من الطلبة والأساتذة والإداريين.

7- منهج الدراسة:

يُعرّف المنهج لغة بأنه: "مصدر بمعنى، طريق مسلك، وهي مشتقة من الفعل نهج بمعنى طرق أو سلك، أو اتبع، والنهج، والمنهج، والمنهاج تعني الطريق الواضح"⁽¹⁾. وقد عرّفه موريس أنجريس بأنه: "مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتيجة"⁽²⁾.

أما اصطلاحاً في مكن تعريفه بأنه: "الطريق أو الأسلوب الذي يسلكه الباحث العلمي في تقصيه للحقائق العلمية في أي فرع من فروع المعرفة، وفي أي ميدان من ميادين العلوم النظرية والعلمية"⁽³⁾.

وتندرج هذه الدراسة ضمن المنهج الوصفي التحليلي واستخدمنا الأسلوب المسح الملائم لهذه الدراسة.

- أسلوب المسح (الدراسات المسحية): يتمثل هذا الأسلوب في جمع بيانات ومعلومات عن متغيرات قليلة لعدد كبير من الأفراد، ويطبق أسلوب المسح عادة على نطاق جغرافي كبير أو صغير، وقد يكون مسحا شاملا أو بطريق العينة، وفي أغلب الأحيان تستخدم فيه عينات كبيرة من أجل مساعدة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة، وبالتالي تمكينه من تعميم نتائجه على مجتمع الدراسة⁽¹⁾.

(1) - غازي، عناية. منهجية إعداد البحث العلمي. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2008، ص17.

(2) - موريس، أنجريس. منهجية البحث في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية. الجزائر: دار القصة للنشر، 2006، ص282.

(3) - أحمد، بن مرسل. مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال. بن عكنون الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2009، ص283.

(1) - رحي مصطفى، عليان. البحث العلمي أسسه مناهجه وأساليبه وإجراءاته. الأردن: بيت الأفكار الدولية، ص49.

8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ- مجتمع البحث: يُعرفه موريس أنجرس على أنه: "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث⁽²⁾."

ب- العينة: هي اختيار مجموعة من الأشخاص من مجموع مجتمع البحث، وهؤلاء الأشخاص يكونون العينة التي قام بها الباحث لفحصها ودراستها، والعينة المختارة من مجتمع البحث يجب أن تكون ممثلة له⁽³⁾.

- نوع العينة (العينة القصدية أو عمدية): وهي العينة التي تختار عن عمد بما يتناسب، مع تحقيق هدف بحث معين، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات عينة المبحوثين في ضوء انطباق لسمات أو خصائص معينة عليهم، وتستبعد المفردات التي لا تتوفر فيها هذه السمات⁽⁴⁾.

9- أدوات جمع البيانات:

أ- الاستبيان: كلمة مشتقة من الفعل "استبان" الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه، والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر⁽⁵⁾.

ويُعرف الاستبيان أنه: "هو تلك القائمة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة، لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات محددة تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة"⁽¹⁾.

و قد اعتمدنا في هذه الاستمارة على ثلاث محاور قسمت إلى 16 سؤالاً، كل محور يضم 4 أسئلة.

(2) - موريس أنجلس. مرجع سابق، ص 298.

(3) - محمد الحسن، إحسان. الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي. ط1. بيروت: دار الطليعة للطبع والنشر، 1982، ص 112.

(4) - راسم محمد، الجمال. مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1995، ص 133.

(5) - زياد علي، محمد الجرجاوي. القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان. ط2. فلسطين: 2010، ص 15.

(1) - أحمد حسين، الرفاعي. مناهج البحث العلمي. ط1. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 1998، ص 23.

ب- **المقابلة:** هي محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين، بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معيّن، يسعى الباحث لمعرفته، من أجل تحقيق أهداف الدراسة، وتهدف للوصول إلى البيانات إضافة إلى التعرف على مشاعر وتصرفات المبحوثين في موقف معيّن⁽²⁾.

10- تحديد مفاهيم الدراسة:

أ- **التفاعلية:** تعني قدرة مستقبل الاتصال على التعامل مع المشتركين الآخرين، وتبادل ردود الأفعال المستمر لمعلومات ومكوّنات هذه الشبكة، طبقا لما يروّنه من رد الفعل، ولهذا تتميز التفاعلية بالتشكيك بمعنى الربط الكامل بين جميع مستخدمي الشبكة في إطار الموقع الإلكتروني.

ب- **الموقع الإلكتروني:** هي تلك المواقع التي تتيح المعلومات على شبكة الإنترنت، والتي تساعد على نشر المعلومات من أجل تحقيق أهداف خاصة، سواء للطلبة أو الأساتذة.

11- الخلفية النظرية (النظرية التفاعلية):

أ- **تعريف التفاعلية:** تمّ تعريف التفاعلية من قبل الباحثين على أنها: "أحد الإمكانيات القوى الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة، ويذكر **نيوهاجين:** أنّ التفاعلية أكثر الخواص التي يشار إلي ها غالبا والمستخدم لتتميز الإنترنت عن وسائل الإعلام الأخرى. لذا فإن التفاعلية تعتبر الخاصية الوحيدة ذات الأهمية البالغة بالنسبة للإنترنت، والتفاعلية ليست مفهوما متناغما، وبعبارة أخرى فقد تكون التفاعلية بين المرسلين والمستقبلين، بين الإنسان والآلة، أو بين الرسالة وقراءتها"⁽¹⁾.

ويُعرف **نصر العياضي** التفاعلية بأنها: "مفهوم ابتكر للدلالة على شكل خاص من العلاقة بين التلفزيون والمشاهد، وتهدف إلى تحويل المشاهد السلبي إلى مُشاهد فعال

(2) - محمد، عبيدات. منهجية البحث العلمي والقواعد والمراحل والتطبيقات. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 1999، ص46.

(1) - نبيل علي ونادية حجازي. الفجوة الرقمية رؤية عربية لمجتمع المعرفة. سلسلة عالم المعرفة. عدد 318. الكويت المجلس الوطني للفنون والآداب. 2005.

ونشيط وبشكل يؤثر في البرنامج، غير أنه أصبح يدل بعد الممارسة المتكررة على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة الإعلامية⁽²⁾.

أما **العائشة العاجل** فتقول: "يقصد بالفاعلية (*Interactivity*) الأنماط الاتصالية عبر شبكة الإنترنت؛ كالتخاطب الفوري والبريد الإلكتروني، أو التعقيب المباشر على مادة الاتصال (النص)، حيث يتمكن القارئ/المتصفح من التعليق على ما يتصفحه ويحاور القارئ أو محرر المادة، كما بمقدوره مراسلة الكاتب أيضا"⁽³⁾.

ب- قياس التفاعلية: ثمة اتجاهين لقياس التفاعلية عبر الإنترنت، إحداهما تتمثل في قياس التفاعلية من خلال وضع مجموعة من الأبعاد، ثم تقييم هذه الأبعاد رقمياً وفقاً لمجموعة من المقاييس، والآخر رياضي قائم على الصرامة العلمية الجامعة المتمثلة في وضع مجموعة من المصفوفات والمعادلات الرياضية، وفيما يلي طرح لوجهتي النظر للوقوف على مزايا وعيوب كل الاتجاهين:

- الاتجاه الأول (المقاييس الرقمية): يُمثل هذا الاتجاه فريقين من الباحثين: الأول فريق بحقي ينظر إلى التفاعلية بوصفها الخصائص الوظيفية للوسيلة، وتأتي على رأسه **كاري هيتز** (Carrie Hetter)، بينما يرى الفريق الثاني أن التفاعلية مرتبطة باتجاهات الفرد نحو مواقع الويب وعلى رأسه **سالي ماكلين** (Saly Mackmlin)، واهتم أصحاب هذا الاتجاه بدراسة توافر الخيارات أمام المستخدم والمجهودات المبذولة من قبله والاستجابة له، كما يقوم **مقياس كاري** بإعطاء قيمة تتراوح بين صفر وثلاثة (0-3) لكل بُعد من الأبعاد الستة، بحيث يكون الإجمال ثماني عشر (18) قيمة، ويعني وصول الموقع إلى صفر (0) انتقاء التفاعلية، في حين يعني وصوله إلى القيمة ثلاثة (3) وصوله إلى أعلى مستوى للتفاعلية في كل بُعد من الأبعاد.

وفي سنة 1999؛ رأت **هيتز** أن التفاعلية تحتوي على أربعة (04) أبعاد من تفاعلية **كاري هيتز**، وهي تعدد الخيارات، والاستجابة للمستخدم، وسهولة إضافة المعلومات، وتسهيل الاتصال الشخصي، كما أضافت هذه الدراسة بُعداً جديداً هو عرض

(2) - صادق، العياضي. الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والترفيه. الإمارات: دار الكتاب الجامعي، 2004.

(3) - عائشة العاجل. التفاعلية في الصحافة الإماراتية منشورات دار الثقافة والإعلام يناير 2003.

الأحداث بصورة مباشرة، أما الرائدة الثانية في التفاعلية فهي **سالي ماكملين** التي قامت بالاشتراك مع مجموعة من زملائها بتطوير مجموعة من الدراسات التي تناولت التفاعلية⁽¹⁾.

- الاتجاه الثاني (المنحى الرياضي في قياس التفاعلية):

يتبنى المنحى الرياضي في قياس التفاعلية كل من **فلورين همور** (Florian Hammer) و**بيتر راخل** (Peter Reichl)، وهما تابعان لمعهد الاتصالات الصوتية بألمانيا، وقد قاما بأبحاث مشتركة لتطوير مقياس التفاعلية؛ يعتمد على المطابقة في موصفاته مع المقاييس الحرارية المستخدمة في علم الفيزياء، وذلك من خلال عمل مجموعة من المواصفات والمعادلات الرياضية بالتطبيق على المحادثات التفاعلية، وقد بدأت أبحاثهم في سنة 2004، ونظرا لغرابة استخدام هذا النمط من المعادلات الرياضية والمواصفات، استعان هذان الباحثان في بداية الأمر **بالمدخل البديهي (Axiomatic Approach)** في محاولة لجعل الموضوع منطقي بالنسبة للقراء عن طريق استهلال الدراسة بنموذج المحادثة القائمة على طرفين، من خلال تقديم أربع (04) مواصفات هي: صمت أو تفاعل المحادث الأول، وكذا صمت أو تفاعل المحادث الثاني، وانتهت الدراسة بمجموعة من المعادلات الرياضية المعقدة لوصف التفاعل بين الطرفين، ثم جاءت الدراسة الثانية كدراسة حالة للتفاعلية المصطنعة الموجودة في المسلسلات، المعرفة **بخصائص الوسائط المتعددة**، في محاولة لتطبيق هذا المقياس على الإنترنت، وعلى الرغم من استنهاد هذه الدراسات بالعديد من أصحاب المنحى الأول **رافلي وسالي وماكملين** وهو **فمان وينج ويستر**، إلا أنّ منهجيتهم ونتائج أبحاثهم جاءت غامضة ويشوبها نوع من التعقيد والصرامة العلمية، ومن ثمة فإن طرحها لهذا النوع من الدراسات لا يتعدى جانب الرصد العلمي المحايد للاتجاهات المستخدمة في قياس التفاعلية⁽¹⁾.

(1) - شفيق، حسين. الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية. رحمة برس للطباعة والنشر: 2007، ص28.

(1) - شفيق حسين. مرجع سابق، ص30.

ج- أبعاد التفاعلية:

- البعد الاجتماعي للتفاعلية:

يهتم هذا البعد بدراسة عملية التفاعل الاجتماعي والمتمثلة في الطرائق التي يتفاعل وفقها الأفراد مع بعضهم البعض، وما يتخلل الحياة اليومية من تفاعلات وتبادلات وذلك لفهم المجتمع ككل، وبالفعل فإن الذي يتأمل الحياة اليومية يلاحظ أنّ كل ما يحدث فيها هو تفاعل وتبادل على نحو ما والتأثير المتبادل بين الطرفين (عاقلين أو غير عاقلين) هو جوهر التفاعلية.

ويُعتبر التفاعل مفهوماً محورياً في أعمال رواد مدرسة التفاعل الاجتماعي، فحسب هذه الأعمال يتواصل الناس عن طريق تأويل الرموز التي تصدر عن الناس الآخرين، إذ يرى ميد (Mead) مؤسس مدرسة التفاعلات الرمزية أنّ الفعل الاجتماعي، يتمحور في التفاعل الاجتماعي الذي يتوقف على مقدرة أفراد المجتمع على الرموز في هذا التفاعل، والانتقال إلى الفعل بناءً على ذلك⁽²⁾.

إذن نفهم من فكرة هذا الأخير أنّ أساس فعل الأفراد هي رموز اللغة اللفظية وغير اللفظية المتبادلة فيما بينهم، يشير الأستاذ عبد الرحمان عزي إلى أنّ بلومر (Blumer, 1969) يحدد ثلاثة (03) افتراضات للتفاعل الرمزي:

- أنّ تعبير التفاعلات الرمزية يتعلق بالطابع الخاص والمتميز للتفاعل، كما يتخذ مساره بين البشر.
- يتمثل هذا التمايز في كون الأفراد يؤولون أو يُعرفون أفعال بعضهم البعض بدل الاستجابة التلقائية.
- هذه الاستجابات التي توجه إلى أفعال بعضهم البعض ولكن بدلاً من ذلك، فهي تقوم على المعنى الذي يضيفه هؤلاء على الفعل، كما يؤكد الكاتب على أنّ تبادل الدور مهم في التفاعل الرمزي⁽¹⁾.

(2) - عبد الرحمن، عزي. الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية والاتصالية. بعض الأبحاث الحضارية دار الأمة، 1995، ص22.

(1) - عبد الرحمن عزي. مرجع سابق، ص23.

البعد الإدراكي للتفاعلية:

- لقد دفع تطور الاتصال بواسطة الحاسوب بالباحثين لدراسة كيفية تأثير الوسائط المتعددة على مختلف الاتصال الإنساني، عبر الوسائط المتعددة والمتمثلة في التفاعلية الحديثة أو عبر وسائل الاتصال الجماهيري، والذي يُطلق عليه التفاعلية التقليدية، حيث ركز بعض الباحثين على طبيعة شخصية المستخدم وقدراته الإدراكية، واعتبروا أن الإدراك هو المؤشر المهم لفهم الإدراك التفاعلي الكلي⁽²⁾.

إذن يؤكد أصحاب البعد الإدراكي للتفاعلية على أنها خاصية من خصائص شخصية الفرد وتكمن في الإدراك، كما يتفرع هذا البعد إلى أبعاد فرعية أخرى، مثل درجة التحكم في الوسيط الاتصالي، والتخصيص المدرك والذي يشير إلى كيفية جعل المحتوى الذي يتعرض له أفراد الجمهور يلبي بعض حاجاتهم. ومن بين الدراسات التي طبقت هذا المجال دراسة **نيوهاجن** (Newhagen, 1995)؛ والتي تناولت التفاعلية من زاوية إدراك المتلقي لتفاعلية البريد الإلكتروني الصادر عن مشاهدي محطة (NBC) الأمريكية، وتوصلت من خلال فحص هذا الأخير أنه كان يحمل إحساسا بعمق العلاقة بين المشاهد والقائم بالاتصال، وهذا ما حدد درجة التفاعلية في الاتصال والتي كانت قوية⁽³⁾.

- البعد النفسي الاجتماعي:

يقوم البعد النفسي الاجتماعي للتفاعلية على النموذج الاجتماعي التماثلي، الذي يربط الاتصال بواسطة الحاسوب بذلك الذي يحدث في التلفزيون، إذ يتفاعل المستخدمون ضمنا مع آخرين افتراضيين عن طريق الحاسوب، وحجتهم تكمن في أهمية الأفراد يتصوّرون ذهنيا كائنا إنسانيا داخل الحاسوب.

(2) - خالد، زعموم. التفاعلية في الإذاعة أشكالها وسائلها. اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس: 2007، ص36.

(3) - درويش شريف، اللبان. الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص37.

كما يستعمل هذا المقترح مفهوم كثافة الشبكة الاجتماعية، بمعنى أن تواجد الفرد بعيدا نسبيا عن الجماعة التي يعيش بداخلها يقلل من تبنيه لوسائل الاتصال الجديدة. إذن، يتوقف تقييم الفرد لأي وسيط اتصالي على تأثيره بخصائص شبكته الاجتماعية، بالإضافة إلى الحالة الوجدانية الداخلية للمستخدم والتي تعتبر متغيّرا هاما في حصول التفاعلية، وفي هذا البعد النفسي الاجتماعي للتفاعلية حاول بعض الباحثين المتخصصين إسقاط مفاهيم على بحوث الوسائط المتعددة والتفاعلية⁽¹⁾.

- البعد التكنولوجي:

إن التفاعلية من منظور البعد التكنولوجي تروّج لها الصناعة وإعلاناتها حول التكنولوجيات الجديدة، ويركز هذا البعد على الخصائص الجوهرية في الوسائط التكنولوجية وليس على الرسالة أو المستخدم، أو حتى العملية الاتصالية التفاعلية، فالتفاعلية هنا تشير إلى المستوى العالي نسبيا للوسائط الإلكترونية والإمكانات الملائمة التي تسمح لها بالتبادلات المتعددة والاتجاهات، وتحدد التفاعلية حسب ما إذا كان الوسيط الإلكتروني⁽²⁾:

- يجعل الاتصال متعدد الاتجاهات.
- يسمح للمشاركين بالتحكم في الفعل الاتصالي.
- يدعم تبادل الأدوار بين المشاركين في العمليات الاتصالية والتواصل بين المرسل والمتلقي في الوقت نفسه.

