

أنماط ودوافع الاتصال الرقمي في الوسط الجامعي: دراسة ميدانية لعينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات

Patterns and Motivations of Digital Communication in the University Context: A Field Study among Media and Communication Students in Light of the Uses and Gratifications Theory

أمينة بن احميدة*¹

¹ جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، benhmaidaamina00@gmail.com

تاريخ النشر: 2026/06/30

تاريخ القبول: 2026/04/04

تاريخ الاستلام: 2025/07/06

Doi: 10.53284/2120-013-002-010

ملخص:

في ظل التحولات التي عرفتها الجامعة الجزائرية بعد جائحة كوفيد-19، برزت الوسائط الرقمية كأدوات محورية في التواصل والتعلم داخل الوسط الجامعي، خاصة بين طلبة الإعلام والاتصال. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أنماط استخدام الطلبة لهذه الوسائط، ودوافعهم وراء ذلك، إضافة إلى رصد انعكاسات الاتصال الرقمي على علاقاتهم الأكاديمية والاجتماعية. اعتمد البحث على المنهج المسحي باستخدام استبيان موجّه لعينة عشوائية مكونة من 187 طالبًا من كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3. أظهرت النتائج أن الوسائط الرقمية الأكثر استخدامًا هي الشبكات الاجتماعية وتطبيقات التراسل، وأن دوافع استخدامها تتنوع بين التواصل الأكاديمي، الترفيه، وتوسيع العلاقات. كما تبين أن الاستخدام المكثف قد يؤثر إيجابًا على التواصل الأكاديمي إذا تم في إطار من الوعي الرقمي، لكنه قد يؤدي إلى تراجع الأداء الدراسي في حال الاستخدام المفرط أو غير المنظم. خلصت الدراسة إلى وجود فروق في أنماط الاستخدام مرتبطة بالسن والنوع، وأوصت بتكثيف التكوين في المهارات الرقمية وتوجيه الاستخدام نحو أهداف أكاديمية.

كلمات مفتاحية: الكلمات المفتاحية: الاتصال الرقمي، الوسط الجامعي، نظرية الاستخدامات والإشباعات.

Abstract

Following the transformations in Algerian universities after the COVID-19 pandemic, digital media have become essential tools for communication and learning, especially among media and communication students. This study aims to analyze students' usage patterns, motivations, and the effects of digital communication on academic and social relationships. Using a Survey Method, a questionnaire was administered to a random sample of 187 students at the University of Algiers 3. Results show that social networks and messaging apps are the most used tools, driven by academic, social, and entertainment purposes. While organized use with digital awareness can enhance academic communication, cessive use may hinder academic performance. The study also found differences in usage based on age, gender, and academic level, recommending enhanced digital literacy training.

Keywords : Digital communication, university environment, digital media, uses and gratifications theory.



1. مقدمة:

شهد العالم خلال السنوات الأخيرة تغييرًا جذريًا في أنماط التواصل والتعليم، نتيجة الأزمة الصحية العالمية المتمثلة في جائحة كوفيد-19 (2019)، والتي فرضت قيودًا صارمة على التنقل، والتجمعات، والتفاعل الاجتماعي، مما أدى إلى إغلاق المؤسسات التعليمية في معظم دول العالم، بما فيها الجزائر. هذا الوضع الاستثنائي دفع الجامعات إلى البحث عن بدائل تضمن استمرارية العملية التعليمية، فكان التحول نحو الوسائط الرقمية خيارًا لا مفر منه، ما أطلق شرارة تحول عميق في البنية الاتصالية داخل الوسط الجامعي.

لقد غيرت هذه الأزمة ملامح الحياة الجامعية، حيث أصبح التواصل الرقمي هو النمط الغالب، وتراجع الحضور الفعلي للطلبة بشكل لافت، الأمر الذي انعكس على امتلاء المدرجات في الفضاء الواقعي، وازدادت مظاهر الفراغ داخل الحرم الجامعي، حتى في مرحلة ما بعد الجائحة. وقد ساهم هذا التحول في إعادة تشكيل العلاقات الأكاديمية والاجتماعية للطلبة، مع تنامي الاعتماد على التطبيقات والمنصات الرقمية سواء للتعلم أو للتواصل مع الزملاء والأساتذة.

وفي هذا السياق، تبرز نظرية الاستخدامات والإشباع كإطار نظري ملائم لفهم سلوك الطلبة في تعاملهم مع الوسائط الرقمية، حيث تتيح لنا هذه النظرية تحليل دوافع الاستخدام وأنماطه، من منطلق أنّ الأفراد ليسوا مستقبلين سلبيين، بل يسعون إلى إشباع حاجاتهم الاتصالية والمعرفية من خلال وسائل الإعلام المتاحة.

وانطلاقًا من هذه المستجدات، تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أنماط الممارسة الاتصالية الرقمية لدى طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال، والكشف عن دوافعهم في استخدام الوسائط الرقمية داخل البيئة الجامعية، مع محاولة رصد تأثير هذه الممارسات على تواصلهم الأكاديمي والاجتماعي.

إشكالية الدراسة

في ظل التحولات التي عرفت الجامعة الجزائرية خاصة بعد جائحة كوفيد-19، ومع تزايد الاعتماد على الوسائط الرقمية، تطرح هذه الدراسة الإشكالية التالية:

كيف يمارس طلبة الإعلام والاتصال الاتصال الرقمي داخل الوسط الجامعي؟ وما هي دوافعهم، وأنماط استخدامهم، وتداعيات هذه الممارسات الاتصالية على علاقاتهم الأكاديمية والاجتماعية؟

الأسئلة الفرعية

التساؤلات الفرعية للدراسة:

1. ما هي الوسائط الرقمية الأكثر استخدامًا من طرف طلبة الإعلام والاتصال؟
2. ما أنماط الاستخدام الأكثر شيوعًا بين الطلبة من حيث التوقيت، التكرار، ونوع التواصل؟
3. ما الدوافع الرئيسة وراء استخدام الطلبة للوسائط الرقمية في بيئتهم الجامعية؟
4. ما تأثير الاتصال الرقمي على التحصيل الأكاديمي والعلاقات الاجتماعية لدى الطلبة؟
5. ما هي أبرز الصعوبات والتحديات التي تواجه الطلبة أثناء استخدامهم للوسائط الرقمية؟
6. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط ودوافع الاستخدام حسب متغيرات (النوع، السن، المستوى الدراسي)؟

أهداف الدراسة

1. رصد الوسائط الرقمية الأكثر استخدامًا من طرف طلبة الإعلام والاتصال في البيئة الجامعية الجزائرية.



2. تحليل أنماط استخدام الوسائط الرقمية من حيث التكرار، التوقيت، ونوع الرسائل المتبادلة بين الطلبة.
3. تحديد دوافع استخدام الطلبة للاتصال الرقمي، سواء لأغراض تعليمية، ترفيهية، أو اجتماعية.
4. تقييم تأثير الوسائط الرقمية على التحصيل الأكاديمي والعلاقات الاجتماعية للطلبة داخل الوسط الجامعي.
5. التعرف على أبرز الصعوبات والتحديات التي يواجهها الطلبة أثناء استخدام الوسائط الرقمية.
6. الكشف عن الفروقات في استخدام الوسائط الرقمية تبعاً لمتغيرات: الجنس، السن، والمستوى الدراسي.
7. اقتراح توصيات علمية وتربوية لتعزيز الاستخدام الإيجابي للاتصال الرقمي في الوسط الجامعي.