من هذه الزاوية ينظر (Steuer) إلى التفاعلية على أنها: "مدى قدرة المستعملين على المشاركة في تعديل الشكل والمحتوى لبيئة وساطية في الزمن الحقيقي"⁽³⁾.

د- مستويات التفاعلية:

- التفاعل بين المستخدم والمحرر وأبرز الأمثلة التطبيقية على هذا المستوى هو البريد الإلكتروني.

(1) - عائشة العاجل. التفاعلية في الصحافة الإماراتية. منشورات دائرة الثقافة والإعلام. يناير 2003. ص24.

(2) - مهنا فريال. علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية. دار الفكر المعاصر، 2002، ص416.

(3) - المرجع نفسه، ص417.

- التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين مثل استخدام جماعات المناقشة والنشرية الإلكترونية.
 - أن يصبح المستخدم نفسه مصدرا وذلك حين تتاح له الإمكانيات للتعليق على المادة ونشر رأيه، وأيا كانت الإضافة التي يريد عرضها على الآخرين.
 - التفاعل بين المستخدم والمادة نفسها من خلال تحكمه في محاور وأشكال المعلومات التي يتعرض لها.
- لقد أصبح الحكم على مدى نجاح موقع على الإنترنت أو عدمه يتعلق أو يرتبط بما قدمه من خدمات تفاعلية بين مستخدمي الموقع⁽¹⁾.

(1) - العربي محمد عثمان. الإنترنت الاستخدامات والانتشار، بحث مقدم في مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي، الواقع والطموح، جامعة السلطان قابوس، 2002.

الإطار النظري

الفصل الأول

استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الجامعية

المبحث الأول: نبذة عن تكنولوجيا الاتصال الحديثة

منذ أن خلق الله الإنسان وفطره أن يألف ويؤلف، كان لا بد له من وسائل يُعبر عنها عن أفكاره ومطالبه، فبدأ بالحديث والإشارة والرسم ومن ثم الكتابة، ولكي ينقل الإنسان خبرته للآخرين ويتم التواصل معهم فقد ابتكر حينها وسائل بدائية حسب ما أتى له، فاستخدم صوته ثم يده في الكتابة والرسم، وكانت هذه هي الثورة الأولى في مجال الاتصال سماه دنيل بيل ب **مرحلة اللغة الملفوظة (Speech)** حتى وصلت تلك الرموز والإشارات والكتابات إلى حروف هجائية منظمة، ولولا حروف الكتابة لظل العالم في أمية وهذا ما سماه دنيل بيل ب **مرحلة اللغة المكتوبة (Writhing)**، ثم جاءت ثورة أخرى للتعبير وهي الطبول والنار والحمام الزاجل ثم تطور الأمر إلى اكتشافه ورق البرد، وظل الفكر البشري يتطلع للمزيد من التطور حتى وصل به اختراع الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر تقريبا، وبفضلها انتشرت صحف في العالم. وتُعد هذه الثورة الثالثة في مجال الاتصال الإنساني⁽¹⁾.

وقد مهدت هذه الثورة لظهور ما سماه دنيل بيل ب **مرحلة الاتصال السلبي واللاسلكي (Télécommunications)**، وكانت هذه المرحلة أكثر قدرة على تلبية حاجاته ثم ظهر التلغراف كأداة اتصال عبر شبكات من الأسلاك، ففي عام 1876م استطاع **جراهام بل** أن يخترع التليفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة، وظهر الراديو والهاتف ويُعد هذا بمثابة الثورة الرابعة في مجال الاتصال ثم استخدمت تكنولوجيا أخرى وهي الكاميرا في مجال السينما بوسائلها البسيطة، وقد افتتح **إديسون** دار تسجيل الحركة في **برودواي** عام 1894م، واستطاع **الأخوان لوميير** افتتاح السينما في **باريس** عام 1895م، وأصبحت السينما أوّل وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة ثم تلاها الاتصال عبر جهاز لاسلكي فكانت الإذاعة، وأهم ما يُميّزها السرعة، ونتيجة لذلك ظهرت أول محطة للراديو سُميت **(KDKA)** عام 1920م في أمريكا ثم اختراع **أشرطة الكاسيت** المسموعة والمرئية

(1) - عبد الباسط محمد، عبد الوهاب. استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني. المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص 91، 90.

واستأثر الراديو اهتمام العام من الثلاثينيات حتى منتصف السبعينيات، فبعد الحرب العالمية الثانية شهدت التكنولوجيا التلفزيونية تحسنا في صور أكثر دقة ووضوحا ولاشك من أنّ أهم اختراعات القرن العشرين بل وكل العصور اختراع الحاسب الإلكتروني في الأربعينيات من هذا القرن، على يد العالمين فود نيومان ووليام شوكللي ثم أخيرا ما أحدثته الأقمار الصناعية من إمكانية نقل الحدث لحظة وقوعه على شاشة التلفزيون من أي مكان وإلى أي مكان في العالم، وتُعد هذه الثورة الخامسة، ولعل من أبرز مظاهر تلك الثورة الاتصالية يتمثل في انتشار الإنترنت، ومحور هذه الثورة الاتصالية والتطور الراهن في تكنولوجيا المعلومات الذي يعتمد على المزج بين كل الأدوات أو الوسائط أو الأجهزة الفنية التالية⁽¹⁾:

- الحاسبات الإلكترونية.
- شبكات الميكروويف.
- الأقمار الصناعية.
- الألياف البصرية.
- أشعة الليزر.
- التصوير المصغر الميكروفيلمي
- الجمع التصويري للحروف.

(1) - عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاعلامي و التلفزيوني. مرجع سابق، ص92.

المبحث الثاني: تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة

ليس هناك تعريف محدد لـ **تكنولوجيا الاتصال الحديثة** (*New Communication Technologie*) رغم ذبوع استخدامها، غير أنّ مدلولها أصبح ينصب على الوسائل الإلكترونية المستخدمة في الإنتاج والتسجيل الكهرومغناطيسي (الكاسيت الصوتي والفيديو)، وأسطوانات الليزر، والبث الإذاعي والتلفزيوني، والذي توجّ باستخدام الشبكات الفضائية وشبكات الميكروويف المعتمدة على الترددات العالية القدرة (*UHF*)، الشبكات الأرضية التي تستخدم الألياف الضوئية (*FO*) ذات الكفاءة العالية في عمل العديد من البرامج التلفزيونية والإذاعة والمعلومات، إضافة إلى استخدام الحاسوب وما يتصل به من تقنيات؛ على أنه كلمة حديثة في تعريف تكنولوجيا الاتصال، تحمل قدرا كبيرا من النسبية، فهي تتوقف بدرجة كبيرة على مدى تطور المجتمع وأخذة بالأساليب الحديثة في الإنتاج⁽¹⁾.

يُعرفها بروكتر و آخرون بأنها: " العلم والنشاط في تخزين واسترجاع ومعالجة وبث المعلومات باستخدام أجهزة الكمبيوتر"، وكما يُعرفها معهد تكنولوجيا المعلومات بأنها: " علم تجميع وتصنيف ومعالجة ونقل البيانات"⁽²⁾.

يُعرفها روجر كارتر في كتابه (*The Information*) على أنها: " الأنظمة والأدوات المستخدمة لتلقي وتخزين وتحليل وتوصيل المعلومات بكل أشكالها وتطبيقاتها لكل جوانب حياتنا"⁽³⁾.

(1) - هارون، منصور. تكنولوجيا الاتصال الحديثة المسائل النظرية والتطبيقية. ط2. الجزائر: دار الألفية للنشر والتوزيع، 2012، ص23.

(2) - محمود، تيمور. المعلومات وتكنولوجيا الاتصال. د.ط. القاهرة: عمان: هالا للنشر والتوزيع، 2000، ص103.

(3) - ياسين، خضر النباتي. الاتصال الدولي والعربي. عمان: دار شروق، 2006، ص20.

المبحث الثالث: خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة

1- التفاعلية:

تُطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويُطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنى أنّ هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في نفس الوقت وكذلك المستقبل، ويُطلق على القائمين بالاتصال لفظ **المشاركين** بدلا من المصادر، ومثال على ذلك: التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة⁽¹⁾.

2- اللاتزامنية (عدم الارتباط بعنصر الوقت):

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، مثلا: في نظام البريد الإلكتروني تُرسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت، دون حاجة لتواجد مستقبل الرسالة⁽²⁾.

3- التوجه نحو التصغير (قابلية التحرك أو الحركة):

تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية الذي اتسم بالسكون والثبات، ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة تلفزيون الجيب، الهاتف النقال، الحاسب النقال المزود بطابعة إلكترونية⁽¹⁾.

(1) - محمود، علم الدين. تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة. القاهرة: دار الرحاب، 2005، ص117.

(2) - عبد الباسط محمد عبد الوهاب. استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني. د.ط. د.ب، 2005، ص82.

(1) - محمد، شطاح. قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا. الجزائر: دار الهدى، 2006، ص25.

4- قابلية التحويل:

هي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة على شاشات التلفزيون تلبية لرغبات زبائنها، التي أضحت تتميز بالتنوع والتعدد، ويبرز هذا أيضا في أنظمة الدبلجة والترجمة للمواد المرئية كما هو الحال في بعض المصطلحات التلفزيونية مثل: (Euro Sport, Euro News)⁽²⁾.

5- قابلية التوصيل والتركيب:

لم تعد شركة صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض، فقد اندمجت أنظمة الاتصال، واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك: وحدات الهوائي المقعر الذي يمكن تجميعها من موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه، فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صنع شركة أستون، الديمو المحلل من صنع شركة ناكست ويف⁽³⁾.

6- اللامجاهيرية (الرسائل الإعلامية الشخصية):

ومعناه أن رسائل الاتصال قد توجه إلى مجموعة من الأفراد أي الجماهير، أو قد توجه إلى فرد بعينه، فقد سمحت الوسائل الجديدة للفرد أن يستقبل عن المجموع من حيث الرسائل التي يتابعها، ومثال ذلك: محطات البث التلفزيوني في البلدان المتقدمة التي تقدم برامج متنوعة حسب الطلب المشترك ورغباته⁽¹⁾.

7- الشبوع والانتشار:

ونعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم داخل كل طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في التلفزيون ثم الفاكسمبلي، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام

(2) - جلول خلاف. وسائل الاتصال الحديثة وتأثيراتها على العلاقات الأسرية. مذكرة ماجستير. قسم الدعوة والإعلام. جامعة الأمير عبد القادر. (2003/2002). ص 40.

(3) - محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الايديولوجيا، مرجع سابق، ص 25.

(1) - محمد شومان. عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي. مجلة عالم الفكر. الكويت. 1999. ص 161.

لكل الأطراف المعنية، وفي رأي أولفين توفلر أنّ من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا ظرفاً لتوسيع النظام الجديد للاتصال ليشمل لا يقضي من هم أقل ثراء، حيث يدعمون بطريقة مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها⁽²⁾.

8- الكونية:

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المقدمة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود الأولية جيئة وذهاباً، من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في إجراء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان من العالم⁽³⁾.

9- الاحتكارية:

إنّ صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حالياً في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، وضمن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركيب إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية، ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول أقل تقدماً، ولكن أيضاً في التأثير على طريقة إدارتها واستخدامها بل وصيانتها في أحيان كبيرة في هذه الدول، مما يعزز من إحكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية الثانية للأولى في المجال الثقافي⁽¹⁾.

(2) - محمود شطاح، مرجع سابق، ص26.

(3) - محمود، عالم الدين. تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ص179.

(1) - عبد الفتاح، عبد النبي. تكنولوجيا الاتصال والثقافة. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990، ص82.

المبحث الرابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة

1- المزايا:

وتتلخص هذه المزايا في:

أ- عملها على جلب الراحة والرفاهية للمستخدمين لما توفره من جهد ووقت ومال، وذلك عن طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بُعد والكمبيوتر، كما حدّ من استهلاك الورق خصوصا بظهور الكتاب الإلكتروني والصحيفة الإلكترونية، وتقدم التقنيات الرقمية الحديثة عشرات القنوات وتتيح فرص لبث برامج غير ترفيهية، مثل: خدمات المعلومات والبرامج التعليمية، كما أنها تزيد من المعرفة والتعليم، فبواسطتها يستطيع القائم بالاتصال توصيل خدمات التعليم والإسهام في علاج أوجه قصور التعليم التقليدي الرسمي، علاوة على أنها عالمية يمكن أن تُمثل ساحة للاحتكاك الحضاري ووسيلة لتنمية وعي إنسان هذا العصر، وساهمت التكنولوجيا في رفع مستوى جودة المنتج الإعلامي النهائي من خلال ما تتسم به من مرونة وسرعة وقدرة إنتاجية، ومن مزاياها سرعتها الفائقة في نقل واستقبال المعلومات والبيانات، فهي تتيح بمعدل ألف ضعف واحدة، ومن أهم المزايا أيضا أنها قدمت لمستخدميها أبعادا ثلاثة وهي:

- البعد الزمني: حيث أتاحت أقصا درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حد إلغاء الفرق بين زمن البث والزمن الواقعي في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية،
- البعد المكاني: حيث وفرت كما هائلا من الساحة المطلوبة لتخزين المعلومات ولنقلها، كما أنها تكاد تحدد عناصر المسافة مهما بُعدت.
- البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي: حيث أتاحت ثورة الاتصال للمتلقي درجة من التفاعل الإيجابي مع هذه التكنولوجيا؛ كالتلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج⁽¹⁾.

ب- تعمل تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالفخامة بشكل غير مسبوق، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي

(1) - عبد الباسط محمد، عبد الوهاب. استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، ص 103.

والمعرفي جاء نتاجا للتطور غير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال، الذي استفاد منه الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها، والتي غطت كل المجالات نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال⁽¹⁾.

ج- عملت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الزيادة في سرعة إعداد الرسائل الإعلامية وفي القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة، من مطبوعة إلى مرئية، ومن مرئية إلى مطبوعة، وفي القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي حاجزي الزمان والمكان⁽²⁾.

د- تقدم تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومن خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرصة المشاركة في الندوات خلال طرح تساؤلات أو مناقشة بعض الموضوعات، كما اتسعت دائرة التعليم كالتعليم عن بُعد وتقديم المحاضرات من خلال الإنترنت، وكذلك التسجيلات⁽³⁾.

2- العيوب:

أ- إن هذه التكنولوجيا أقل اجتماعية وعاطفية وحميمية، كما أنه على الرغم مما قدمته من خبرة عالية في مجال حرية التعبير فهناك العديد من المؤشرات التي تشير إلى العكس، كما أن اللاجماهيرية تؤدي إلى انقسام الجمهور العريض الواحد إلى عدد كبير من الجماعات الصغيرة ذات الاتجاهات المتباينة التي تؤدي إلى تقليص الخبرات المشتركة لمعظم أفراد المجتمع، والتكنولوجيا الحديثة من شأنها أن تنتهك خصوصياتنا وتتصلص على ما يحدث داخل منازلنا، كما أنها توسع الهوة المعرفية بين من يملكون التكنولوجيا الاتصالية الحديثة ومن يفتقرون إليها، ناهيك عن الغزو الثقافي والمعرفي وانهيار قيم وعادات الشعوب.

(1) - محمد، عبد الحميد. الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت. ط2. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2007، ص52.

(2) - محمد، شطاح. قضايا العلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، ص35.

(3) - خالد، منصر. علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة. الجزائر: جامعة باتنة، (2011/2012)، ص17.

ب- حدوث الفجوة المعرفية بين الدول المالكة لهذه التكنولوجيا والدول المستوردة لها مثلما يحدث اليوم بين الدول الأوروبية والعربية، فإن لم تسارع الدول العربية إلى المشاركة في هذه الثورة التكنولوجية الاتصالية، فإن هناك احتمال زيادة تهميشها وزيادة احتمالات حدوث العزلة الثقافية والدينية والعرقية التي تؤدي إلى صراعات محلية وإقليمية⁽¹⁾.

ج- لقد ساهمت هذه التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام والاتصال في الانحدار باللغة العربية الفصحى، لغة القرآن الكريم بحجة البساطة في فهم الرسالة، وزرعت هذه التكنولوجيا العديد من المصطلحات التي تروج في الأحاديث العامة، والكتابات المتخصصة على حد سواء مثل: عالمي التنمية، المصدر، القائم بالاتصال عوضاً عن تغييرات كانت تستخدم في هذا المجال مثل: النهضة، العمران، الخطيب والمنشد، كما ساعدت هذه التكنولوجيا على شيوع الكتابات الركيكة والتعبيرات الغامضة غير محددة المعنى مما ساهم في ضحالة الفكر⁽²⁾.