منهجية الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن إطار الدراسات الوصفية التحليلية، والتي تهدف إلى تقديم وصف دقيق ومنظم للظواهر الاجتماعية والاتصالية كما تظهر في الواقع، ثم تحليلها واستخلاص دلالات علمية منها. ويُعد هذا النوع من الدراسات مناسباً بدرجة كبيرة لموضوع البحث، نظراً لأنه يسمح برصد أنماط استخدام الاتصال الرقمي من قبل طلبة الإعلام والاتصال، وتفسير دوافعهم وتأثير هذا الاستخدام على علاقاتهم الأكاديمية والاجتماعية.

وقد تم اعتماد المنهج المسحي في هذه الدراسة، وهو أحد المناهج الأساسية في البحث الإعلامي والاجتماعي، ويُستخدم بهدف جمع بيانات كمية من عدد كبير من الأفراد داخل مجتمع معين، بما يسمح بتحليل الاتجاهات والميول السائدة لدى الفئة المستهدفة. تمثلت أداة البحث الرئيسية في الاستمارة الاستبائية الإلكترونية، لما توفره من إمكانية جمع بيانات دقيقة ومنظمة بطريقة اقتصادية وسريعة، مع الحفاظ على الطابع الموضوعي، وخاصة في المواضيع المتعلقة بالسلوكيات والممارسات الاتصالية.

وقد تم إعداد الاستبيان بالاستناد إلى تساؤلات الدراسة، حيث ركّز على محاور أساسية تتعلق بالوسائط الرقمية الأكثر استخداماً، دوافع الطلبة في استخدامها، تأثير هذا الاستخدام على علاقاتهم الأكاديمية والاجتماعية، بالإضافة إلى رصد الفروقات المحتملة في أنماط الاستخدام تبعاً لمتغيرات ديموغرافية مثل السن، النوع، والمستوى الدراسي.

ويتكوّن مجتمع الدراسة من طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، كونهم يمثلون فئة طلابية على تماس مباشر مع الوسائط الرقمية في أبعادها المعرفية والمهنية. وتم اختيار عينة طبقية من هؤلاء الطلبة قوامها 188 مفردة، تنتمي إلى مختلف التخصصات والمستويات الدراسية، بما في ذلك ليسانس، ماستر، وتم توزيع الاستبيان في الفصل الدراسي الثاني من السنة الجامعية 2024-2025، على أن تُستخدم البيانات المستخلصة لتحليل واقع الممارسة الرقمية داخل الوسط الجامعي. وقد تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية (النسب المئوية، التكرارات) وهذا بالاعتماد على برنامج SPSS لاستخلاص أبرز النتائج، في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تمثل الإطار النظري المعتمد في تفسير دوافع الطلبة

المقاربة النظرية للدراسة

أثبتت نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory) منذ نشأتها في ستينيات القرن العشرين قدرتها على تفسير العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام من منظور يقوم على نشاط المتلقي ووعيه الاتصالي. وقد قدّم إيليهو كاتز وزملاؤه بلومر وغوريفيتش الأسس النظرية لهذه المقاربة، مؤكدين أن الأفراد لا يتلقون الرسائل الإعلامية بشكل سلب، بل يختارون الوسائط والمحتوى الذي يتوافق مع حاجاتهم النفسية والاجتماعية، بهدف تحقيق إشباع معين (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973, p.510).



وتفترض النظرية أن الجمهور فاعل في استخدامه لوسائل الإعلام، وأن عملية التعرض موجهة نحو أهداف محددة، يمكن من خلالها تلبية احتياجات معرفية أو وجدانية أو اجتماعية. كما يرى منظروها أن الإشباع قد تنبع من طبيعة المحتوى الإعلامي، أو من طريقة التفاعل معه، أو من السياق الاجتماعي الذي يتم فيه الاستخدام. (Katz et al., 1973)

ومع تطور الوسائط الرقمية، وظهور الفضاءات الاتصالية التفاعلية، توسّعت تطبيقات هذه النظرية لتشمل مجال الاتصال الرقمي، حيث أضحي المستخدمون فاعلين رئيسيين في عملية الاتصال من خلال قدرتهم على الاختيار، والمشاركة، والإنتاج. فقد ساهمت البيئة الرقمية في تحويل الجمهور من متلقٍ سلبي إلى مستخدم نشط يشارك في صياغة المحتوى وتداوله عبر منصات التواصل الاجتماعي والمدونات والوسائط التفاعلية. (Whiting & Williams, 2013, p.363)

وانطلاقاً من هذه التطبيقات، تُعدّ مقارنة الاستخدامات و الإشباعات إطاراً مثاليّاً لدراسة أنماط ودوافع الاتصال الرقمي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال، إذ يميل هؤلاء إلى توظيف الوسائط الرقمية في حياتهم الأكاديمية والاجتماعية بطرق متنوعة تشمل التعلم، والترفيه، والتعبير عن الذات، وبناء العلاقات الاجتماعية. فالاستخدامات التي يقوم بها الطلبة عبر الفضاء الرقمي تُجسّد أبعاد النظرية من حيث الاختيار الهادف للوسيلة، والسعي لتحقيق الإشباع، والتفاعل النشط مع المحتوى.

وبذلك، يُمكن القول إنّ تطبيق نظرية الاستخدامات و الإشباعات في مجال الاتصال الرقمي يتيح فهماً أعمق لكيفية استخدام الطلبة للوسائط الرقمية ولماذا يستخدمونها، وما الإشباعات التي يحققونها من هذا الاستخدام. كما يساعد هذا المنظور على تفسير الفروق في السلوك الاتصالي بين الأفراد باختلاف دوافعهم واهتماماتهم، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى استجلائه من خلال تحليل أنماط ودوافع الاتصال الرقمي في الوسط الجامعي.

ضبط مفاهيم الدراسة

مفهوم الاتصال الرقمي Digital Communication

يُقصد بالاتصال الرقمي – في معناه الاصطلاحي – عملية تبادل للمعلومات والمعاني بين الأفراد أو الجماعات من خلال وسائط رقمية تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة، مثل الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي، والهواتف الذكية، والمنصات التفاعلية. وعلى الرغم من الطبيعة التقنية التي تميز هذا النمط من الاتصال، فإنه يظل في جوهره فعلاً إنسانياً يقوم على التفاعل وتبادل الخبرات وبناء العلاقات الاجتماعية والمعرفية داخل فضاء مفتوح ومتغير، تتداخل فيه الحدود بين المرسل والمتلقي، ويتسم بالتفاعلية والسرعة والانتشار الواسع (محمد عبد المجيد، 2004، ص 104).

أما التعريف الإجرائي للاتصال الرقمي في هذه الدراسة فيتمثل في مجموع الأنشطة الاتصالية والتفاعلات الإلكترونية التي يقوم بها طلبة علوم الإعلام والاتصال عبر الوسائط الرقمية المختلفة – مثل شبكات التواصل الاجتماعي، وتطبيقات المحادثة، والمنصات التعليمية الإلكترونية – بهدف التواصل وتبادل المعرفة والمشاركة في الحياة الجامعية. ويُقاس هذا المفهوم من خلال تحديد أنماط ودوافع استخدام الطلبة لهذه الوسائط، ومدى إسهامها في إشباع حاجاتهم الاجتماعية والمعرفية والترفيهية داخل الوسط الجامعي.

مفهوم الاستخدام Use

يشير مفهوم الاستخدام – في معناه الاصطلاحي – إلى ما يفعله الأفراد بالأدوات والتقنيات الإعلامية والاتصالية، أي إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا وكيفية توظيفها في الحياة اليومية. فالاستخدام لا يقتصر على الجانب التقني أو الوظيفي للوسيلة، بل يتعداه إلى البعد الاجتماعي والثقافي الذي يحدد طريقة تعامل الأفراد مع التكنولوجيا ومحتوياتها. ويرى بوخاري أحمد وقاسمي إبراهيم (2019، ص 29) أن



الاستخدام يحيل إلى العلاقة التي يقيمها الأفراد مع الأشياء التقنية، باعتبارها وسائط مادية ورمزية في الوقت نفسه، قابلة للاكتشاف والتحليل عبر الممارسات والتمثيلات الخصوصية التي تكشف عن أنماط استهلاك التكنولوجيا ودلالاتها الاجتماعية والثقافية.