د- عملت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تكريس وإشاعة قيم الاستهلاك الغربي وفرض النموذج الثقافي الأوروبي (الأورو-أمريكي)، وترسيخ قيم الإمثالية والقضاء على التنوع الثقافي للمجتمع، وهذا ما تسعى إليه كل من الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى⁽³⁾.

هـ- تهيمن العالم على نحو من نمط المجتمعات الغربية وبالأخص المجتمع الأمريكي، وذلك من خلال نقل قيم المجتمع القومي والأمريكي ليكون المثال والقُدوة، وكذلك ترويج الإيديولوجيات الفكرية الغربية وفرضها في الواقع من خلال الضغوط الإعلامية والسياسية، وهذا ما تلعبه تكنولوجيا الاتصال الحديثة اليوم⁽⁴⁾.

و- تحوّلت ميادين الحياة إلى شيء مرئي أو مسموع للاستهلاك، ويتضمن المشهد كلا من السلع المادية المرئية والصورة المرئية المادية عن السلع، ويكون المشهد في هذه

(1) - خالد منصر. مرجع سابق، ص 286، 269.

(2) - عبد الفتاح، عبد النبي. تكنولوجيا الاتصال والثقافة، ص 275.

(3) - محمد، شطاح. قضايا العلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، ص 47.

(4) - ياسين، خضر النباتي. الاتصال الدولي والعربي، دار الشروق، ص 88.

الحالة لغة لسلعة وتقنية المرئي، وهذا المشهد في الواقع يسلب الوجود الإنساني من التجربة الحقيقية والمعنى، بل يحوّل الوجود بالمعنى إلى الوجود بالحصول ويصبح المرئي هكذا أكثر أهمية من الحقيقة المعيشة ذاتها⁽¹⁾.

(1) - عبد الرحمن، عزي. دراسات في نظرية الاتصال. ط1. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2003، ص140،

الفصل الثاني
المواقع الإلكترونية

المبحث الأول: تعريف المواقع الإلكترونية

يُعرّف الموقع الإلكتروني على أنه: "مجموعة من الصفحات المرتبطة تستضيفها حاسبة من نوع خادم يُسمى ملقم، وتحتوي معظم مواقع الويب على صفحة رئيسية كنقطة بداية تتصل الصفحة الرئيسية بصفحات أخرى باستخدام ارتباطات تشعبية". ويُعرف بأنه: "مجموعة من الصفحات والنصوص والصور والمقاطع الفيديوية المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل، يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد ومحدد، يميزه عن بقية المواقع على شبكة الإنترنت"⁽¹⁾. وعرفها (Katyal) بأنها: "موقع إلكتروني في جغرافية الفضاء ضمن الشبكة العالمية (www)، والذي يحتوي على نصوص، صور وأصوات"⁽²⁾.

(1) - مصطفى محمد. تقييم جودة المواقع الإلكترونية. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد 18. مجلد العراق. 2010، ص38.

(2) - مشيب ناصر. المواقع الإلكترونية ودورها في نشر الغلو الديني وطرق مواجهتها من وجهة نظر مختصين. مذكرة ماجستير. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض، 2011، ص19.

المبحث الأول: أنواع المواقع الإلكترونية

1- المواقع من حيث المضمون:

- أ- مواقع تجارية تسويقية: وتعرض هذه المواقع لمنتجات الشركات والمؤسسات التابعة لها للمساعدة في تسويقها، وتحتوي في الغالب على خدمة البيع على الإنترنت.
- ب- مواقع تجارية إعلانية: تكتفي هذه المواقع بالتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها الشركة، ولا تتبع إمكانية البيع والشراء عبر الإنترنت.
- ج- مواقع إخبارية: وتركز على تقديم الخدمات الإخبارية اللحظية، وربما تضيف إليها بعض التحليلات الإخبارية والتقارير.
- د- مواقع شاملة: وتضم هذه المواقع نطاقات اهتمام واسعة ومتنوعة من حيث التخصص والقوالب الفنية والمناطق الجغرافية لتهتم بمساحات جغرافية.
- هـ- مواقع إعلامية مساعدة: وتساعد هذه المواقع مؤسسات إعلامية أخرى مثل الصحف والإذاعات.

2- المواقع حسب الاحتراف:

- أ- مواقع هواة: وغالبا ما يقوم عليها شخص أو أشخاص عدة من الهواة غير المتفرعين، والذين يرغبون فقط في التعبير عن رؤيتهم، أو التعريف بأنفسهم، أو عرض إنتاجهم الفكري والأدبي.
- ب- مواقع محترفة: وتقوم هذه المواقع على مؤسسات محترفة ومتخصصة تستعين بكفاءات متخصصة ومحترفة للعمل الإعلامي والصحفي⁽¹⁾.
- ج- مواقع آخذة في الاحتراف: وغالبا ما تكون تطورا لمواقع الهواة، أو بعض المواقع الشخصية، التي يرغب أصحابها في تطوير موقعهم، فيقومون بالاستعانة ببعض الكفاءات المحترفة.

(1) - جمال عبد الناموس، القيسي. الأخبار في الصحافة الإلكترونية. ط1. الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، ص108.

3- مواقع من حيث التمويل:

أ- تمويل شخصي: وتأخذ عملية التمويل الشخصي للمواقع أشكال متعددة، منها الاستفادة من إمكانية الحصول على مساحات مجانية للمواقع الشخصية التي تقدمها بعض الشركات أو البوابات الكبرى كنوع من الدعاية، مقابل وضع الإعلان في الموقع الشخصي، وشراء مساحة على الشبكة، مع قيام صاحب الموقع بتصميمه، وبناءه، وتحديثه صورة بدائية، أو الاستعانة بأشخاص محترفين.

ب- تمويل المؤسسات: تكون غالباً شركة، أو منشأة صناعية، أو مؤسسة اقتصادية، أو اجتماعية، وتحمل المؤسسة كلفة الموقع الذي يعبر عنها بصورة أساسية.

ج- تمويل خيري: وتعتمد هذه المواقع في الأساس على التبرعات الخيرية والمساهمات التطوعية، وغالباً ما تكون لهذه المواقع أهداف إنسانية أو دعوية.

د- تمويل تجاري: وتمول هذه المواقع نفسها من حصيلة الدخول عن طريق العمليات التجارية والتسويقية التي تتم عبر شركة الإنترنت.

هـ- تمويل ذاتي: وتهتم هذه المواقع بتقديم خدمة إعلانية وفكرية لكنها تسعى إلى تمويل هذه الخدمة من خلال إعلانات، اشتراكات في خدمات الموقع، رعاية الصفحات والملفات⁽¹⁾.

4- مواقع من حيث الهيكل:

حيث تتنوع الهياكل الإدارية داخل الموقع حسب حجمها وأهدافها، ومضمونها وبأشكال متعددة، ومنها:

أ- هياكل بسيطة: يتكوّن الموقع من مجموعة من العاملين منهم صاحب الموقع أو مديره، مع عدد محدد من العاملين في المجالات التقنية.

ب- هياكل معقدة: وتظهر الهياكل الإدارية المعقدة في مواقع ذات حجم كبير والبوابات التي تحتاج في الغالب فريق كبير ومتخصص.

(1) - جمال عبد الناموس، القيسي. مرجع سابق، ص 109، 110.

5- مواقع من حيث التكوين:

أ- **المواقع البسيطة:** وتمتاز بأنها محدودة الأقسام والمواد التي تبث فيها وتباعد فترات التحديث.

ب- **المواقع الكثيفة:** وتمتاز بكثرة المواد المطلوب بثها، وكثرة التقسيمات والتصنيفات بصورة كبيرة وتقارب دورية التحديث.

6- مواقع من حيث شكل العرض:

أ- **مواقع تعتمد على الإبهار:** وتركز هذه المواقع في الغالب على استخدام الألوان، شديدة الجذب والتفاعل مع البرامج التي تعطي إمكانية كبيرة للحركة.

ب- **مواقع تعتمد على المعلومة والجذب:** تستهدف هذه المواقع في الغالب عرض المعلومات والأفكار مع البحث عن الطريقة المثلى لعرضها بصورة لافتة.

ج- **مواقع معلوماتية للمشاركين:** وتلجأ إلى هذا النوع وكالات الأنباء، ولا تحتاج إلى جذب عدد من الجمهور العام، وإنما تعتمد على جمهور المشاركين الذين يرغبون فقط في الحصول على معلومات بصورة سريعة⁽¹⁾.

7- مواقع من حيث الجمهور المستهدف:

أ- **مواقع تستهدف جمهورا متخصصا محترفا:** تستهدف هذه المواقع جمهورا، في تخصص علمي أو اجتماعي أو فكري، فيتوجه الموقع بمحتواه ومادته إلى جمهور الصحفيين أو المهندسين، أو الأطباء أو المحامين.

ب- **مواقع تستهدف جمهورا عاما متنوعا:** وتعرض هذه المواقع مادة متنوعة تستهدف عموم الجمهور الذي يزور شبكة الإنترنت، وبذلك تسعى هذه المواقع لدراسة شرائح زوار الإنترنت بنحو عام، وطبيعة المناطق الجغرافية التي تغطيها.

ج- **مواقع تستهدف جمهورا نوعيا:** وغالبا ما تتخصص هذه المواقع في مخاطبة جمهور نوعي داخل المجتمع، مثل: الشباب، النساء، أو الأطفال، وبذلك تعكف هذه المواقع على دراسة احتياجات وطبيعة الشريحة المنتقاة لتقديم المناسبة لها، وتقديمها في شكل عرض ملائم لطبيعتها⁽²⁾.

(1) - جمال عبد الناموس، القيسي. مرجع سابق، ص 112.

(2) - موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي: www.al-raeed.net/training

المبحث الثاني: مكونات المواقع الإلكترونية

لكل موقع إلكتروني عنوان يتكوّن من:

1- بروتوكول نقل النص التشعبي (*Hupert Text Transfer Protocol*):

وهي عبارة عن مجموعة المقاييس المتفق عليها المستخدمة بين الحاسبات التي تتم بها عملية الاتصال والمشاركة بالملفات.

2- اسم فريد لكل موقع أو عنوان فريد يسمى (*URL*):

وهي اختصار (*Uniform Resource*) ويعطي هذا الاسم من قبل مركز معلومات الشبكة، وكل العناوين تنتهي عادة بثلاثة (03) حروف توضح نوع نشاط الموقع مثلاً:

- المنظمات مثل اليونسيف هي منظمة دولية أعلي لها (*Org*).
- الشركات والمؤسسات والأسواق التجارية تنتهي ب (*Com*).
- الكليات، الجامعات والمعاهد مثلاً أعطيت لها (*edu.gov*).
- الجهات العسكرية أعطيت لها (*Mil*).
- الخدمات الأخرى أعطيت لها بروتوكولات أخرى وهي على النحو التالي (لتبادل الملفات) (*transfertprotocolftp://file*)
- قوفر (*sitegothor//gothor*)
- المجموعات الإخبارية (*news:newsgroup*)
- الاتصال عن بعد (*telent//telent*)
- البريد الإلكتروني (*mailto:e-mailaddress*)⁽¹⁾.

3- الوصلات (الروابط التشعبية):

الروابط التشعبية (*Link Orhyperlink*) هي عبارة عن كلمة أو صورة أو شعار أو رسم، أو جرافيكس يتم تضليلها أو تعيينها بطريقة من قبل صاحب الموقع، بوضع خط تحتها أو بنط كبير أو إظهارها بحروف سوداء عريضة أو مرقمة...الخ، وهي تتمثل ببساطة اتصال محتوى لملفين مختلفين (أو بين جزأين مختلفين في ملف واحد)،

(1) - زهير مصطفى، دولة. عماد محمد أشتيوي. القائم في الاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية. قسم لصحافة والإعلام: غزة، 2006، ص23.

وبالضغط على النص المحدد صور الغرافيسك يتم تنشيط الروابط، وقد تصل الروابط التشعبية بصفة أخرى أو بجزء من نفس الموقع أو بمواقع أخرى أو تنقله من جزء إلى آخر، داخل نفس الكمبيوتر المضيف، كما قد تنقل المستخدم إلى كمبيوتر مضيف آخر قد يكون في دولة أخرى أو في قارة أخرى، ويمكن أن تنقل المستخدم إلى تطبيقات أخرى على شبكة الإنترنت مثل: عناوين (*FTP*) للبحث عن موضوع معين على شبكة الإنترنت أو إلى أحد عناوين البريد الإلكتروني⁽¹⁾.

(1) - زهير مصطفى أشتيوي. مرجع سابق، ص 23، 24

المبحث الرابع: سمات المواقع الإلكترونية الناجحة

1- إمكانية الوصول إليه بشكل سهل:

من صفات المواقع الناجحة أن يستطيع العميل الوصول إليه في وقت يشاؤون وعلى مدار (24) ساعة في اليوم، بشكل سهل ويسير على مستوى أداء عالي، دون أي مشاكل تقنية أو تأخير في تحميل الموقع.

2- سهولة التصفح:

عندما يتجول العميل في الموقع يرغب في الانتقال من صفحة إلى أخرى، يجب أن يتم ذلك بسهولة دون تأخير في تحميل أي صفحة من الصفحات، لأن التأخير في ذلك يسبب ملل العميل، فلذلك يجب أن تكون هنالك سرعة في تحميل وسرعة في جلب الصفحات.

3- شمولية واجهة الاستخدام:

يجب أن تكون واجهة الاستخدام شاملة بمجموع قوائمها وأيقوناتها، إذ أنه بمجرد إلقاء نظرة سريعة عليها يحصل لذهنك تصوّر كلي عن الموقع، بحيث ينكشف لك إذا ما أردت القيام بعملية ما من أين تبدأ أو كيف تفعل ذلك، ووضع مخطط واضح لموقعك يساعد على تفهم الموقع.

4- جمالية وفعالية التصحيح والإخراج:

هو أن يكون الموقع منظماً وجميلاً وله رونقا خاصاً، ولا يقصد به الرسوم المتحركة أو المزعجة على الرغم من أهميتها لكن يجب أن تكون بحدود معقولة ومدروسة، بحيث لا تسبب للعميل إرباك بأن تشد ذهنه عن غرضه الأساسي.

5- التطور والتحديث:

يجب تحديث الموقع وإدخال التطويرات الملائمة عليه باستمرار مراجعة البيانات فيه والتأكد من صحتها⁽¹⁾.

(1) - محمد مصطفى حسين. تقييم جودة المواقع الإلكترونية. دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية. العدد 18. 2010.

الإطار التطبيقي

المبحث الأول: الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

1- التعريف بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة:

يمكن تعريف الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة بأنه: "عبارة عن مجموعة من المواضيع والملفات الموجودة على خادم الويب، يتم من خلالها تقديم خدمات اتصالية متنوعة تتمثل في الرزنامات ومختلف الإعلانات، وهذه المواضيع تخص مختلف الجماهير الداخلية والخارجية.

الموقع الإلكتروني هو مرسوم إداري بدأ العمل به منذ سنة 2000، يتوفر الموقع الإلكتروني لجامعة سعيدة على أكثر من (10) مواقع، (04) نيابات، (06) كليات (كلية العلوم، كلية التكنولوجيا، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية الآداب واللغات والفنون، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير).

وفي سنة 2016 احتل الموقع الإلكتروني المرتبة (10) من بين (93) مؤسسة تابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، كما يتوفر على (06) سرفاروت متطورة، مما يسمح بزيادة الحماية.

وللموقع الإلكتروني دور إيجابي يتمثل في تسهيل إيصال المعلومة سواء للطلبة أو الأساتذة أو الموظفين.

2- الخدمات المقدمة من قبل الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة:

- نشر الإعلانات الخاصة بالطلبة
- استعمال الزمن
- رزنامة الامتحانات
- شؤون الطلبة
- المكتبة لمركزية
- إعلانات خاصة بالأساتذة والموظفين⁽¹⁾.
- وضع بريد إلكتروني خاص بكل أستاذ.

(1) - الموقع الإلكتروني: www.universitésaida.dz

3- مركز الأنظمة وشبكة الإعلام والاتصال والتعليم المتلفز والتعليم عن بعد:

- يتكفل مركز الأنظمة وشبكة الإعلام والاتصال في تطوير موقع الجامعة، وذلك ب:
- استعمال كل الإمكانيات المتوفرة.
- استعمال هياكل الشبكات وإدارتها وتسييرها
- استعمال تطبيقات الإعلام الآلي وتسيير البيداغوجية وتطويرهما.
- متابعة مشاريع التعليم المتلفز والتعليم عن بعد وتنفيذهما
- الدعم التقني لتصميم وإنتاج الدروس عن طريق الإعلام الآلي.
- تكوين وتأطير المتدخلين في التعليم عن بعد ويشمل الفروع الآتية: فرع الأنظمة، فرع الشبكات، فرع التعليم المتلفز والتعليم عن بعد

4- المشاريع المستقبلية للموقع:

- توفير بريد إلكتروني لكل طالب جامعي
- توفير دروس ومحاضرات عبر الموقع
- السماح لكل طالب بالإطلاع على نتائج الامتحانات بطريقة عصرية.