وقد قسم شاو (Shao, 2009, p.12) أنشطة المستخدمين للاتصال الرقمي إلى ثلاث فئات رئيسية:

• الاستهلاك (Consumption): ويشير إلى التصفح أو المشاهدة السلبية للمحتوى.

• المشاركة (Participation): وتشمل التفاعل مع المحتوى عبر الإعجاب أو التعليق أو إعادة النشر.

• الإنتاج (Production): ويعني إنشاء محتوى جديد يعكس هوية المستخدم ويعبر عن ذاته.

ويرى شاو أن كل فئة من هذه الأنشطة ترتبط بدوافع مختلفة: فالاستهلاك يُلبّي احتياجات معرفية وترفيهية، والمشاركة تُشبع الحاجة إلى التواصل والانتماء، في حين يرتبط الإنتاج بتحقيق الذات وتأكيد الهوية الشخصية.. (Shao, 2009, p.15)

أما التعريف الإجرائي للاستخدام في هذه الدراسة فيشير إلى الطريقة التي يوظف بها طلبة علوم الإعلام والاتصال الوسائط الرقمية المختلفة في حياتهم الجامعية، سواء للتواصل أو التعلم أو الترفيه أو اكتساب المعرفة. ويُقاس هذا المفهوم من خلال الممارسات اليومية للطلبة في تفاعلهم مع التكنولوجيا الرقمية (نوع الوسيلة، وتكرار استخدامها، وطبيعة الأنشطة التي تُمارس عبرها)، بما يعكس أشكال التملك الاجتماعي للتكنولوجيا في الوسط الجامعي، ودورها في تحقيق الإشباع والدوافع الاتصالية لديهم.

مفهوم الدوافع Motivations

تشير الدوافع اصطلاحاً - في السياق الاتصالي والإعلامي - إلى الأسباب والاحتياجات النفسية والاجتماعية والفكرية التي تدفع الأفراد نحو استخدام وسائل الإعلام والاتصال. وهي تمثل القوة المحركة لسلوك الفرد في اختيار الوسائط والمحتويات الإعلامية والاتصالية، وتحديد نمط التعرض لها ودرجة التفاعل معها. وفقاً لمدخل الاستخدامات والإشباع، فإن الدوافع تصنف إلى مجموعة من الأنواع مثل: دوافع الترفيه والتسلية، دوافع تكوين العلاقات الاجتماعية، ودوافع التعبير العاطفي والمعرفي، وغيرها، وهي تختلف باختلاف الشخصية، والبيئة، والسياق الاجتماعي والثقافي للفرد.

وفي هذا الإطار، توصلت الدراسات الحديثة إلى تحديد مجموعة من الدوافع التي تفسّر استخدام الأفراد لشبكات التواصل الاجتماعي، منها: التفاعل الاجتماعي، والبحث عن المعلومات، وتمضية الوقت، والترفيه، والاسترخاء، والتعبير عن الرأي، وتبادل المعرفة، والتواصل مع الآخرين (Whiting & Williams, 2013, p.363). وتشير نتائج أبحاث أخرى إلى أنّ أهمية هذه الدوافع تختلف من منصة إلى أخرى، باختلاف الخصائص التقنية لكل وسيلة رقمية وطبيعة جمهورها (Alhabash & Ma, 2017, p.7).

التعريف الإجرائي: يُقصد بالدوافع المحفزات الداخلية التي تدفع طلبة علوم الإعلام والاتصال إلى استخدام الوسائط الرقمية المختلفة في حياتهم الجامعية، سواء للتواصل، التعلم، الترفيه، أو اكتساب المعرفة. ويُقاس هذا المفهوم من خلال:

1. أنواع الدوافع التي تحرك الطلبة للتعرض للوسائط الرقمية (نفعية، طقوسية، اجتماعية، عاطفية).
2. درجة شدة الدافع وتأثيره على تكرار الاستخدام واختيار الوسيلة والمحتوى.
3. الأهداف التي يسعى الطلبة لتحقيقها عبر استخدام الوسائط الرقمية، مثل: الإشباع المعرفي، الاجتماعي، الترفيهي، أو النفسي.

الدراسات السابقة



في سياق البحث حول تأثير الوسائط الرقمية على التواصل الجامعي والأداء الأكاديمي، تعددت الدراسات التي تناولت هذه الظاهرة من زوايا متعددة، سواء من حيث المهارات الرقمية أو أنماط الاستخدام أو البنية التواصلية. فيما يلي عرض منهجي لأبرز الدراسات ذات الصلة:

a) Jian Li, Peng Chen & Linyan Man (2024): Understanding the Influence of Social Media on University Students' Communication Skills in Digital Information Environment

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الكمي باستخدام استبيان إلكتروني استهدف 600 طالب جامعي، وتم تحليل البيانات باستخدام نموذج المعادلات الهيكلية (SEM). وقد توصل الباحثون إلى أن الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي يسهم بشكل إيجابي في تعزيز مهارات الاتصال، بشرط توفر الوعي الرقمي والقدرة على التعلم الاجتماعي. تُعد هذه الدراسة مرجعاً أساسياً لفهم العلاقة بين الاستخدام الواعي للوسائط الرقمية وتطوير الكفاءة التواصلية لدى الطلبة، ويمكن الاستفادة منها في دعم الإطار النظري للدراسة الحالية.

b) Fausto Giunchiglia et al. (2020): Mobile Social Media Usage and Academic Performance

حلّلت هذه الدراسة العلاقة بين استخدام الوسائط الاجتماعية المحمولة والأداء الأكاديمي، اعتماداً على تتبع رقمي دقيق لسلوك الطلبة الجامعيين. وقد خلصت إلى أن الاستخدام غير الموجه للوسائط، خاصة لأغراض ترفيهية، يرتبط بانخفاض التحصيل العلمي، في حين أن الاستخدام المعتدل لا يؤثر سلباً. تضيف هذه النتائج بعداً مهماً لتحليل تأثير نوع الاستخدام على الأداء الأكاديمي، ما يعزز طرح فرضية أن ليس كل استخدام رقمي يؤدي إلى نفس النتائج، بل يتوقف على الهدف ومدى التنظيم الشخصي.

c) Perry D. Drake (2017): A Study of Digital Communications Between Universities and Students

تناولت هذه الأطروحة سبل الاتصال الرقمي بين الطلبة وإدارات الجامعات، من خلال دراسة حالات متعددة شملت تسع جامعات أمريكية حضرية. توصل الباحث إلى أن المؤسسات التي تعتمد نماذج تواصل رقمي تفاعلية وسريعة (مشابهة لنماذج القطاع التجاري) تحقق مستويات أعلى من الرضا الطلابي والمشاركة الأكاديمية. تمثل هذه الدراسة أساساً نظرياً وتحليلياً مهماً لدراسة الاتصال الإداري الرقمي داخل البيئة الجامعية، وفعاليتها في تعزيز التفاعل والاندماج الطلابي.

d) Nova Southeastern University (2021): Using Social Media Within an Assemblage and Circulation Framework