5- أركان الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة الدكتور مولاي طاهر بسعيدة:

الروابط الأخرى	عروض المناقصات	البريد الإلكتروني	المكتبة المركزية مكتبة الكلية التعليم الإلكتروني	شؤون الطلبة الخدمات الجامعية (إسكان، إقامة) الحياة الجهوية الثقافية المرافقة والإشراف نظام المؤتمرات المرئية عند عن بعد	الجامعة تقديم نيابة المديرية الجامعة التكوين البحث العلمي
----------------	----------------	-------------------	--	---	--

أ- تقديم: كلمة رئيس الجامعة، رئاسة الجامعة، الهيكل التنظيمي، المصالح المشتركة، دليل الجامعة⁽¹⁾.

ب- نيابة المديرية: العلاقات الخارجية، التكوين العالي في الطورين الأول والثاني، التكوين المواصل والشهادات وكذا التكوين العالي في التدرج، التكوين العالي في

(1) - الموقع الإلكتروني: www.universitésaida.dz

الطور الثالث والتأهيل الجامعي والبحث العلمي، وكذا التكوين العالي في ما بعد التدرج، التنمية والاستشراف والتوجيه.

- التكوين، خلية ضمان النوعية، نظام (ل.م.د)، التدرج، ما بعد التدرج.

ج- **البحث العلمي**: مخابر البحث، الإنتاج العلمي، التعاون والتظاهرات العلمية، المجالات والمنشورات العلمية

د- **مكتبة الكلية**: كلية العلوم، كلية التكنولوجيا، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية الآداب واللغات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الطبيعية والحياة⁽¹⁾.

(1) - الموقع الإلكتروني: www.universitésaida.dz

المبحث الثاني: بطاقة فنية حول البيانات والمعلومات الخاصة حول تفاعلية الموقع الإلكتروني للمؤسسة الجامعية

1- خطوات العمل الميدانية:

إن عملية اختيار أدوات الدراسة التي تسمح بجمع البيانات والمعلومات حول موضوع تفاعلية الموقع الإلكتروني للمؤسسة الجامعية، والتي تحكمها طبيعة الموضوع والمناهج المستخدمة، وبعد استطلاعنا للفصول النظرية تم إجراء المراحل الخاصة للدراسة وذلك عن طريق استخدامنا لمجموعة من الأدوات التي مكنتنا من جمع المعلومات حول الموضوع، وتوضح خطوات العمل في:

- **المرحلة الأولى:** اعتمدنا في موضوعنا هذا على استطلاع رأي، حيث قمنا باختيار عينة عشوائية من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الدكتور مولاي الطاهر بولاية سعيدة كنموذج وقدمنا لهم مجموعة من الأسئلة المجهزة حول تفاعلية الموقع الإلكتروني للمؤسسة الجامعية المراد منها جمع المعلومات والبيانات حول موضوع البحث.
- **المرحلة الثانية:** من خلال هذه المرحلة قمنا بتوزيع مجموعة من الاستبيانات لعينة عشوائية من طلبة علوم الإعلام والاتصال، كما قمنا بفرز البيانات الإحصائية وذلك بتدوينها في جداول حتى تسهل علينا عملية التحليل والتقسيم.

2- منهج وأدوات البحث:

- أ- **منهج البحث:** في دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي نعتمد فيه على وصف البيانات الإحصائية وتحليل ظاهرة الدراسة عبر تحليل عناصر الاستبيان.
 - ب- **تحديد عينة البحث وخصائصها:** لقد شملت عينة بحثنا بالتحديد على: (40) فرد.
 - ج- **الأدوات الإحصائية:** اعتمدنا في هذه الدراسة على برنامجين:
 - برنامج الحزم الإحصائية (SPSS) للدراسة الإحصائية وتحليل أسئلة الاستبيان.
 - برنامج الإكسل (Excel) من أجل إنشاء البيانات.
- فيما يلي سوف نقوم بعرض الدراسة ثم أهم الخصائص المميزة للعينة اعتمادا على الجداول والرسومات البيانية بصورة أوضح وأدق.

3- عرض وتحليل نتائج الاستبيان

أ- محور البيانات الشخصية: للتعرف على توزيع مفردات الدراسة حسب الخصائص

الديموغرافية، تم حساب التكرارات والنسب المئوية وجاءت النتائج كما يلي:

- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس:

الجدول رقم (01): توزيع أفراد العينة

التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
65	26	أنثى
35	14	ذكر
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS)

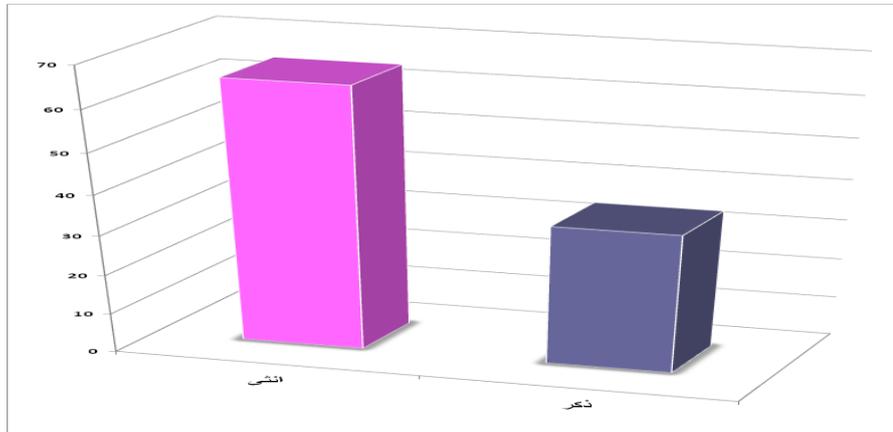
تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس يلي:

- أن العينة المدروسة منقسمة بنسب متفاوتة بين الجنسين ذكور وإناث، بحيث أن نسبة الطالبات تشكل الأغلبية وتقريبا ثلثي العينة المستهدفة بـ65%.
- في حين أن نسبة الطلاب تمثل الثلث المتبقي بما يقارب 35% من مجموع العينة المستهدفة.

وهذا راجع لكثرة أعداد الإناث على الذكور في التعليم الجامعي، وكذلك التفوق

الديمغرافي الذي عرفته فئة الإناث في المجتمع الجزائري في السنوات الأخيرة.



الشكل رقم (01): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير الجنس

- توزيع أفراد عينة الدراسة:

الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

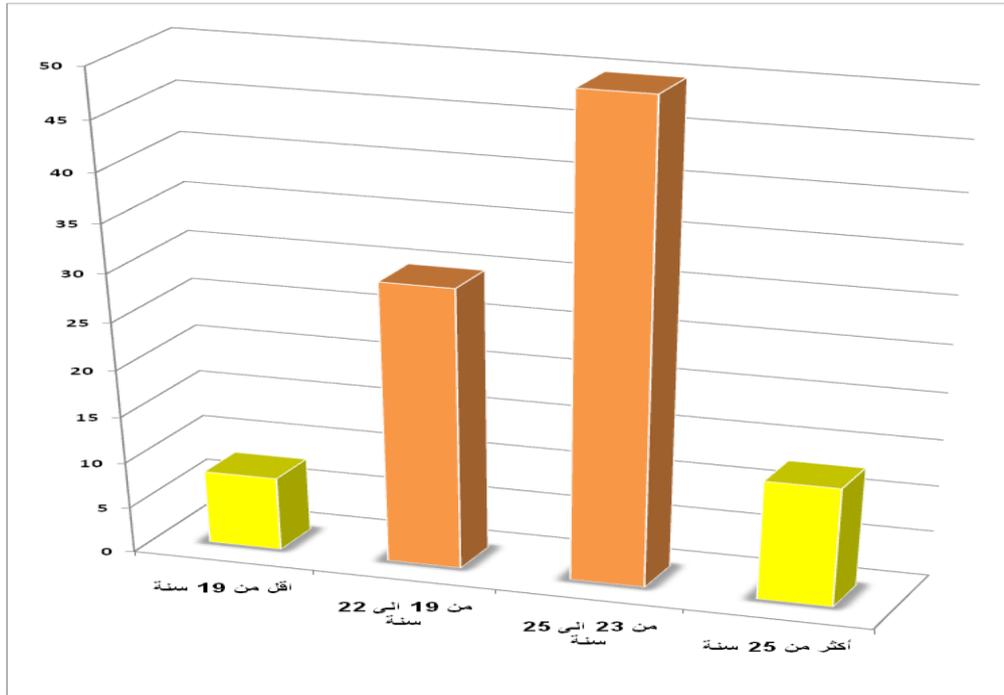
التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
08	03	أقل من 19 سنة
30	12	من 19 إلى 22 سنة
50	20	من 23 إلى 25 سنة
13	05	أكثر من 25 سنة
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير السن ما يلي:

- أن 80% من مجموع أفراد العينة المستهدفة تتركز أعمارهم بين 19 و 25 سنة وهذا طبيعي، حيث أن سن الطالب الجزائري في الوضع العادي بين المستوى الدراسي ليسانس وماستر والذي يعتبر مستوى العينة المدروسة يكون في العشرينات، حيث أن أغلبهم بـ 50% تتراوح أعمارهم بين 23 سنة إلى 25 سنة، تليها نسبة الطلبة الذين تتراوح أعمارهم بين 19 سنة إلى 22 سنة بـ 30% من مجموع أفراد العينة.
 - في حين كانت أقل نسبة تمثل الطلبة الجامعيين الذين تقل أعمارهم عن 19 سنة أو تفوق 25 سنة بـ 08% و 13% من مجموع أفراد الطلبة لكل فئة على التوالي.
- فالسن من (23 إلى 24) سنة الذي حصل على كل الأغلبية هو السن المناسب والطبيعي للطلاب الجامعي.



الشكل رقم (02): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير السن

- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير المستوى الجامعي:

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
60	24	ماستر
40	16	ليسانس
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي ما يلي:

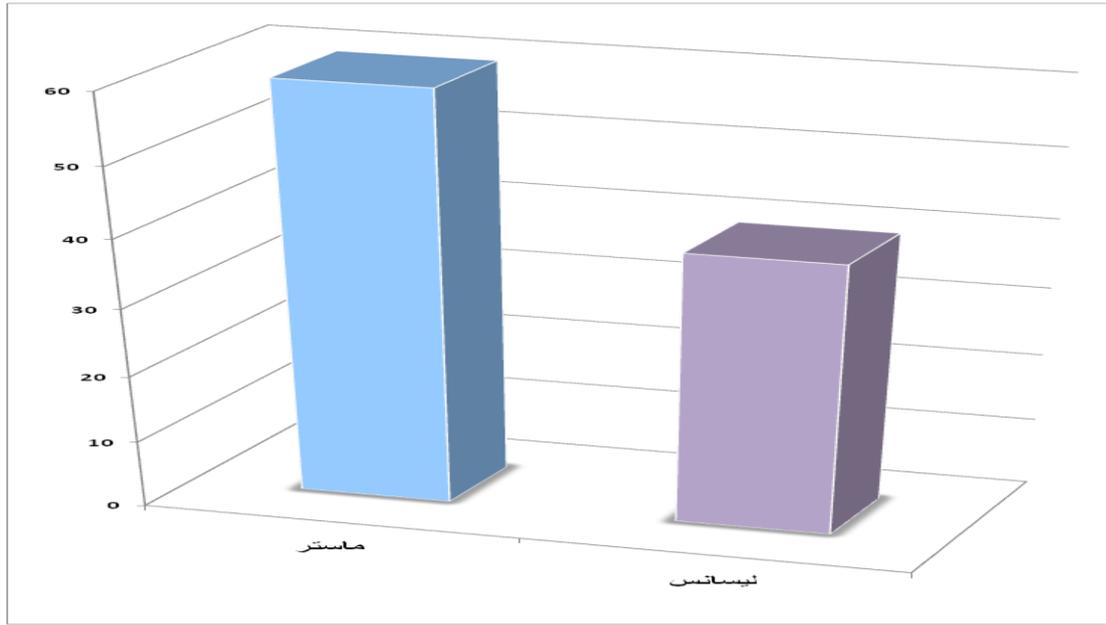
- أن أغلبية الطلبة الجامعيين من أفراد العينة المستهدفة يملكون مستوى جامعي ليسانس

وذلك بنسبة تقدر بـ 60% من مجموع أفراد العينة، يليها وتكملها النسبة المتبقية من الطلبة

الجامعيين الذين يملكون مستوى الجامعي ماستر بـ 40% من مجموع أفراد العينة.

وهذا راجع للنسبة الكبيرة للطلبة المسجلين في ليسانس أو ماستر، فمنهم من لا يتلاحق

بالتسجيل في الماستر وبحكم القدرة البيداغوجية للجامعة.



الشكل رقم (03): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير المستوى الجامعي

- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص:

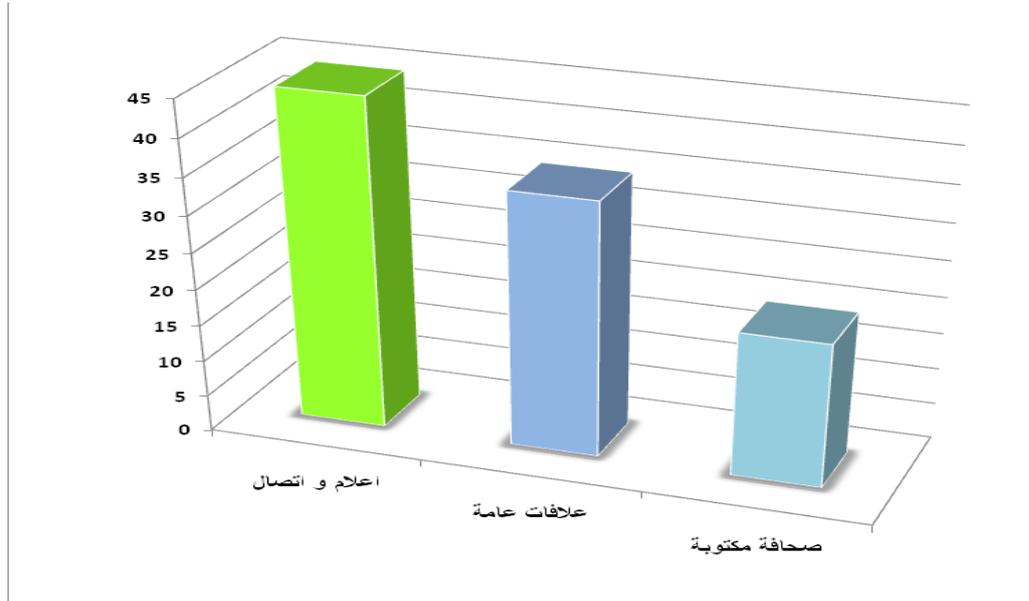
الجدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص

التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
45	18	إعلام واتصال
35	14	علاقات عامة
20	08	صحافة مكتوبة
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص ما يلي:
- أن ما يقارب كل العينة المستهدفة من الطلبة يملكون تخصص إعلام واتصال، وذلك بنسبة تقدر بـ 45% من مجموع أفراد العينة.
 - تليها نسبة معتبرة جداً تفوق ثلث العينة المستهدفة تمثل الطلبة المتخصصون في العلاقات العامة وذلك بنسبة تقدر بـ 35% من مجموع أفراد العينة.
 - في الأخير نسبة معتبرة مقدرة بـ 20% من مجموع أفراد العينة، تمثل الطلبة الذين يملكون تخصص صحافة مكتوبة، وذلك بنسبة تقدر بـ 45% من مجموع أفراد العينة.