اقترحت هذه الأطروحة والتي أنجزتها جامعة أمريكية إطاراً نظرياً جديداً لتحليل وسائل التواصل الاجتماعي ليس كمجرد أدوات تقنية، بل كبنَى ديناميكية تساهم في تشكيل المعنى داخل بيئة تعليمية لا مركزية. وأوضحت الدراسة كيف يصبح الطالب مشاركاً نشطاً في إنتاج المحتوى ضمن سياق تتقاطع فيه الفضاءات الرسمية وغير الرسمية. تشكل هذه الرؤية خلفية نظرية غنية تدعم التوجه التحليلي للبحث الحالي، وتفتح المجال لفهم الاتصال الرقمي في سياقه الأوسع بعيداً عن الحصر الوظيفي البسيط.

e) Subaveerapandiyan & Priyanka Sinha (2022): Digital Literacy and Reading Habits of The DMI–St. Eugene University Students

أجريت هذه الدراسة على عينة من طلبة جامعة زامبيا DMI-St. Eugene، وركزت على العلاقة بين الكفاءة الرقمية وعادات القراءة. أظهرت النتائج أن القراءة الرقمية عبر الهواتف الذكية هي الأكثر انتشاراً، مع وجود كفاءات رقمية متوسطة بين الطلبة، وفروق دالة حسب الجنس في التنظيم والتفاعل مع الوسائط. تتيح هذه النتائج إمكانية توظيفها في تحليل الفروق الفردية في استخدام الوسائط الرقمية، وفق متغيرات النوع والمستوى الدراسي، كما تساعد في فهم دور نوع الجهاز في تشكيل سلوك الطالب التعليمي.



f) S. Thuseethan & S. Kuhanesan (2015): Influence of Facebook in Academic Performance of Sri Lankan University

Students

ركزت هذه الدراسة على تأثير استخدام موقع "فيسبوك" على أداء الطلبة في سريلانكا، معتمدة على المنهج الكمي واستبيان شمل 250 طالبًا. وقد بيّنت النتائج أن الاستخدام غير الأكاديمي المكثف لفيسبوك يرتبط بتراجع الأداء الدراسي، في حين يمكن استثماره بشكل إيجابي إذا وُجّه نحو أغراض تعليمية. توضح هذه الدراسة التباين بين الاستخدام الترفيهي والتربوي للوسائط الرقمية، ويمكن الاعتماد عليها في تحليل دوافع الاستخدام لدى الطلبة وأثرها على التحصيل.

يتضح من مجمل الدراسات السابقة أن تأثير الوسائط الرقمية على الحياة الجامعية يتباين باختلاف نوع الوسيلة، نمط الاستخدام، الغرض من التفاعل، والمستوى الفردي من الوعي والكفاءة الرقمية. وتُمثل هذه الدراسات خلفية علمية متينة تُمكن الباحث من بناء إطار نظري مركب، وتحليل الفروقات السلوكية داخل المجتمع الجامعي من خلال رؤية منهجية تجمع بين التفسير الكمي والفهم النظري العميق.

2. الاتصال الرقمي

1.2 تعريف الاتصال الرقمي

يُعرّف الاتصال الرقمي بأنه عملية تبادل للمعلومات والمعاني بين الأفراد أو الجماعات عبر وسائط رقمية تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، مثل الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي، والهواتف الذكية، والحواسيب المحمولة. وعلى الرغم من الوسائط التقنية التي يقوم عليها، فإن الاتصال الرقمي يظل في جوهره نشاطاً إنسانياً يهدف إلى تحقيق التفاهم وبناء العلاقات الاجتماعية والمعرفية بين الأفراد داخل فضاء تواصلي مفتوح ومتغير (محمد عبد المجيد، 2004، ص 104).

2.2 خصائص الاتصال الرقمي

يتميّز الاتصال الرقمي بمجموعة من الخصائص التي تجعله مختلفاً عن الاتصال التقليدي من حيث البنية والوظيفة والديناميكية. وتُعد هذه الخصائص حجر الأساس في فهم كيفية توظيف التقنيات الرقمية داخل البيئات الجامعية والتعليمية، وفي تطوير استراتيجيات تواصل فعالة ومبتكرة.

أ. التفاعلية (Interactivity): تُحوّل التفاعلية المتلقي إلى مشارك فعّال في العملية الاتصالية، بما يعزز من ديناميكية التعلم والتبادل الفكري داخل الفضاءات الجامعية الرقمية (حمدي محمد الفاتح وآخرون، 2011، ص 7). كما تُسهم في بناء مجتمعات تعلم قائمة على التفاعل المستمر (عزت محمد فريد، 2018، ص 244).

ب. اللآجماهيرية (De-massification): تتيح هذه الخاصية توجيه الرسائل إلى أفراد أو مجموعات محددة بدلاً من الجمهور الواسع، مما يزيد من تخصيص المحتوى وفعاليته، خصوصاً في العملية التعليمية التي تتطلب تواصلاً فردياً (علم الدين محمود، 2005، ص 178).

ج. اللاتزامنية (Asynchronicity): تُتيح هذه الخاصية مرونة زمنية في عملية التواصل، حيث يمكن إرسال الرسائل واستقبالها في أوقات مختلفة، بما يساعد الطلبة على تنظيم وقتهم وتعلمهم الذاتي (حمدي محمد الفاتح وآخرون، 2011، ص 08).

د. القابلية الحركية (Mobility): تمكّن المستخدمين من الوصول إلى المحتوى أثناء التنقل عبر الأجهزة المحمولة، مما يعزز مفهوم التعلم في أي وقت ومن أي مكان (شطاح محمد، 2006، ص 25).



هـ. قابلية التحويل (Convertibility): تُشير إلى إمكانية تحويل الرسائل من شكل إلى آخر، مثل تحويل الصوت إلى نص أو العكس، مما يساهم في تسهيل التعلم لذوي الاحتياجات الخاصة (علم الدين محمود، 2005، ص 148).

و. قابلية التوصيل والتركيب (Connectivity & Integration): تتيح ربط الأجهزة والمنصات التعليمية المختلفة ضمن شبكة موحدة، بما يُسهل الوصول إلى الموارد التعليمية الإلكترونية (شطاح محمد، 2006، ص 25).

ز. الانتشار والشيوع (Ubiquity): أصبح الاتصال الرقمي ظاهرة كونية شائعة حتى في البيئات محدودة الموارد، ما ساعد على تقليص الفجوة الرقمية وتمكين الطلبة من الوصول إلى مصادر التعلم.

ح. الكونية (Globality): سمحت الكونية بالاتصال الفوري والعابر للحدود، مما أتاح فرص التعاون الأكاديمي الدولي بين الجامعات والباحثين.

ط. التعقيد وكثافة الاستخدام (Complexity & Density): رغم حاجته إلى استثمارات تقنية كبيرة، إلا أنَّ الاتصال الرقمي يساهم في رفع جودة التعليم والإدارة الأكاديمية عبر تطوير أدوات تفاعلية متقدمة.

ي. السرعة والذاكرة العالية (Speed & Storage Capacity): توفر الوسائط الرقمية سرعة في معالجة المعلومات وتخزينها واسترجاعها، وهو ما يسهل عمليات التقييم والإدارة الأكاديمية (بوجطو حكيم، فالح علي، 2015، ص 289).

ك. انخفاض التكاليف (Cost Efficiency): ساهمت التكنولوجيا الرقمية في خفض تكاليف الاتصال والتعليم من خلال تقليص النفقات الورقية والاعتماد على النشر الإلكتروني (دليو فوضيل، 2012، ص 67).

ل. الذكاء الاصطناعي والتخصيص الذكي (AI Personalization): أصبح الذكاء الاصطناعي جزءاً مهماً من الاتصال الرقمي، إذ يُحلّل سلوك المستخدمين ويُخصّص المحتوى بما يناسب احتياجاتهم. في المجال الجامعي، يساعد في تصميم أنظمة تعلم مخصصة تعزز الأداء الأكاديمي.

م. الأمن والخصوصية الرقمية (Digital Privacy & Security): يمثل أمن المعلومات وحماية البيانات الشخصية أحد أهم التحديات في الاتصال الرقمي، خصوصاً في البيئة الجامعية، مما يبرز الحاجة إلى الوعي الرقمي وأخلاقيات الاتصال.

ن. الاستدامة الرقمية (Digital Sustainability): تسعى المؤسسات الجامعية نحو التحول الرقمي المستدام الذي يوازن بين الفعالية التقنية وتقليل الأثر البيئي، من خلال اعتماد التعليم الإلكتروني كخيار بيئي واقتصادي مستدام.

3. عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

3.2: توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية و عدد ساعات استخدام الاتصال الرقمي

1.1.3 توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية

توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس		
المتغير	التكرار	النسبة
ذكر	27	14.4
انثى	161	85.6
المجموع	188	100.0



توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر		
المتغير	التكرار	النسبة
أقل من 20 سنة	35	18.6
من 20 إلى 22 سنة	121	64.4
من 23 إلى 25 سنة	27	14.4
أكثر من 25 سنة	5	2.7
المجموع	188	100.0
توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي		
المتغير	التكرار	النسبة
سنة أولى	45	23.9
سنة ثانية	38	20.2
سنة ثالثة	66	35.1
ماستر	39	20.7
المجموع	188	100.0

الجدول 1: توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية

تمثلت العينة المدروسة في 188 طالبًا وطالبة من كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، وقد تنوعت خصائصهم الديموغرافية وفقًا للمتغيرات التالية:

- الجنس: تشير النتائج إلى هيمنة واضحة للعنصر النسوي، حيث شكّلت الإناث نسبة 85.6% من مجموع العينة، مقابل 14.4% فقط للذكور. يعكس هذا التوزيع الغالبية العددية للطالبات داخل هذا التخصص.
- العمر: تركزت الفئة العمرية لأغلب الطلبة بين 20 و22 سنة بنسبة 64.4%، وهي الفئة العمرية النموذجية لطلبة الليسانس، تليها فئة أقل من 20 سنة بـ 18.6%، ثم فئة من 23 إلى 25 سنة بنسبة 14.4%، وأخيرًا فئة أكثر من 25 سنة بنسبة ضئيلة بلغت 2.7% ويشير هذا إلى أن الغالبية ينتمون إلى الفئة العمرية الشبابية التي تنشط أكثر في استخدام الوسائط الرقمية.
- المستوى الدراسي: احتلت السنة الثالثة ليسانس المرتبة الأولى من حيث التمثيل بنسبة 35.1%، تليها السنة الأولى بـ 23.9%، ثم طلبة الماستر بـ 20.7%، وأخيرًا السنة الثانية بنسبة 20.2% ويُفهم من ذلك أن تمثيل العينة كان موزعًا على مختلف المستويات، مع تركّز واضح في مرحلة الليسانس المتقدمة.

2.1.3 توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدام الإنترنت يوميًا

الإجابة	التكرار	النسبة %
من 1 إلى 3 ساعات	34	18.1
من 4 إلى 6 ساعات	67	35.6
أكثر من 6 ساعات	87	46.3



المجموع	188	100.0
---------	-----	-------

الجدول رقم(02): يبين عدد ساعات استخدام الإنترنت يوميًا

يوضح الجدول أن أغلب الطلبة (46.3%) يستخدمون الإنترنت لأكثر من 6 ساعات يوميًا، تلهم فئة تستخدمه من 4 إلى 6 ساعات بنسبة 35.6%، بينما فقط 18.1% يستخدمونه من 1 إلى 3 ساعات. المجموع الكلي هو 188 مفردة.

تشير هذه الأرقام إلى انتشار واسع للاستخدام المكثف للإنترنت بين الطلبة الجامعيين، خاصةً طلبة الإعلام والاتصال، الذين يرتبط تخصصهم بشكل مباشر بالوسائط الرقمية. الاستخدام المكثف قد يعكس تعدد الأهداف (أكاديمية، ترفيهية، تواصلية)، وقد يشير أيضًا إلى اعتماد شبه كلي على الإنترنت في أنشطتهم اليومية.

نستنتج أن الاستخدام المكثف للإنترنت هو سلوك شائع بين طلبة الإعلام والاتصال، ما يعكس أهمية الفضاء الرقمي في حياتهم التعليمية والاجتماعية. وقد يكون هذا مؤشرًا على تغير نمط التواصل التقليدي داخل الوسط الجامعي، نحو نمط رقمي دائم الحضور.

2.3 | الوسائط الرقمية المستخدمة وأنماط الاستخدام

1.2.3 : الوسائط الرقمية التي يستخدمها المبحوثين بشكل يومي

الإجابة	التكرار	النسبة %
فيسبوك	75	16.0%
إنستغرام	171	36.5%
واتساب	52	11.1%
تيليجرام	55	11.7%
منصة موودل	17	3.6%
البوابة الالكترونية لجامعة الجزائر3	28	6.0%
تيك توك	31	6.6%
سنابشات	22	4.7%
ChatGPT شات جي بي تي	7	1.5%
يوتيوب	11	2.3%
المجموع	469	100.0%

الجدول رقم(05): يبين الوسائط الرقمية التي يستخدمها المبحوثين بشكل يومي

يظهر الجدول أن تطبيق إنستغرام يحتل المرتبة الأولى في الاستخدام اليومي بنسبة 36.5%، يليه فيسبوك بنسبة 16%، ثم تيليجرام وواتساب بنسب متقاربة (11.7% و 11.1% على التوالي). في المقابل، جاءت منصات أكاديمية مثل موودل (3.6%) والبوابة الإلكترونية (6%) في مراتب متأخرة، بينما جاء شات جي بي تي في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.5%.



أنماط ودوافع الاتصال الرقمي في الوسط الجامعي: دراسة ميدانية لعينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع

تعكس هذه النتائج هيمنة التطبيقات ذات الطابع الترفيهي والاجتماعي (مثل إنستغرام، فيسبوك، تيك توك) على استخدام الطلبة، وهو ما يشير إلى توجه الاستخدام نحو الوظائف الترفيهية والتواصلية أكثر من الأكاديمية أو التعليمية. كما يظهر ضعف الإقبال على المنصات التعليمية، رغم توفرها، ما قد يعكس ضعف التفاعل الرقمي الرسمي أو عدم ملائمة هذه المنصات لتطلعات الطلبة من حيث التفاعلية والجاذبية. يتضح أن الاستخدام اليومي للوسائط الرقمية بين طلبة الإعلام والاتصال يتركز أساساً على التطبيقات الاجتماعية والترفيهية، بينما تحظى المنصات التعليمية الرسمية بنسبة استخدام ضعيفة. هذا النمط يعزز فكرة أن الطلبة لا يُقبلون على الفضاءات الرقمية ذات الطابع الأكاديمي إلا نادراً، وهو ما يطرح إشكالية في فعالية التعليم الرقمي الجامعي ومدى قدرته على جذب اهتمام الطالب.