الشكل رقم (04): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير التخصص

ب- المحور الأول: اهتمام الطلبة بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

- هل تهتم بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟

الجدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب متغير اهتمام الطلبة بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
53	21	أحيانا
33	13	نعم
15	06	لا
100	40	المجموع

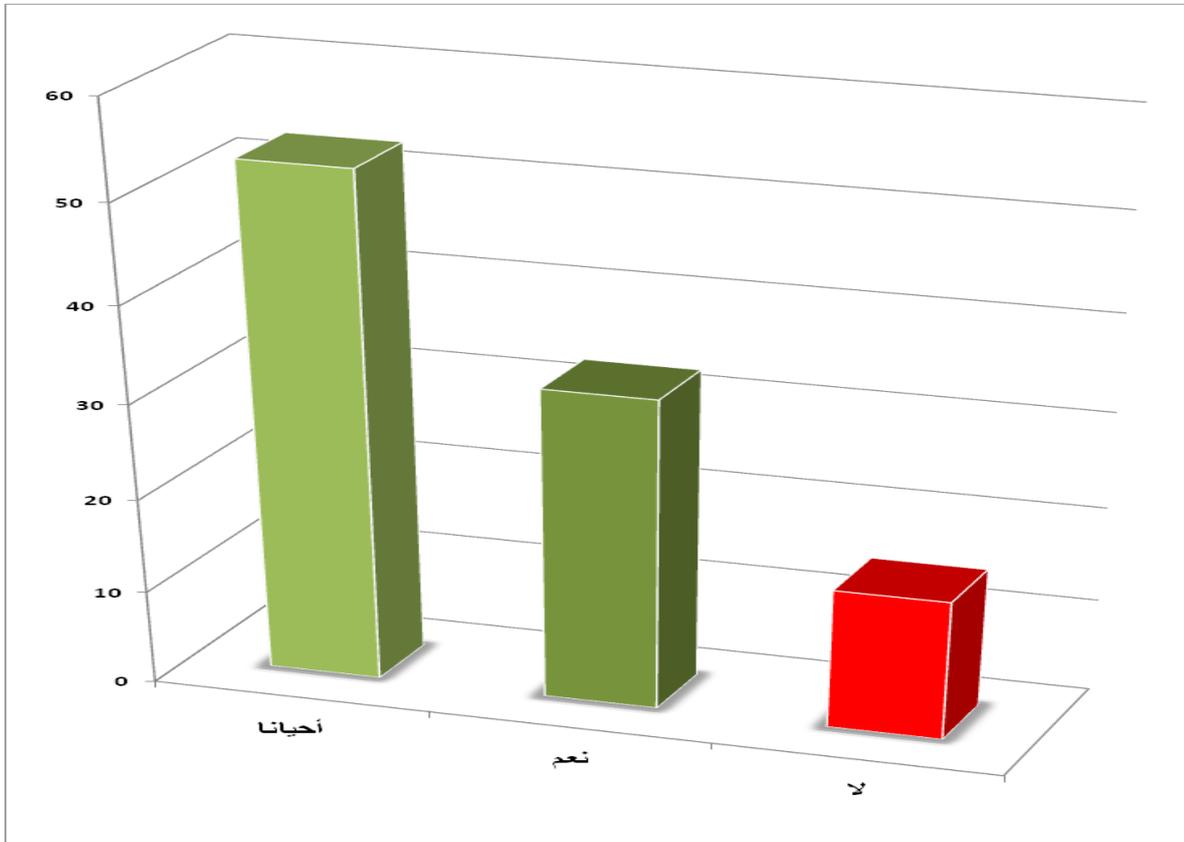
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير اهتمام الطلبة بالموقع

الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة ما يلي:

- أن الأغلبية وبما يفوق نصف العينة المستهدفة صرحوا على أنهم يهتمون في بعض الأحيان بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة، وهذا بنسبة 53% من مجموع أفراد العينة المدروسة.
- تليها نسبة معتبرة جدا تقدر بثلاث العينة المستهدفة تمثل الطلبة الذين أكدوا اهتمامهم بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة، وهذا بنسبة 33% من مجموع أفراد العينة المدروسة.
- في الأخير نسبة قليلة مقدرة بـ 15% من مجموع أفراد العينة، تمثل الطلبة الذين "نفوا تماما اهتمامهم" بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة. وهذا راجع لتسهيل التواصل مع الجامعة.



الشكل رقم (05): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير اهتمام الطلبة بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

- هل تزور الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟
الجدول رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب متغير تصفح الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
53	21	أحيانا
32	13	دائما
15	06	نادرا
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).

تحليل النتائج:

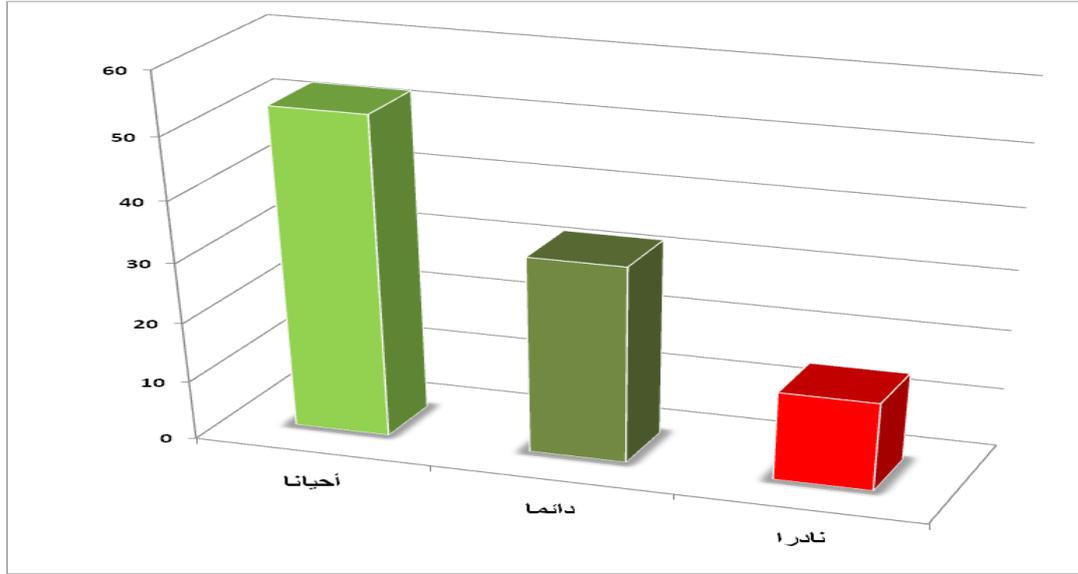
تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير تصفح الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة ما يلي:

- أن الأغلبية من الطلبة صرحوا على أنهم يتصفحون ويزورون أحيانا موقع جامعة سعيدة الإلكتروني بنسبة 53%، وهي نفس الفئة التي صرحت سابقا على أن لها اهتماما أحيانا بالموقع، إذ يبدو أن زيارة وتصفح موقع جامعة سعيدة الإلكتروني تتأثر بدرجة اهتمام الطلبة له.

- تليها نسبة معتبرة جدا تقدر بثلث العينة المستهدفة تمثل الطلبة الذين أكدوا زيارتهم وتصفحهم الدائم للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة وهذا بنسبة 32% من مجموع أفراد العينة المدروسة، وتعتبر نفس الفئة التي أكدت اهتمامها بالموقع.

- في الأخير نسبة قليلة مقدر بـ 15% من مجموع أفراد العينة تمثل الطلبة الذين نادرا ما يترددون ويزورون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة، التي تعتبر نفس الفئة التي نفت تماما اهتمامها بالموقع

وهذا يدل على اهتمام الطالب في خدمة الحصول على المعلومة.



الشكل رقم (06): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير تصفح الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

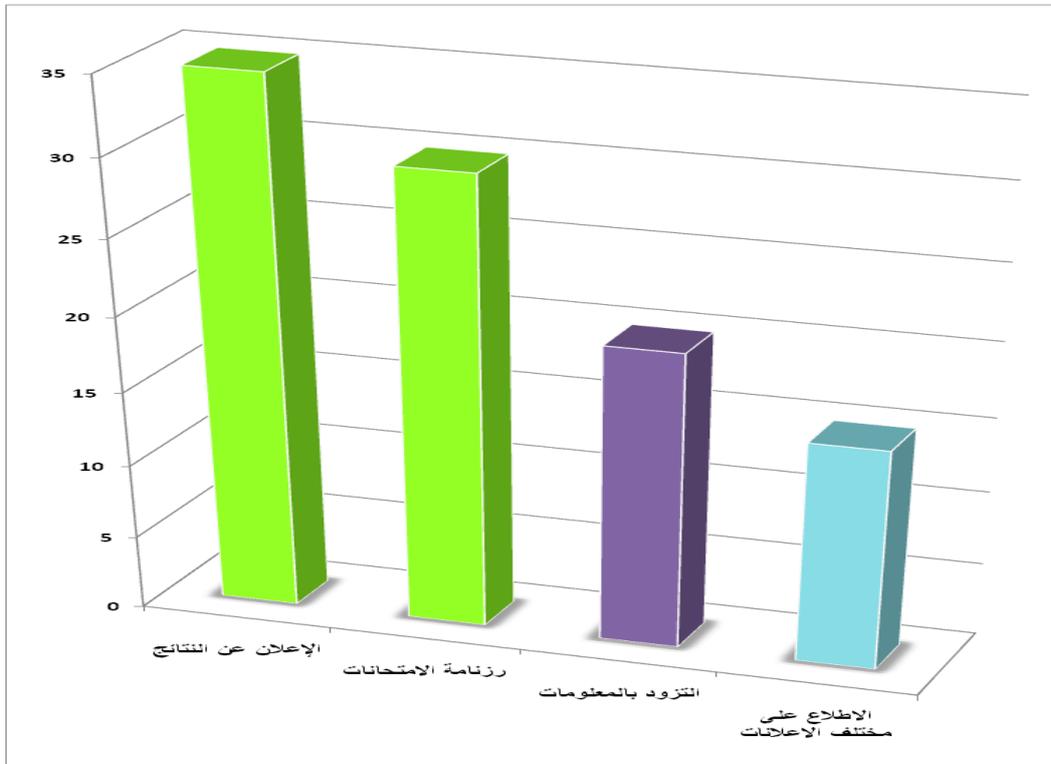
- ما هي المواضيع التي تلقى اهتمامك في الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟
الجدول رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب متغير المواضيع المفضلة لدى الطلبة في الموقع الإلكتروني لجامعة سعيدة.

التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
35	14	الإعلان عن النتائج
30	12	رزمة الامتحانات
20	08	التزود بالمعلومات
15	06	أخرى الاطلاع على مختلف الإعلانات
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).
تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير المواضيع المفضلة لدى الطلبة في الموقع الإلكتروني لجامعة سعيدة ما يلي:

- أن الأغلبية بما يقارب ثلثي أفراد العينة المدروسة أبدوا اهتمامهم الشديد بكل ما هو متعلق بالامتحانات وذلك بنسبة 65% من المجموع الكلي، منهم فئة تقدر بـ35% أبدت اهتمامها بـ الإعلان عن النتائج وفئة أخرى تقاربها بـ30% أبدت اهتمامها بـ رزنامة الامتحانات.
 - تليها نسبة معتبرة من مجموع أفراد العينة من الطلبة يقومون بتصفح الموقع الإلكتروني لجامعة سعيدة من أجل التزود بالمعلومات وذلك بـ20% من المجموع الكلي.
 - في الأخير أقل نسبة مقدرة بـ15% من مجموع أفراد العينة تمثل الطلبة الذين يقومون بتصفح الموقع الإلكتروني لجامعة سعيدة من أجل اهتمامات أخرى تمثلت خصوصا في الاطلاع على مختلف الإعلانات.
- وهذا يرجع أساسها إلى المواضيع التي يفضلها الطالب ويهتم بها.



الشكل رقم (07): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير المواضيع المفضلة لدى الطلبة في الموقع الإلكتروني لجامعة سعيدة

- ما هي المدة التي تستغرقها عند زيارتك الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟
الجدول رقم (08): توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة تصفح الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
15	06	أقل من ساعة
50	20	ساعة
35	14	أكثر من ساعة
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).

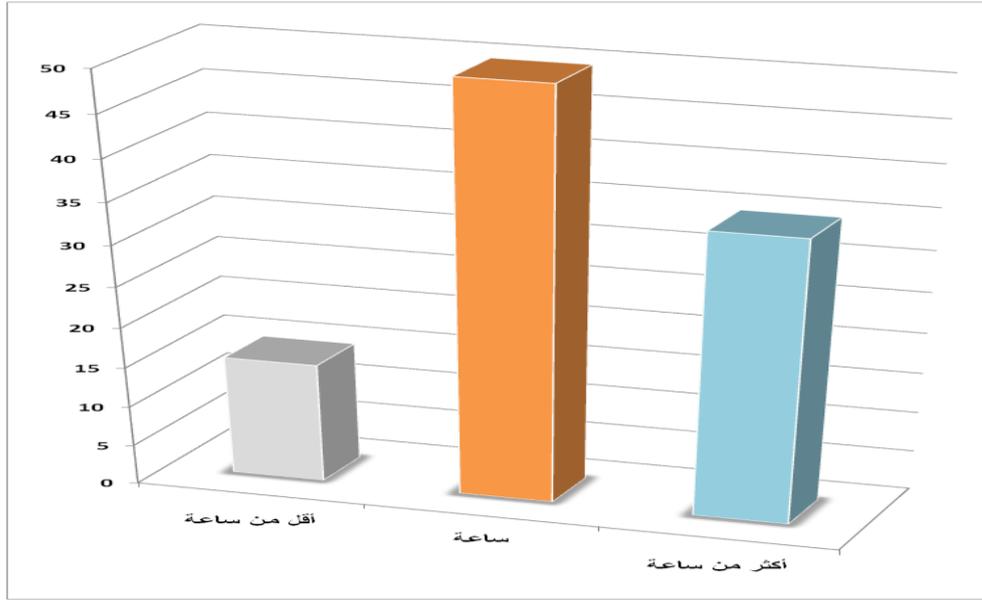
تحليل النتائج:

تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة تصفح الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة ما يلي:

- أن الأغلبية الساحقة من الطلبة المستهدفين يتصفحون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة ساعة على الأقل وهذا بنسبة 85% من مجموع أفراد العينة المستهدفة منهم الفئة الأكبر والتي تقدر بنصف العينة يتصفحون الموقع الإلكتروني ل ساعة أغلبهم ممن أبدوا سابقا اهتمامهم وزيارتهم أحيانا للموقع، وفئة أخرى تقدر بـ35% يتصفحون الموقع الإلكتروني ل أكثر من ساعة أغلبهم ممن أبدوا سابقا اهتمامهم وزيارتهم الدائمة للموقع.

- في الأخير كانت فئة قليلة تقدر بنسبة 15% تمثل الطلبة الذين يستخدمون شبكة الانترنت ل أقل من ساعة والتي تعتبر أقل مدة لتصفح الموقع، أغلبهم ممن صرحوا سابقا اهتمامهم وزيارتهم النادرة للموقع.

هذا ما يحقق للطالب الجامعي اكتفاء ذاتي فيما يخص اهتماماته وتطلعاته في الوقت المناسب دون إطالة.



الشكل رقم (08): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير مدة تصفح الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

ج- المحور الثاني: الخدمات التفاعلية للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة - ما هي الخدمات التفاعلية التي يتيحها الموقع للطلبة؟

الجدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب متغير الخدمات التفاعلية التي يتيحها الموقع للطلبة

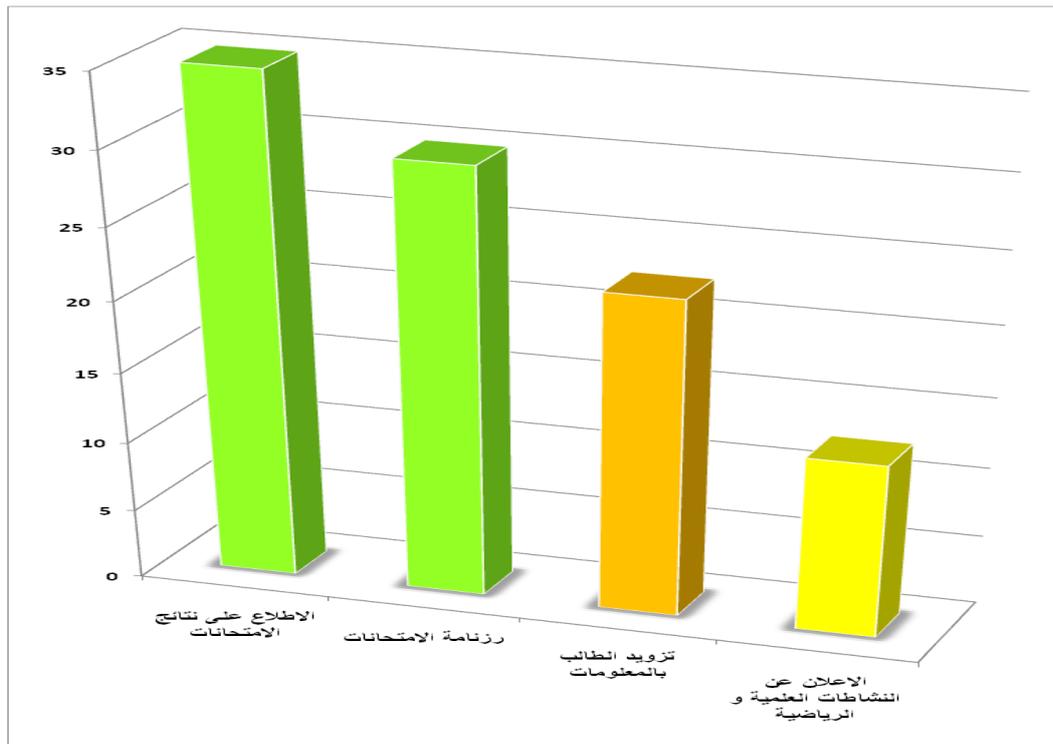
التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
35	14	الإطلاع على نتائج الامتحانات
30	12	رزمة الامتحانات
20	08	تزويد الطالب بالمعلومات
15	06	الإعلان عن النشاطات العلمية والرياضية
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الخدمات التفاعلية التي يتيحها الموقع للطلبة ما يلي:

- أن أغلب تصريحات الطلبة حول مختلف الخدمات التفاعلية التي يتيحها الموقع الإلكتروني لجامعة سعيدة كانت مقارنة ومشابهة لتصريحاتهم حول المواضيع المفضلة والتي تلقى اهتماما في نفس الموقع، فالأغلبية من أفراد العينة المدروسة أكدوا وجددوا اهتمامهم الشديد بكل ما هو متعلق بالامتحانات كأهم خدمة تفاعلية ففئة تقدر بـ35% جددت وأكدت اهتمامها بخدمة الاطلاع على نتائج الامتحانات التي يتيحها الموقع، وفئة أخرى تقدر بـ30% جددت وأكدت اهتمامها بخدمة رزنامة الامتحانات التي يتيحها نفس الموقع.
 - تليها نسبة معتبرة من مجموع أفراد العينة من الطلبة أكدت أنها تتصفح الموقع الإلكتروني لجامعة سعيدة من أجل خدمة التزود بالمعلومات التي يتيحها الموقع وذلك بـ20% من المجموع الكلي.
 - في الأخير نسبة قليلة مقدر بـ15% من مجموع أفراد العينة تمثل الطلبة الذين يهتمون بخدمة الإعلان عن النشاطات العلمية والرياضية.
- وهذا يدل على حصول نقاط متعلقة بالسداسيات والتعرف على مستوى الطالب.