2.2.3 الاستخدام اليومي للمبحوثين للوسائط الرقمية

الإجابة	التكرار	النسبة %
نادراً	1	.5
أحياناً	8	4.3
بشكل متكرر	77	41.0
دائماً	102	54.3
المجموع	188	100.0

الجدول رقم(06): يبين كم مرة يستخدم المبحوثين هذه الوسائط في اليوم

يشير الجدول إلى أن 54.3% من أفراد العينة يستخدمون الوسائط الرقمية دائماً، و41% بشكل متكرر، وهو ما يشكل ما نسبته 95.3% من مجموع العينة ممن لديهم استخدام يومي منتظم. أما الذين يستخدمونها "أحياناً" أو "نادراً" فبلغت نسبتهم معاً 4.8% فقط. تعكس هذه الأرقام درجة عالية من التبني والتكامل للوسائط الرقمية في الحياة اليومية للطلبة، مما يدل على أن هذه الوسائط أصبحت جزءاً لا يتجزأ من سلوكهم الاتصالي سواء في الجانب الأكاديمي أو الاجتماعي. كما يشير هذا التكرار المرتفع إلى أن الاتصال الرقمي لم يعد سلوكاً ظرفياً أو ترفيهياً فقط، بل تحول إلى عادة اتصالية متجذرة لدى الطلبة. نستنتج أن الاستخدام المكثف واليومي للوسائط الرقمية لدى طلبة الإعلام والاتصال يعكس اعتماداً قوياً على هذه الأدوات في تلبية مختلف الحاجات التواصلية والمعرفية، ويؤكد أن الاتصال الرقمي يمثل الصيغة الغالبة للتواصل داخل الوسط الجامعي. كما يُبرز أهمية دراسة تأثير هذا الاستخدام الكثيف على التفاعل الأكاديمي والاجتماعي.

3.2.3 : أوقات استخدام المبحوثين للوسائط الرقمية

الإجابة	التكرار	النسبة %
أثناء الدراسة	6	3.2
بعد الدراسة	39	20.7
في نهاية الاسبوع	4	2.1
طوال اليوم	139	73.9



المجموع	188	100.0
---------	-----	-------

الجدول رقم (07): وقت استخدام المبحوثين الوسائط الرقمية

يظهر أن غالبية أفراد العينة، بنسبة 73.9%، يستخدمون الوسائط الرقمية طوال اليوم، تليها نسبة 20.7% يستخدمونها بعد انتهاء الدراسة، ثم 3.2% خلال وقت الدراسة، و 2.1% فقط يستخدمونها بشكل ملحوظ خلال نهاية الأسبوع. تعكس هذه المعطيات أن استخدام الوسائط الرقمية لم يعد مرتبطاً بظرف زمني معين، بل أصبح متواصلاً ومفتوحاً على مدار اليوم، مما يدل على اندماج هذه الوسائط في مختلف لحظات الحياة اليومية للطلبة، سواء كانت دراسية أو شخصية. كما يُظهر ذلك مستوى الاعتماد الكبير عليها في الأنشطة اليومية، سواء من أجل التعلم أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي. نستنتج أن الوسائط الرقمية أصبحت ملازمة للطلبة طوال اليوم تقريباً، وهو ما قد يؤثر على نمط حياتهم، تنظيم وقتهم، وحتى علاقتهم بالحياة الجامعية التقليدية. هذا يشير إلى تحول في بنية الاتصال داخل الوسط الجامعي، حيث لم يعد استخدام الوسائط الرقمية سلوكاً ظرفياً، بل مكوناً أساسياً للروتين اليومي، وهو ما يتطلب دراسات معمقة حول تأثير هذا الحضور الدائم على الأداء الأكاديمي والصحة النفسية والاجتماعية للطلبة.

4.2.3 : نوع الرسائل أو التواصل الذي يمارسه المبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة %
تعليمي	104	20.5%
ترفيهي	141	27.8%
تثقيفي	114	22.5%
اجتماعي	109	21.5%
مهنى	37	7.3%
أخرى/متنوع	2	0.4%
المجموع	507	100.0%

الجدول رقم (08): يبين نوع الرسائل أو التواصل الذي يمارسه المبحوثين غالباً

من خلال الجدول رقم (08) الذي يعرض نوع الرسائل أو التواصل الذي يمارسه المبحوثون غالباً، يتبين أن النوع الترفيهي يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 27.8%، يليه النوع التثقيفي بنسبة 22.5%، ثم التواصل الاجتماعي بنسبة 21.5%، بينما يحل التواصل التعليمي في المرتبة الرابعة بنسبة 20.5%. أما الاستخدام المهني فجاء بنسبة 7.3%، في حين كانت أقل نسبة من نصيب الاستخدامات الأخرى أو المتنوعة بنسبة 0.4%. تعكس هذه النتائج هيمنة البعد الترفيهي على طبيعة استخدام الطلبة للوسائط الرقمية، وهو ما يشير إلى أن هذه الوسائط تُستغل بدرجة أكبر للترفيه مقارنة بالأغراض الأكاديمية أو المهنية. وبناءً على ذلك، يمكن الاستنتاج أن الطلبة ينجذبون أكثر إلى الوظائف الترفيهية والتثقيفية للوسائط الرقمية على حساب الأدوار التعليمية أو العملية، مما قد يؤثر على أولوياتهم داخل الوسط الجامعي.

3.3 : دوافع استخدام الاتصال الرقمي

1.3.3 : الهدف الأساسي من استخدام المبحوثين للوسائط الرقمية في الجامعة



المتغير	التكرار	النسبة %
القيام بالواجبات الموجودة في المنصات التعليمية	112	20.0%
التسلية	118	21.1%
تبادل المحاضرات	64	11.4%
المراجعة الجماعية	39	7.0%
التواصل مع الأساتذة	76	13.6%
التواصل مع الإدارة	33	5.9%
التواصل مع الزملاء	118	21.1%
المجموع	560	100.0%

الجدول رقم (09): يبين الهدف الأساسي من استخدام المبحوثين للوسائط الرقمية في الجامعة

من خلال الجدول رقم (09) الذي يوضح الهدف الأساسي من استخدام المبحوثين للوسائط الرقمية في الجامعة، نجد أن أعلى نسبة سُجلت بالتساوي لكل من "التسلية" و"التواصل مع الزملاء" بنسبة بلغت 21.1% لكل منهما، تليها "القيام بالواجبات الموجودة في المنصات التعليمية" بنسبة 20%، ثم "التواصل مع الأساتذة" بنسبة 13.6%، يليه "تبادل المحاضرات" بنسبة 11.4%. أما "المراجعة الجماعية" فقد جاءت بنسبة 7%، في حين سجل "التواصل مع الإدارة" أقل نسبة استخدام بـ 5.9%.

هذه النتائج تعكس توجهات الطلبة نحو توظيف الوسائط الرقمية بشكل مزدوج: أولاً لتحقيق أهداف اجتماعية وترفيهية، وثانياً لأغراض تعليمية، وإن كانت بنسب أقل قليلاً. الاستخدام المرتفع للتسلية والتواصل مع الزملاء يدل على أن الوسائط الرقمية تُستخدم بشكل كبير كوسيلة للتقارب والتفاعل الاجتماعي، وليس فقط كوسيلة للتعليم أو العمل الأكاديمي.

انطلاقاً من ذلك، يمكننا الاستنتاج أن الوسائط الرقمية في الوسط الجامعي لا تُستغل فقط لإنجاز المهام الدراسية، بل تُشكل أيضاً أداة محورية للتواصل والتسلية بين الطلبة، ما يجعلها تحتل مكانة مركزية في حياتهم اليومية، سواء لأهداف أكاديمية أو اجتماعية.

2.3.3 تواصل المبحوثين مع زملائهم بمساعدة الوسائط الرقمية

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	142	75.5
أحياناً	42	22.3
لا	4	2.1
المجموع	188	100.0

الجدول رقم (10): تواصل المبحوثين مع زملائهم بمساعدة الوسائط الرقمية

من خلال الجدول رقم (10) الذي يوضح ما إذا كان المبحوثين يرون أن الوسائط الرقمية تسهل تواصلهم مع الزملاء، نلاحظ أن النسبة الأكبر من الإجابات كانت "نعم" بنسبة 75.5%، تليها إجابة "أحياناً" بنسبة 22.3%، بينما جاءت إجابة "لا" بنسبة 2.1% فقط، وهي النسبة الأدنى.



تُظهر هذه النتائج ميلاً واضحاً لدى معظم المبحوثين نحو الاعتراف بأهمية الوسائط الرقمية في تيسير التواصل بينهم وبين زملائهم، سواء في سياقات تعليمية أو اجتماعية. كما أن نسبة "أحياناً" تعكس وجود بعض التباين في التجربة، مما يشير إلى أن فعالية الوسائط قد تختلف تبعاً للظروف أو لطبيعة الاستخدام.

انطلاقاً من هذه المعطيات، يمكننا الاستنتاج أن الوسائط الرقمية تُعد وسيلة فعالة وضرورية لتعزيز الاتصال بين الطلبة، وتُساهم بشكل كبير في تجاوز الحواجز الزمانية والمكانية التي قد تعيق تواصلهم المباشر، خاصة في البيئات التعليمية الحديثة التي تعتمد بشكل متزايد على الحلول الرقمية.

3.3.3 استخدام المبحوثين الوسائط الرقمية لتفادي التواصل الجاهي

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	39	20.7
أحياناً	95	50.5
لا	54	28.7
المجموع	188	100.0

الجدول رقم(11): استخدام المبحوثين الوسائط الرقمية لتفادي التواصل الجاهي

يُظهر الجدول رقم (11) الذي يبين ما إن كان المبحوثين يلجؤون إلى الوسائط الرقمية لتفادي التواصل الجاهي أن غالبية الأجوبة كانت "أحياناً" بنسبة 50.5%. وهي النسبة الأعلى بين الخيارات. تلمها الإجابة "لا" بنسبة 28.7%، فيما كانت أقل نسبة للإجابة "نعم" والتي سجلت 20.7% فقط.

تعكس هذه البيانات أن استخدام الوسائط الرقمية كوسيلة بديلة عن التواصل الجاهي ليس سلوكاً مطلقاً أو دائماً لدى أغلب المبحوثين، بل هو خيار يُمارس أحياناً حسب الظروف. النسبة العالية للإجابة "أحياناً" توحى بأن هناك مرونة أو توازن في استخدام الوسائط الرقمية مقابل التواصل المباشر. أما النسبة التي أجابت بـ "لا"، فهي تدل على وجود فئة لا ترى في الوسائط الرقمية بديلاً مناسباً للتواصل الواقعي. في المقابل، نسبة "نعم" تعكس وجود مجموعة – وإن كانت الأقل – تعتمد على الوسائط بشكل دائم لتجنب التفاعل الجاهي.

من خلال ما سبق، يمكن استنتاج أن الوسائط الرقمية لا تُستخدم على نطاق واسع من قبل الطلبة كوسيلة لتفادي التواصل الجاهي، بل تُستخدم في بعض المواقف حسب الحاجة أو الظروف. ما يشير إلى أن الطلبة لا يزالون يحتفظون بأهمية التواصل الجاهي، ويستخدمون الوسائط كأداة مكملّة لا كبديل كامل.

4.3.3 رأي المبحوثين حول ضرورة استخدام الوسائط الرقمية في الحياة الجامعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
لا أوافق بشدة	9	4.8
لا أوافق	9	4.8
محايد	30	16.0
أوافق	75	39.9



اوافق بشدة	65	34.6
المجموع	188	100.0

الجدول رقم(12): رأي المبحوثين حول ضرورة الوسائط الرقمية في الحياة الجامعية

أظهرت نتائج الجدول أن 39.9% من المبحوثين يوافقون على أن الوسائط الرقمية تُعد ضرورة في حياتهم الجامعية، وهي النسبة الأعلى. يلهمها مباشرة من يوافقون بشدة بنسبة 34.6% في المقابل، أجاب 16% من أفراد العينة بأنهم محايدون. أما النسب الأدنى فقد كانت للذين لا يوافقون ولا يوافقون بشدة، وكلاهما سجل 4.8% فقط.

تعكس هذه المعطيات توجهًا واضحًا لدى غالبية الطلبة نحو الاقتناع المتزايد بأهمية الوسائط الرقمية في السياق الجامعي. فالنسب المرتفعة للإجابتين "أوافق" و"أوافق بشدة" توضح أن هذه الوسائط لم تعد مجرد أدوات تكميلية، بل أضحت عنصرًا أساسيًا لا يمكن الاستغناء عنه في حياة الطالب الجامعية. انطلاقًا من نتائج الجدول، يمكن الاستنتاج أن الطلبة يرون في الوسائط الرقمية عنصرًا ضروريًا وأساسيًا في تسيير حياتهم الجامعية، سواء في ما يتعلق بالتواصل، أو التعلم، أو أداء المهام الأكاديمية. ويعكس ذلك تطورًا في نظرهم نحو هذه الوسائط، التي لم تعد تُستخدم فقط كأدوات ثانوية، بل باتت جزءًا لا يتجزأ من العملية التعليمية والتفاعلية داخل الجامعة.

4.3 تأثير الاتصال الرقمي على الأداء الأكاديمي والعلاقات الاجتماعية

1.4.3 رأي المبحوثين حول دور الوسائط الرقمية في تحسين التحصيل الأكاديمي.

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	122	64.9
ربما	61	32.4
لا	5	2.7
المجموع	188	100.0

الجدول رقم(13): يبين رأي المبحوثين حول دور الوسائط الرقمية في تحسين التحصيل الأكاديمي.

يتضح من الجدول أن أغلب المبحوثين أجابوا بـ"نعم" بنسبة 64,9%، تلتها "ربما" بنسبة 32,4%، بينما كانت "لا" بنسبة 2,7% وهي الأقل. تشير هذه النتائج إلى أن معظم الطلبة يشعرون بأن استخدام الوسائط الرقمية كان له أثر إيجابي على مستواهم الأكاديمي. أما فئة "ربما" فتدل على وجود تردد أو تأثير جزئي، في حين أن الراضين لتأثيرها الإيجابي يمثلون نسبة ضئيلة. يمكن القول إن الوسائط الرقمية تُعد عاملاً مساعدًا لتحسين التحصيل الأكاديمي لدى أغلب أفراد العينة، مما يبرز أهميتها في دعم التعلم الجامعي.

2.4.3 دور الوسائط الرقمية في تقوية علاقة المبحوثين بزملائهم

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	103	54.8
ربما	58	30.9



لا	27	14.4
المجموع	188	100.0

الجدول رقم(14): يبين دور الوسائط الرقمية في تقوية علاقة المبحوثين بزملائهم

يُظهر الجدول 14 أن 54,8% من المبحوثين أجابوا بـ"نعم"، تليها "ربما" بنسبة 30,9%، ثم "لا" بنسبة 14,4% وهي الأدنى. تُبرز هذه النتائج أن أكثر من نصف العينة يرون أن الوسائط الرقمية عززت علاقتهم بزملائهم، في حين أن نسبة معتبرة مترددة، والأقلية لا ترى لها تأثيراً إيجابياً. يتضح أن الوسائط الرقمية لعبت دوراً مهماً في تقوية العلاقات الاجتماعية بين الطلبة، مما يعكس أثرها الإيجابي في بيئة التعليم الجامعي.