الشكل رقم (09): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير الخدمات التفاعلية التي يتيحها الموقع للطلبة

- ما هي الأغراض التي تسعى لتحقيقها جراء استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟

الجدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب متغير الأغراض التي يسعى الطلبة لتحقيقها جراء استخدام الموقع الإلكتروني.

التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
65	26	الاطلاع على كل ما هو جديد في الجامعة
23	09	المحاضرات والدروس
13	05	الاطلاع على الإعلانات
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).
تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الأغراض التي يسعى الطلبة لتحقيقها جراء استخدام الموقع الإلكتروني ما يلي:

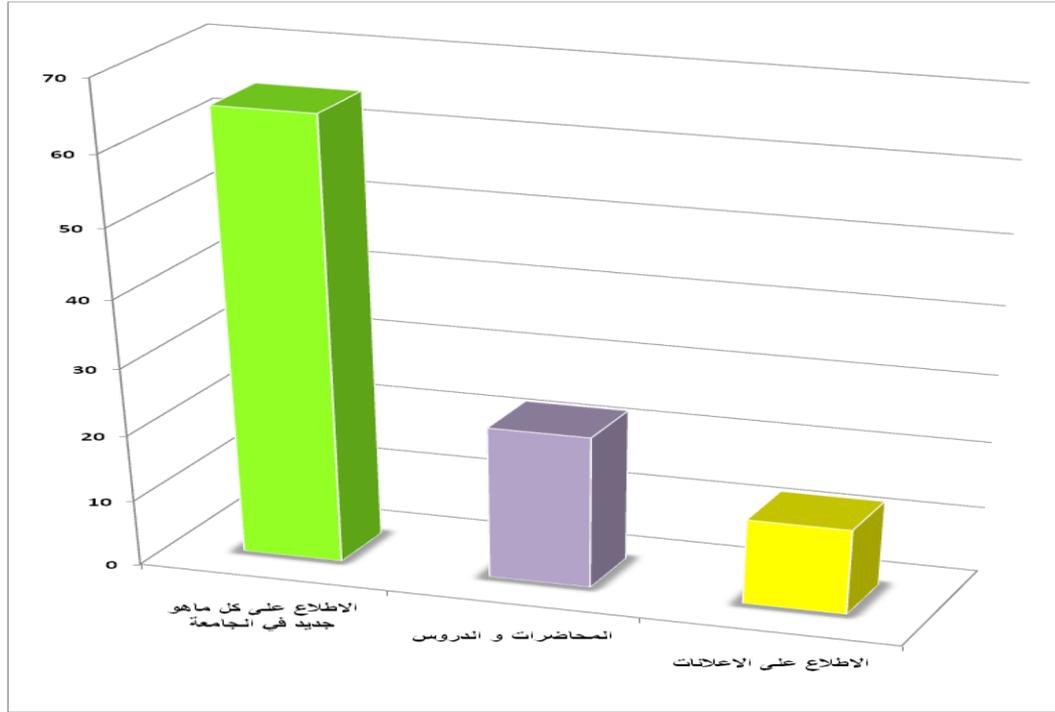
- أن الأغلبية بما يقارب ثلثي العينة من الطلبة الجامعيين أكدوا أن الاطلاع على كل ما هو جديد في الجامعة يعتبر أهم دافع و أبرز غرض يسعى الطلبة لتحقيقه جراء الاطلاع على الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة، وتعتبر نفس الأغلبية المهووسة بكل ما هو متعلق بالامتحانات، إذ يبدو أن عبارة كل ما هو جديد الذي تقصده هذه الفئة هو نفسه "الامتحانات".

- تليها نسبة معتبرة جدا تقارب ربع العينة المستهدفة تمثل الطلبة الجامعيين الذين صرحوا أن استخدامهم للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة راجع إلى الاطلاع على المحاضرات والدروس كثاني أبرز غرض يسعى الطلبة لتحقيقه وهذا بنسبة 23% من مجموع أفراد العينة، أغلب أفراد هذه الفئة أكدوا سابقا أنهم يتصفحون موقع جامعة سعيدة من أجل خدمة التزود بالمعلومات وذلك بـ 20% من المجموع الكلي.

- أخيرا نسبة قليلة تقدر بـ 13% من مجموع أفراد العينة المدروسة تمثل الطلبة الجامعيين الذين يطالعون الموقع بغرض الاطلاع على الإعلانات، أغلب أفرادها أكدوا

سابقا أنهم يتصفحون موقع جامعة سعيذة من أجل خدمة الإعلان عن النشاطات العلمية والرياضية وذلك بـ15% من المجموع الكلي.

وهذا راجع لحرص الطالب على أخبار جديدة متعلقة بالمؤسسة الجامعية وكل ما هو حديث وأني.



الشكل رقم (10): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير الأغراض التي يسعى الطلبة لتحقيقها جراء استخدام الموقع الإلكتروني

- ما هي سرعة تحديث الموقع الإلكتروني للمعلومات؟

الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب متغير سرعة تحديث الموقع الإلكتروني

المتغير	التكرار المطلق	التكرار النسبي (%)
تحديث بشكل آني	04	10
تحديث بشكل يومي	34	86
تحديث أكثر من 24 ساعة	02	04
المجموع	40	100

للمعلومات

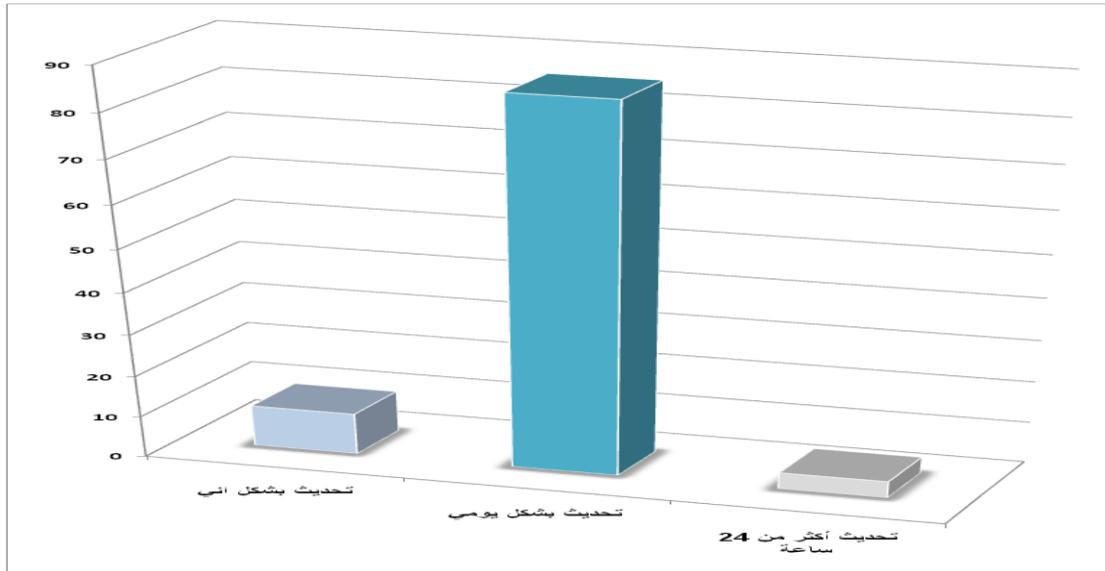
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير سرعة تحديث الموقع الإلكتروني للمعلومات ما يلي:

- أن الأغلبية الساحقة من طلبة العينة المستهدفة يعتقدون أن سرعة تحديث الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة للمعلومات تتم بشكل يومي وذلك بـ 86% من المجموع الكلي, كل أفراد هذه الفئة أكدوا سابقا أنهم يتصفحون موقع جامعة سعيدة يتصفحون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة ساعة وأكثر من ساعة، إذ يبدو أن لمعدل التردد وتصفح الموقع أثر على ملاحظة الطلبة لأي تحديث يتم على مستوى الموقع.

- تليها في الأخير نسبة قليلة تقدر 10% من مجموع أفراد العينة يعتقدون أن سرعة تحديث الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة للمعلومات تتم بشكل آني، وفئة أقل تعتقد أن سرعة تحديث الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة للمعلومات تتم تحديث بشكل يفوق 24 ساعة بـ 04% فقط من مجموع أفراد العينة المدروسة. وهذا يدل على الخدمات التي يقدمها بشكل يومي وآني وحصول أفضل على المعلومات.



الشكل رقم (11): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير سرعة تحديث الموقع الإلكتروني للمعلومات.

- ما هو تعليقك حول كل ما ينشر في أبواب الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيدة؟

الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب متغير التعليق على ما ينشر في أبواب الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيدة

التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
40	16	التقنية المستخدمة
32	13	التعليق على شكل الموقع وكيفية تقديمه للمعلومات
18	08	التعليق على الخدمات
10	03	التطوير من أداء الموقع
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).
تحليل النتائج:

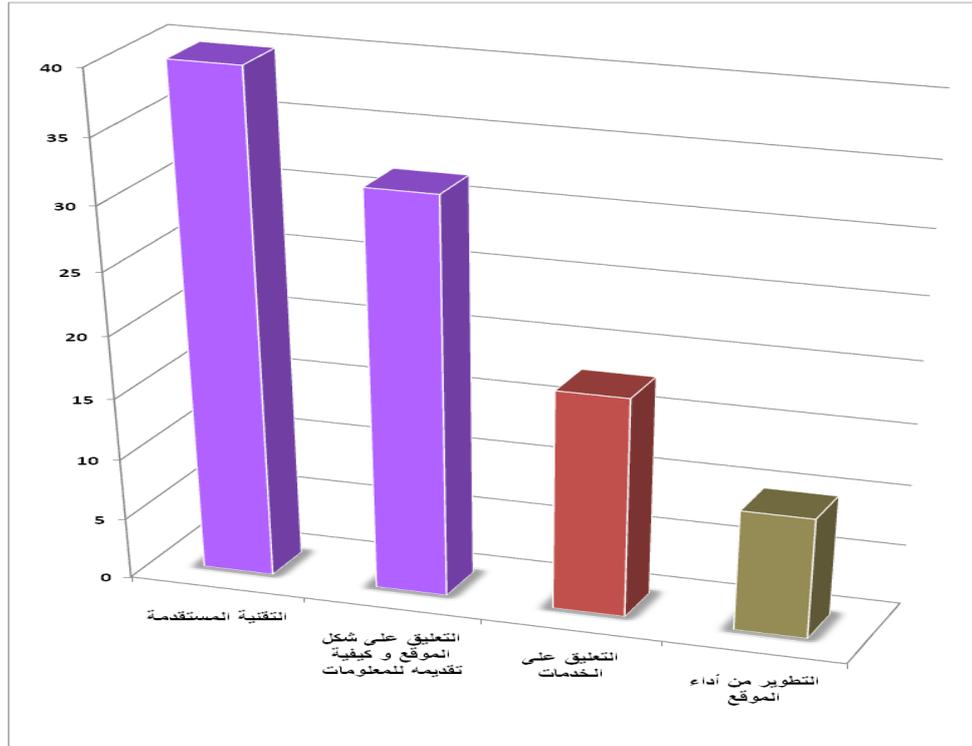
تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير التعليق على ما ينشر في أبواب الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيدة ما يلي:

- تعتبر التعليقات على التقنية المستخدمة وعلى شكل الموقع وكيفية تقديمه للمعلومات من أبرز ما علق عليه الطلبة حول ما ينشر في أبواب الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيدة وهذا بنسبة 40% و 32% من مجموع أفراد العينة المدروسة على التوالي.

- تليها نسبة معتبرة فضلوا التعليق على الخدمات التي تنشر في أبواب الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيدة وهذا بنسبة 18% من مجموع أفراد العينة من الطلبة.

- في الأخير نسبة قليلة جدا من الطلبة الجامعيين فضلوا التعليق على "التطوير من أداء الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيدة"، وهذا بنسبة 10% من مجموع أفراد العينة من الطلبة.

التقنية المستخدمة تساعد في تقديم المعلومات بشكل سلس (سهل) للطلبة.



الشكل رقم (12): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب التعليق على ما ينشر في أبواب الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيذة.

د- المحور الثالث: مدى تلبية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيذة لحاجيات وانشغالات الطلبة

- فيما تتمثل أهمية الموقع الإلكتروني في نظرك؟

الجدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب متغير أهمية الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيذة

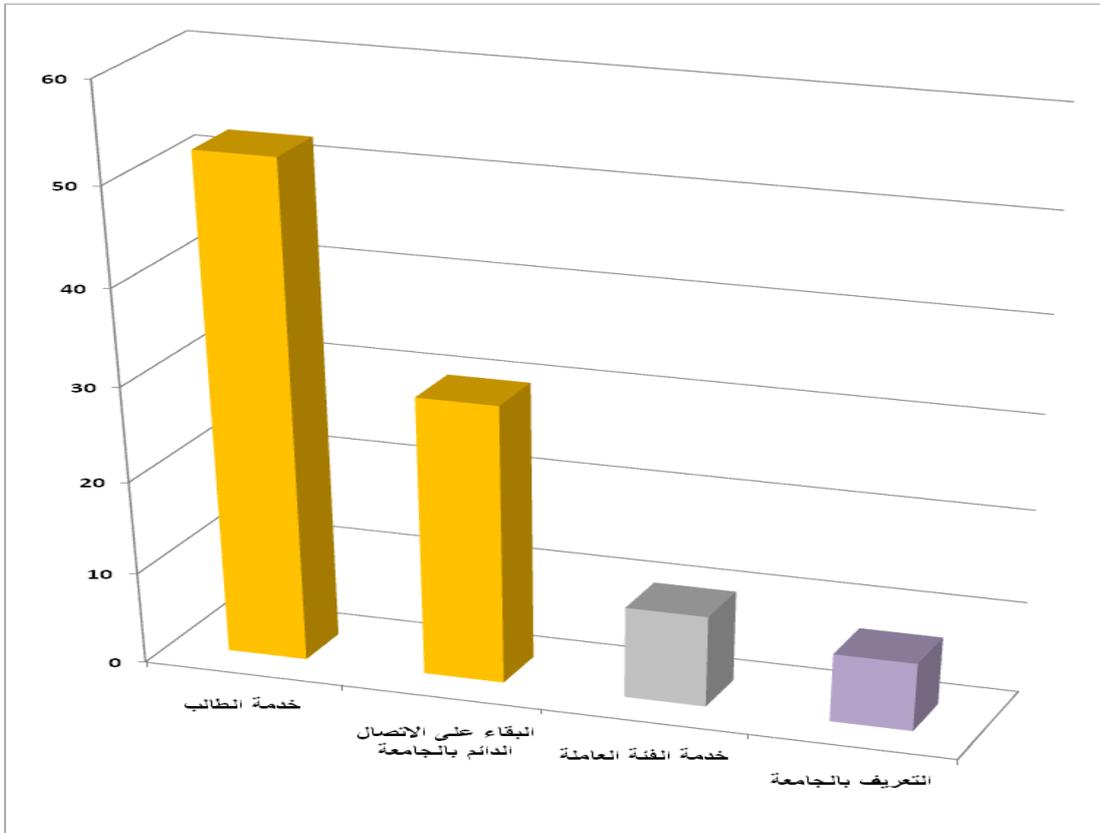
التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
53	21	خدمة الطالب
30	12	أخرى (البقاء على الاتصال الدائم بالجامعة)
10	04	خدمة الفئة العاملة
08	03	التعريف بالجامعة
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير أهمية الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيدة ما يلي:

- تتجلى أبرز أهمية للموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيدة في خدمة الطالب وأهمية أخرى تتمثل في البقاء على اتصال دائم بالجامعة وهذا بنسبة 53% و30% من مجموع أفراد العينة المدروسة على التوالي.
 - تليها في المرتبة الأخيرة نسبة قليلة تقدر بـ10% من مجموع أفراد صرحوا أن أهمية الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيدة تتمثل في خدمة الفئة العاملة كأهمية ثانوية، وفئة أقل تعتبر أن أهمية الموقع تتمثل في التعريف بالجامعة كأهمية ثانوية أيضا وذلك بـ08% من مجموع أفراد العينة المدروسة.
- ويرجع هذا أساسا حول الهدف المسطر نحو الموقع في حد ذاته.



الشكل رقم (13): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير أهمية الموقع الرسمي

الإلكتروني لجامعة سعيدة

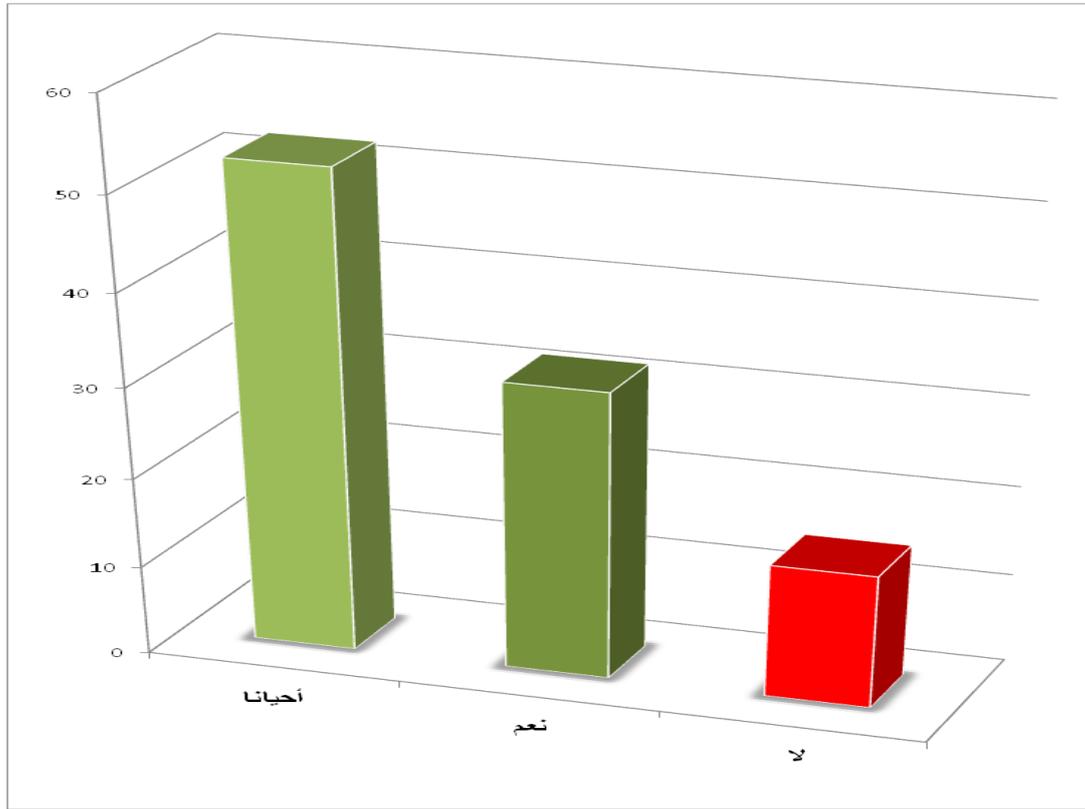
- هل يلبي لك الموقع الإلكتروني حاجياتك وانشغالاتك, إذا كانت الإجابة بـ(لا) لماذا؟
الجدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب متغير تلبية الموقع الرسمي الإلكتروني
لجامعة سعيدة لحاجات الطلبة

التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
53	21	أحيانا
32	13	نعم
15	06	لا بسبب: عدم تحديث المعلومات الجديدة والمعلقة خاصة بالامتحانات
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير تلبية الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيدة لحاجات الطلبة ما يلي:
- أن أغلبية أفراد العينة المدروسة صرحوا على أن الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة سعيدة يلبي أحيانا احتياجات الطلبة وذلك بنسبة 53% كل أفراد هذه الفئة صرحوا سابقا على أن لهم اهتماما وأنهم يتصفحون الموقع أحيانا، إذ يبدو أن تلبية الموقع لحاجات الطلبة يتأثر أيضا بدرجة اهتمام الطلبة له وبمعدل تصفحه.
 - تليها نسبة معتبرة جدا تقدر بثلاث العينة المستهدفة تمثل الطلبة الذين أكدوا تلبية الموقع لحاجاتهم وهذا بنسبة 32% من مجموع أفراد العينة المدروسة، وتعتبر نفس الفئة التي أكدت اهتمامها وتصفحها الدائم للموقع.
 - في الأخير نسبة قليلة مقدر بـ15% من مجموع أفراد العينة تمثل الطلبة الذين نفوا تلبية الموقع لحاجاتهم، وتعتبر نفس الفئة التي نادرا ما تهتم بالموقع وهذا حسبهم راجع إلى أن أهم حاجياتهم التي لا يلبيها موقع الجامعة تتمثل في عدم تحديث المعلومات الجديدة وذلك للاطلاع عليها خاصة المتعلقة منها بالامتحانات.



الشكل رقم (14): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير تلبية الموقع الرسمي

الإلكتروني لجامعة سعيدة لحاجات الطلبة

- ما هو تقييمك للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟

الجدول رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب متغير تقييم الطلبة للموقع الإلكتروني

الرسمي لجامعة سعيدة

التكرار النسبي (%)	التكرار المطلق	
80	32	كافي
15	06	غير كافي
05	02	يحتاج لتطوير
100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية (مخرجات برنامج SPSS).

تحليل النتائج:

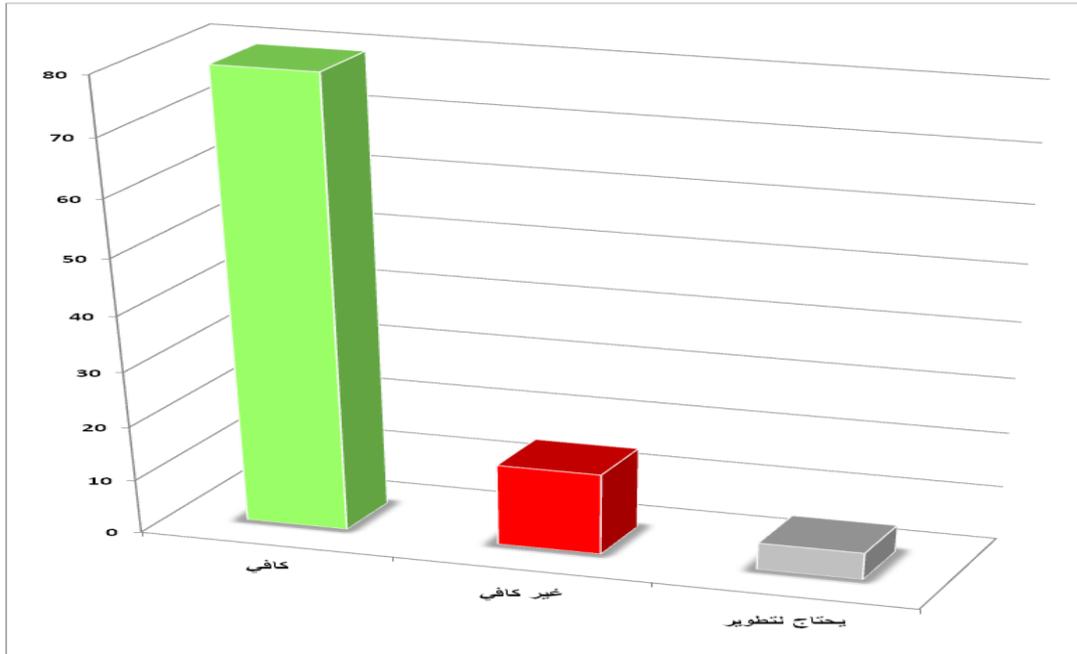
تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير تقييم الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة ما يلي:

- أن الأغلبية المطلقة من الطلبة الجامعيين عبروا عن رضاهم التام عن الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة وذلك بنسبة كبيرة جدا مقدرة بـ 80%، كلهم ضمن الفئة التي صرحت سابقا على أن لهم اهتماما وأنهم يتصفحون الموقع إما دائما إما أحيانا، فدرجة الرضا عن الموقع متعلقة بلا شك بدرجة تلبية الموقع لحاجات الطلبة.

- تليها نسبة قليلة مقدرة بـ 15% من مجموع أفراد العينة تمثل الطلبة الذين نفوا رضاهم عن الموقع وتعتبر نفس الفئة التي نفت تلبية الموقع لحاجاتهم لأسباب ذكرت سابقا.

- في الأخير نسبة ضئيلة تقدر بـ 05% تمثل فردين فقط من مجموع أفراد العينة المدروسة تمثل الطلبة الذين يعتقدون أن الموقع "يحتاج لتطوير فقط، وهما ضمن الفئة التي تتصفح الموقع أحيانا.

وهذا راجع للخدمات التي تلبية لهم حاجياتهم وانشغالاتهم.



الشكل رقم (15): التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير تقييم الطلبة للموقع

الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

4- نتائج الدراسة:

لقد تم التوصل من خلال هذه الدراسة والمتمثلة في تفاعلية الموقع الإلكتروني للمؤسسة الجامعية:

- إن أغلبية الطلبة الذين يهتمون بالموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة بنسبة (53%).
- إن أغلبية الطلبة الذين يزورون الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة بنسبة (53%).
- المواضيع التي تلقى اهتمام الطلبة في الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة تتمثل في الإعلان عن النتائج وبنسبة (35%).
- المدة التي يستغرقها الطلبة عند زيارتهم للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة ساعة.
- أدكت دراسة الخدمات التفاعلية التي يتيحها الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة للطلبة هي الإطلاع على نتائج الامتحانات بنسبة (35%).
- بينت الدراسة أنّ الأغراض التي يسعى الطلبة لتحقيقها جراء استخدامهم الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة تتمثل في الإطلاع على كل ما هو جديد بالجامعة بنسبة (65%).
- سرعة تحديث الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة للمعلومات بشكل آني.
- كانت تعليقات الطلبة حول التقنيات المستخدمة على كل ما ينشر في أبواب الموقع الرسمي للجامعة.
- تتمثل أهمية الموقع الإلكتروني من وجهة نظر الطالب في خدمة الطالب.
- أغلبية أفراد العينة كان تقييمهم للموقع على أنه كافي في تقديمه للخدمات.

5- مقابلات مع الأساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية:

أ- أساتذة قسم العلوم الإنسانية:

- رزيوي تخصص تاريخ، بتاريخ 2017/04/09 على الساعة 9:30
- بوحسون تخصص تاريخ، بتاريخ 2017/04/10 على الساعة 11:00
- عبد الرحمن قدوري تخصص تاريخ، بتاريخ 2017/04/11 على الساعة 12:30
- دلباز محمد تخصص تاريخ، بتاريخ 2017/04/11 على الساعة 14:00
- حفناوي أسماء تخصص اتصال، بتاريخ 2017/04/12 على الساعة 11:00
- أ.ب تخصص اتصال، بتاريخ 2017/04/13 على الساعة 9:30
- شعيب الحاج تخصص اتصال، بتاريخ 2017/04/16 على الساعة 12:30
- قواسم تخصص اتصال، بتاريخ 2017/04/16 على الساعة 14:00
- ف.ب تخصص اتصال، بتاريخ 2017/04/13 على الساعة 12:30

ب- أساتذة قسم العلوم الاجتماعية:

- ن.ع تخصص علم النفس، بتاريخ 2017/04/10 على الساعة 10:00
- عبد الكريم بن مصطفى تخصص علم النفس، بتاريخ 2017/04/10 على الساعة 14:00.

- عالي حسن تخصص علم الاجتماع، بتاريخ 2017/04/09 على الساعة 14:00
- ب.ع تخصص علم الاجتماع، بتاريخ 2017/04/13 على الساعة 11:00
- أ.ل تخصص علم الاجتماع، بتاريخ 2017/04/13 على الساعة 11:00
- ع.م تخصص علم النفس، بتاريخ 2017/04/13 على الساعة 14:00.

الأسئلة والأجوبة:

س1: ما وهو رأيك حول موضوع الاتصال الإلكتروني بين الإدارة والأساتذ وبين الأساتذة والطلبة؟

ج1: كانت إجابات (02) من أساتذة العلوم الإنسانية سلبية معتبران أنّ الاتصال الإلكتروني يكاد يكون منعدما بالجامعة، وتطابقت إجابة (02) من أساتذة كلية العلوم الاجتماعية.

- فيما جاءت إجابات (04) أساتذة من العلوم الإنسانية إيجابية معتبرا أن للاتصال الإلكتروني دور فعال بين الطالب والأستاذ والإدارة.
- وتطابقت إجابة (03) من أساتذة العلوم الاجتماعية مؤكدين على إيجابيات الاتصال الإلكتروني واختصاره للمسافة والوقت.
- وجاءت إجابة (03) من أساتذة العلوم الإنسانية محايدة معرفة بدور الاتصال الإلكتروني داخل الجامعة بين مختلف الفاعلين، مؤكدين بأنه بحاجة إلى تطوير وتفعيل أكثر.
- بينما أكد أستاذ من العلوم الاجتماعية أنه مقتصر على الإعلانات وبخاجة إلى ما هو بيداغوجي.

س2: ما هو تعليقك وتقييمك للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟

- ج2:** اتفقت إجابة (05) أساتذة من كلية العلوم الإنسانية بأن الموقع الإلكتروني يحتاج إلى التطوير والتعديل في المستقبل، وأكدها (02) من أساتذة كلية العلوم الاجتماعية.
- بينما كانت إجابة أستاذ من العلوم الإنسانية بأن الموقع الإلكتروني نوعا ما متأخر فيما يتعلق بالخدمة الإلكترونية.
- وأكد (03) أساتذة من العلوم الاجتماعية أنه وسيلة فعالة وعرف تطورا كبيرا خلال الآونة الأخيرة، مشيرين إلى فوائده وإيجابياته، وأكد هذه الإجابة (03) من أساتذة العلوم الإنسانية.

- فيما أكد أستاذ من العلوم الإنسانية عدم رضا ه عن الموقع واصفا إياه بالسيئ.

س3: ما هو رأيك حول واقع النشر الإلكتروني لجامعة سعيدة؟

- ج3:** تطابقت إجابة (04) أساتذة من العلوم الإنسانية حول واقع النشر الإلكتروني لجامعة سعيدة، مؤكدين أن النشر الإلكتروني بالموقع لا بأس به إلا أنه بحاجة إلى تطوير في المستقبل، وأكدها (02) من أساتذة العلوم الاجتماعية ذات الإجابة.
- بينما أكد (03) أساتذة من العلوم الاجتماعية أنه لا يرقى إلى المكانة المعطاة له مقارنة بالجامعات الأخرى، ويعاني من مشاكل جمة ويفتقر للموضوعية.
- بينما أكد (03) من أساتذة العلوم الإنسانية على أدائه المتوسط وحاجته إلى تطوير.

س4: هل لديك بريد إلكتروني خاص بالموقع؟

ج4: كانت إجابات (05) من أساتذة العلوم الاجتماعية متطابقة وأكدوا فيها أنهم ليس لديهم بريد إلكتروني خاص بموقع الجامعة، ومن جهتهم أكد (06) من أساتذة كلية العلوم الإنسانية أن لديهم بريد إلكتروني خاص بالموقع.

- بينما نفى أستاذ واحد ذلك وأكد (02) من أساتذة العلوم الإنسانية.

س5: ما هي الخدمات التي يقدمها لك الموقع أنت كأستاذ؟

ج5: تطابقت إجابات الأساتذة في التخصصين حول الخدمات المقدمة من طرف الموقع، وتمثلت في الإطلاع على رزنامة الامتحانات، الإطلاع على الملتقيات والندوات والأيام الدراسية، نشر الإعلانات الخاصة بالطلبة والتواصل معهم، استعمال الزمن، معرفة فترات وأيام التكوين بالنسبة للأستاذ الجامعي، الإعلانات الجامعية اتلي تخص بعض الجوانب الإدارية، وإعلانات متعلقة بالسير البيداغوجي.

س6: ما هي المواضيع التي تروقك في الموقع الرسمي لجامعة سعيدة؟

ج6: معظم الإجابات تشابهت حول المواضيع التي تروق الأساتذة والمتمثلة في الملتقيات، المقابلات إن وجدت، النشاطات العلمية، أخبار الكلية (ع.إ.ن، ع.إ.ج)، الإعلانات، أيام دراسية، المواضيع التي لها علاقة بالكلية عامة والقسم خاصة.

س7: ما الغرض وراء زيارتك للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟

ج7: معظم الإجابات أشارت إلى أن الغرض وراء زيارة الأساتذة للموقع الإلكتروني كانت متشابهة وذلك بغرض الإطلاع على كل شيء جديد والتواصل مع الجامعة.

الاستنتاج العام:

نستنتج من خلال إجابات المبحوثين بأن الاتصال للإلكتروني دور إيجابي، فهو يسهل عملية التواصل بين الفاعلين، بينما أكد بعض أفراد العينة أن الاتصال الإلكتروني بحاجة إلى تطوير ويفتقر للموضوعية، إلا أن هناك عدة خدمات يقدمها الموقع الإلكتروني للأساتذة والمتمثلة في الملتقيات، الأيام الدراسية، والحصول على أخبار الكلية عامة والقسم خاصة، بينما الغرض وراء زيارة الأساتذة للموقع الإلكتروني للإطلاع على كل ما هو جيد، ضف على ذلك الاستفادة والتواصل مع الجامعة.

6- مقابلات مع إداريي جامعة الدكتور طاهر مولاي بسعيدة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية:

- دريسي خيرة، أجريت المقابلة بتاريخ 2017/04/04، على الساعة (11:00-12:00) بمصلحة الأنشطة الرياضية والثقافية.

س1: ما هي الخدمات التي يقدمها الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟

ج1: الإعلانات المختلفة، رزنامة الامتحانات، الإطلاع على نقاط الامتحانات والمداولات، مختلف العروض المتاحة وكل جيد من قوانين على المستوى البيداغوجي، سواء للطلبة أو الأساتذة أو الإداريين

س2: هل يتعرض الموقع للعطل؟

ج2: نادرا ما يتعرض الموقع للعطل وفي اغلب الأحيان تكون هناك سوء استعمال أو تصفح للموقع.

س3: هل يعمل الموقع ب مداومة؟

ج3: يعمل الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة تحت إشراف فريق متكامل.

س4: هل الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة دور إيجابي؟

ج4: أكيد أن الموقع الإلكتروني الرسمي دور إيجابي، فهو يسهل عملية التواصل بين الإدارة والأساتذة والطلبة.

س5: أهم انشغالات الإقبال؟

ج5: أهم الانشغالات صعوبة في استخدام الموقع للحصول على المعلومات.

س6: هل يوجد طرح وتجاوب؟

ج6: هناك تجاوب كبير مع الموقع من حيث تخفيف الضغط على الإدارة.

س7: فيما تتمثل أهمية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟

ج7: تكمن أهميته في الأخبار المقدمة

- عيساني نعيمة، أجريت المقابلة بتاريخ 2017/04/09، على الساعة (9:30) بمصلحة التدريسات.

ج1: الخدمات التي يقدمها الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعي دة هي: الإعلانات الخاصة بالطلبة والأساتذة، رزنامة الامتحانات، شؤون الطلبة، نتائج الامتحانات

ج2: نادرا ما يتعرض الموقع للعطل.

ج3: يعمل الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة ب مداومة

ج4: إن الموقع الإلكتروني الرسمي دور إيجابي، فهو يسهل عملية التواصل بين الإدارة والأساتذة والطلبة.

ج5: أهم الانشغالات البطء في الدخول إلى الموقع.

ج6: يوجد تجاوب مع الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة خاصة الطلبة

ج7: تتمثل أهمية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة في الإطلاع على كل ما هو جديد.

- لعربي خديجة، أجريت المقابلة بتاريخ 2017/04/10، على الساعة (14:30- 15:30) بمصلحة التقييم.

ج1: يقدم الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة مجموعة من الخدمات منها: الإعلان عن الملتقيات والامتحانات، استعمال الزمن، رزنامة الامتحانات، إضافة إلى اعتباره وسيلة من وسائل التواصل بين الغدارة والأساتذة والطلبة.

ج2: يتعرض الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة في بعض الأحيان إلى العطل.

ج3: يعمل الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة ب مداومة

ج4: له دور إيجابي، إذ يختصر الوقت والجهد والمال، ويسهل الاتصال بين مختلف أطراف الجامعة وخاصة باستعمال التكنولوجيا الحديثة.

ج5: مشاكل عند الولوج إلى الموقع من طرف بعض الطلبة

ج6: يوجد تجاوب كبير مع الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة خاصة من طرف الأساتذة والطلبة.

ج7: تتمثل أهمية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيذة في الإطلاع على كل ما ينشر والتواصل مع الجامعة.

- عبد الهادي فتيحة، أجريت المقابلة بتاريخ 2017/04/06، على الساعة (11:30- 12:00) بمصلحة التقييم.

ج1: يقدم الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيذة خدمات متعددة وتمثلت في: إعلانات خاصة بالموظفين والأساتذة، شؤون الطلبة، رزنامة الامتحانات، استعمال الزمن.

ج2: في بعض الأحيان يتعرض الموقع للعطل.

ج3: يعمل الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيذة بشكل يومي.

ج4: له دور إيجابي، إذ يسهل الاتصال بين مختلف الفاعلين.

ج5: أهم الانشغالات تتمثل في الانقطاع المتكرر لشبكة الإنترنت.

ج6: يوجد تجاوب كبير مع الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيذة خاصة الطلبة.

ج7: تتمثل أهمية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيذة في تسهيل الاتصال الإلكتروني.

نتائج الدراسة:

نستنتج من خلال إجابات الإداريين أن أغلبية الإجابات كانت متشابهة ومتقاربة، إلا أن هناك عدة خدمات يقدمها الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيذة؛ وتتمثل في رزنامة الامتحانات، نتائج الامتحانات، شؤون الطلبة، وتوجد عدة صعوبات تواجه الإداريين في الدخول إلى الموقع الإلكتروني، وتتمثل كذلك في استخدام الموقع للحصول على المعلومات، وتتمثل أهميته في الإطلاع على كل ما هو جديد والتواصل مع الجامعة.

خاتمة

لقد حاولنا في هذا البحث توضيح دور استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الجامعية، كما أنها تلعب دورا بالغ الأهمية في زيادة فعالية ووظيفة الخدمات التي تقدمها، وتتمثل هذه التكنولوجيا في الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة مع تبيان تفاعلية الموقع الإلكتروني لدى الطلبة والأساتذة والإداريين، وتكمن أهميته الكبيرة في تسهيل العملية الاتصالية والتواصل مع الآخرين.



قائمة المراجع

أ- المراجع:

1. أحمد حسين، الرفاعي. مناهج البحث العلمي. ط1. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 1998.
2. أحمد، بن مرسلي. مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال. بن عكنون الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
3. جمال عبد ناموس، القيسي. الأخبار في الصحافة الإلكترونية. ط1. الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع
4. درويش شريف، اللبان. الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009.
5. خالد، منصر. علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة. الجزائر: جامعة باتنة، (2012/2011).
6. خالد، زعموم. التفاعلية في الإذاعة أشكالها وسائلها. اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس: 2007.
7. راسم محمد، الجمال. مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1995
8. ربحي مصطفى، عليان. البحث العلمي أسسه مناهجه أساليبه وإجراءاته. الأردن: بيت الأفكار الدولية.
9. زهير مصطفى، دولة. عماد محمد أشتيوي. القائم في الاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية. قسم لصحافة والإعلام: غزة، 2006، ص23.
10. زياد علي، محمد الجرجاوي. القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان. ط2. فلسطين: 2010.
11. شفيق، حسين. الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية. رحمة برس للطباعة والنشر: 2007.

12. صادق، العياضي. الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية. الإمارات: دار الكتاب الجامعي، 2004.
13. عبد الباسط محمد عبد الوهاب. استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني. د.ط. د.ب، 2005.
14. عبد الباسط محمد، عبد الوهاب. استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني. المكتب الجامعي الحديث، 2005.
15. عبد الرحمن، عزي. الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية والاتصالية. بعض الأبحاث الحضارية دار الأمة، 1995.
16. عبد الرحمن، عزي. دراسات في نظرية الاتصال. ط1. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2003.
17. عبد الفتاح، عبد النبي. تكنولوجيا الاتصال والثقافة. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990.
18. العربي محمد عثمان. الإنترنت الاستخدامات والانتشار، بحث مقدم في مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي، الواقع والطموح، جامعة السلطان قابوس، 2002.
19. غازي، عناية. منهجية إعداد البحث العلمي. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2008.
20. محمد الحسن، إحسان. الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي. ط1. بيروت: دار الطليعة للطبع والنشر، 1982.
21. محمد، شطاح. قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا. الجزائر: دار الهدى، 2006.
22. محمد، عبد الحميد. الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت. ط2. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2007.

23. محمد، عبيدات. منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 1999.
24. محمود، تيمور. المعلومات وتكنولوجيا الاتصال. د.ط. القاهرة: عمان: هالا للنشر والتوزيع، 2000.
25. محمود، علم الدين. تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة. القاهرة: دار الرحاب، 2005.
26. مصطفى محمد. تقييم جودة المواقع الإلكترونية. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد 18. مجلد العراق. 2010.
27. مهنا فريال. علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية. دار الفكر المعاصر، 2002.
28. موريس، أنجيس. منهجية البحث في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية. الجزائر: دار القصبة للنشر، 2006.
29. نبيل علي ونادية حجازي. الفجوة الرقمية رؤية عربية لمجتمع المعرفة. سلسلة عالم المعرفة. عدد 318. الكويت المجلس الوطني للفنون والآداب. 2005.
30. هارون، منصور. تكنولوجيا الاتصال الحديثة المسائل النظرية والتطبيقية. ط2. الجزائر: دار الألمعية للنشر والتوزيع، 2012.
31. ياسين، خضر النباتي. الاتصال الدولي والعربي. عمان: دار شروق، 2006، ص20.

ب- الرسائل الجامعية:

1. جلول خلاف. وسائل الاتصال الحديثة وتأثيراتها على العلاقات الأسرية. مذكرة ماجستير. قسم الدعوة والإعلام. جامعة الأمير عبد القادر. (2003/2002).
2. مشيب ناصر. المواقع الإلكترونية ودورها في نشر الغلو الديني وطرق مواجهتها من وجهة نظر مختصين. مذكرة ماجستير. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض، 2011، ص19.

ج- المجلات والمقالات:

1. عائشة العاجل. التفاعلية في الصحافة الإماراتية. منشورات دار الثقافة والإعلام يناير 2003.
2. محمد مصطفى حسين. تقييم جودة المواقع الإلكترونية. دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية. العدد 18. 2010.
3. محمد شومان. عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي. مجلة عالم الفكر. الكويت. 1999.

د- المواقع الإلكترونية:

1. موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي: www.al-raeed.net/training
2. موقع جامعة د/مولاي الطاهر سعيدة: www.univ

ملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة د/ مولاي الطاهر - سعيدة -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة: إعلام واتصال



استمارة استبيان

التفاعلية مع الموقع الإلكتروني للمؤسسة الجامعية

دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال و موظفي جامعة الدكتور مولاي طاهر - سعيدة

تخصص: اتصال وصحافة مكتوبة

نضع بين أيدي المبحوثين المحترمين استمارة خاصة ببحث علمي، لتحضير شهادة الماستر حول الموضوع المذكور أعلاه، وتحتوي هذه الاستمارة على مجموعة من الأسئلة، فالرجاء منكم القراءة المتأنية والإجابة عليها حسب ما هو موجود من معلومات مقدمة في محاور الدراسة

ملاحظة: ضع علامة (x) أمام الخانة المناسبة، يرجى اختيار إجابة واحدة

تحت إشراف

مزدك جمال

إعداد الطالبة:

✓ عامر فاطيمة

الموسم الجامعي: (2016/2017م)

دليل استمارة

أولاً: البيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- السن:

أقل من 19 سنة (19-22) سنة (23-25) سنة أكثر من 25 سنة

3- المستوى الدراسي:

ليسانس ماجستير

4- التخصص:

إعلام واتصال صحافة مكتوبة علاقات عامة

المحور الأول: اهتمام الطلبة بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

5- هل تهتم بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟

نعم لا أحيانا

6- هل تزور الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟

دائما أحيانا نادرا

7- ما هي المواضيع التي تلقى اهتمامك في الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

التزود بالمعلومات رزنامة الامتحانات

الإعلان عن النتائج غير ذلك

8- ما هي المدة التي تستغرقها عند زيارتك الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

أقل من ساعة ساعة واحدة أكثر من ساعة

دليل استمارة

المحور الثاني: الخدمات التفاعلية للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة

9- ما هي الخدمات التفاعلية التي يتيحها الموقع للطلبة؟

- تزويد الطالب بالمعلومات رزنامة الامتحانات
الإطلاع على نتائج الامتحانات الإعلان عن النشاطات العلمية والرياضية
أخرى

أذكرها:.....

10- ما هي الأغراض التي تسعى لتحقيقها جراء استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي

لجامعة سعيدة

- الإطلاع على كل ما هو جديد في الجامعة الإطلاع على الإعلانات
المحاضرات والدروس

11- ما هي سرعة تحديث الموقع الإلكتروني للمعلومات؟

- تحديث بشكل آني تحديث بشكل يومي تحديث أكثر من 24 ساعة

12- ما هي تعليقاتك حول كل ما ينشر في أبواب الموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة

سعيدة؟

- التعليق على الخدمات التعليق على شكل الموقع وكيفية تقديمه للمعلومات
تطوير الموقع من أداءه التقنية المستخدمة

دليل استمارة

المحور الثالث: مدى تلبية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة لحاجيات
وانشغالات الطلبة

13- فيما تتمثل أهمية الموقع الإلكتروني في نظرك؟

التعريف بالجامعة خدمة الطالب خدمة الفئة العالمة

أخرى أذكرها:.....

14- هل يلبي لك الموقع الإلكتروني حاجياتك وانشغالاتك؟

نعم لا أحيانا

15- إذا كانت الإجابة ب (لا) فما هي حاجياتك؟

الاطلاع على الجديد الإعلانات المحاضرات والدروس

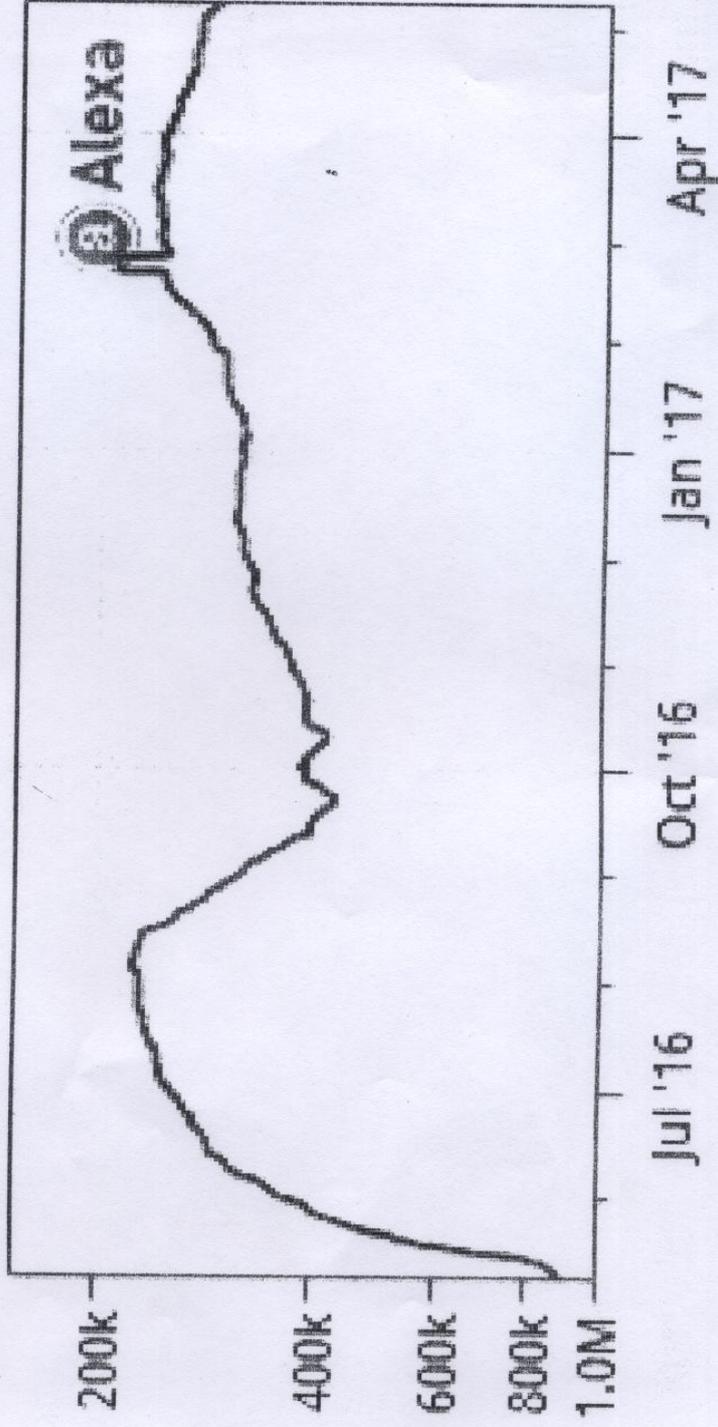
16- ما هو تقييمك للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة سعيدة؟

كافي غير كافي يحتاج إلى تطوير

لحصائيات زوار الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة كنفجر طاهر مولا بي سعيدة .

Alexa Traffic Ranks

How is this site ranked relative to other sites?





ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة بشكل أساسي للتعرف على تفاعلية الموقع الإلكتروني للمؤسسة الجامعية، والذي من خلاله تقوم الجامعة بتقديم مختلف الخدمات، كما حاولت هذه الدراسة معرفة أهمية استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة لدى الطلبة والأساتذة والإداريين، للتعرف على ذلك قمنا بتصميم استمارة وتوزيعها على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة دكتور مولاي الطاهر بسعيدة، وقد تم اختيارها بالطريقة القصدية، ضف إلى ذلك قد تم إجراء مقابلة مع الأساتذة والإداريين، كما استخدمنا أسلوب المسح لنتوصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج. تعرف مقابلة

Résumé

Cette étude visait principalement pour savoir l'interactif du site Web de l'institution universitaire, à travers laquelle l'université de fournir divers services, cette étude a tenté de savoir aussi l'importance d'utiliser le site officiel de l'université: étudiants, professeurs et administrateurs, pour savoir cela nous avons conçu une questionnaire et distribué à un échantillon d'étudiants en sciences médias et communication d'université Dr/Moulay Taher –Saida-, a été sélectionné d'une façon modèle, on ajoute à cela nous avons procéder à un Interview avec les enseignants et les administrateurs, comme nous l'avons utilisé la méthode de sondage, pour atteindre à fin un ensemble des résultats.