3.4.3: شعور المبحوثين بالعزلة أو ضعف التواصل الوجيه بسبب الاعتماد على الوسائط الرقمية

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	21	11.2
أحياناً	58	30.9
لا	109	58.0
المجموع	188	100.0

الجدول رقم(15): يبين شعور المبحوثين بالعزلة أو ضعف التواصل الوجيه بسبب الاعتماد على الوسائط الرقمية

يُظهر الجدول أن 58% من المبحوثين أجابوا بـ"لا"، تليها "أحياناً" بنسبة 30,9%، ثم "نعم" بنسبة 11,2% وهي الأدنى. توضح النتائج أن أغلب الطلبة لا يشعرون بأن استخدام الوسائط الرقمية أثر سلباً على تواصلهم الوجيه، في حين أن جزءاً منهم يلاحظ ذلك أحياناً، وقلة فقط يشعرون بعزلة فعلية. يمكن استنتاج أن اعتماد الطلبة على الوسائط الرقمية لم يؤثر بشكل كبير على علاقاتهم الواقعية، مما يشير إلى قدرتهم على التوازن بين التواصل الرقمي والوجيه.

5.4.3: تقييم المبحوثين لتأثير الوسائط الرقمية على الحياة الجامعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
تأثير سلبي جداً	5	2.7
تأثير سلبي	18	9.6
لا يوجد تأثير	52	27.7
تأثير إيجابي	98	52.1
تأثير إيجابي جداً	15	8.0
المجموع	188	100.0

الجدول(16) : يبين تقييم المبحوثين العام لتأثير الوسائط الرقمية على الحياة الجامعية



أنماط ودوافع الاتصال الرقمي في الوسط الجامعي: دراسة ميدانية لعينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال في ضوء نظرية الاستخدامات والإشبعات

يُظهر الجدول أن أعلى نسبة كانت لـ "تأثير إيجابي" 52,1%، تليها "لا يوجد تأثير" بنسبة 27,7%، ثم "تأثير سلبي" بنسبة 9,6%، يليه "تأثير إيجابي جدًا" بنسبة 8%، وأخيرًا "تأثير سلبي جدًا" بنسبة 2,7%. تشير النتائج إلى أن معظم المبحوثين يرون أن للوسائط الرقمية تأثيرًا إيجابيًا على حياتهم الجامعية، بينما فئة أقل ترى أنها دون تأثير، وأقلية ترى أثرًا سلبيًا. يمكن استنتاج أن التقييم العام لدى أغلب الطلبة لتأثير الوسائط الرقمية هو تقييم إيجابي، ما يعكس إدراكًا لدورها في دعم تجربتهم الجامعية.

5.3 صعوبات وتحديات استخدام الوسائط الرقمية

1.5.3 الصعوبات التي تواجه المبحوثين أثناء استخدام الوسائط الرقمية

الإجابة	التكرار	النسبة %
ضعف الشبكة	127	45.0%
صعوبة التفاعل مع المحتوى أو الزملاء	24	8.5%
فقدان التركيز بسبب التشتت الناتج عن تعدد المنصات أو الإشعارات	78	27.7%
الإدمان على الاستخدام المفرط	52	18.4%
أخرى/لا تواجه أي صعوبات	1	0.4%
المجموع	282	100.0%

الجدول رقم (17): يبين الصعوبات التي تواجه المبحوثين أثناء استخدام الوسائط الرقمية

يوضح الجدول أن أبرز الصعوبات التي يواجهها المبحوثون أثناء استخدام الوسائط الرقمية هي ضعف الشبكة بنسبة 45%، يليها فقدان التركيز بسبب التشتت بنسبة 27.7%، ثم الإدمان على الاستخدام المفرط بنسبة 18.4%، تليها صعوبة التفاعل بنسبة 8.5%، وأخيرًا عدم وجود صعوبات أو صعوبات أخرى بنسبة 0.4%. تشير البيانات إلى أن البنية التحتية الرقمية تمثل العائق الأكبر، بينما تُظهر النسب الأخرى وجود تأثيرات سلوكية ومعرفية تعيق الاستخدام الفعال للوسائط، مثل التشتت والإدمان. ويتضح أن ضعف الشبكة هو التحدي الأبرز الذي يواجهه غالبية الطلبة في استخدام الوسائط الرقمية، يليه التشتت الذهني، مما يؤكد ضرورة تحسين الخدمات التقنية والدعم الرقمي داخل البيئة الجامعية.

2.5.3 . صعوبة التمييز بين الأغراض الأكاديمية والترفيهية أثناء استخدام الوسائط الرقمية

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	31	16.5
أحيانًا	71	37.8
لا	86	45.7
المجموع	188	100.0

الجدول رقم (18): يبين صعوبة التمييز بين الأغراض الأكاديمية والترفيهية أثناء استخدام الوسائط الرقمية



يوضح الجدول أن 45,7% من المبحوثين لا يجدون صعوبة في التمييز بين الأغراض الأكاديمية والترفيهية أثناء استخدام الوسائط الرقمية، بينما 37,8% أشاروا إلى أنهم يواجهون ذلك "أحياناً"، و 16,5% فقط أجابوا بـ "نعم". تشير النتائج إلى أن معظم الطلبة لديهم وعي كافٍ للفصل بين استخدام الوسائط الرقمية للدراسة والترفيه، رغم وجود نسبة معتبرة تعاني أحياناً من تداخل الأغراض، ما قد يعكس تأثير التشتيت الرقمي. يمكن القول إن أغلب الطلبة لا يواجهون صعوبة واضحة في التمييز بين الأهداف التعليمية والترفيهية خلال استخدامهم الوسائط الرقمية، مما يدل على مستوى جيد من التنظيم الرقمي لديهم.

3.5.3: رأي المبحوثين حول تأثير الاستخدام المفرط للوسائط على تنظيم الوقت

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	87	46.3
أحياناً	71	37.8
لا	30	16.0
المجموع	188	100.0

الجدول رقم (19): رأي المبحوثين حول تأثير الاستخدام المفرط للوسائط على تنظيم الوقت

يُظهر الجدول (19) أن نسبة 46.3% من المبحوثين يرون أن كثرة استخدام الوسائط الرقمية أثرت على تنظيم وقتهم، وهي النسبة الأكبر. تليها نسبة 37.8% أجابوا بـ "أحياناً"، في حين كانت النسبة الأقل 15.9% ممن أجابوا بـ "لا". تشير هذه النتائج إلى أن فئة كبيرة من الطلبة يشعرون بتأثير واضح لاستخدام الوسائط الرقمية على تنظيم وقتهم، إما بشكل دائم أو متكرر. النسبة المرتفعة للإجابتين "نعم" و "أحياناً" تعكس وجود تحدي حقيقي في إدارة الوقت وسط الاستخدام المتزايد للتقنيات الرقمية. بينما تمثل نسبة "لا" فئة أقل استطاعت التكيف أو التحكم في وقتها رغم كثافة الاستخدام. يمكن استنتاج أن أغلب الطلبة يواجهون صعوبات في تنظيم وقتهم نتيجة الاستخدام المكثف للوسائط الرقمية، مما يستدعي تعزيز الوعي بأساليب إدارة الوقت عند استخدام التكنولوجيا في الحياة الجامعية.

6.3 الفروق في أنماط استخدام الوسائط الرقمية لدى طلبة الإعلام والاتصال باختلاف النوع، السن،

1.6.3 عدد ساعات الاستخدام اليومي للإنترنت حسب متغير الجنس

الإجابة		الجنس		المجموع
		ذكر	أنثى	
عدد ساعات استخدام الإنترنت يومياً	من 1 إلى 3 ساعات	4	30	34
		14.8%	18.6%	18.1%
	من 4 إلى 6 ساعات	12	55	67
		44.4%	34.2%	35.6%
	أكثر من 6 ساعات	11	76	87
		40.7%	47.2%	46.3%



المجموع	التكرار	27	161	188
	النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%

الجدول رقم (20): يبين عدد ساعات استخدام الإنترنت يوميا حسب متغير الجنس

من خلال الجدول (01) الذي يبين عدد ساعات استخدام الإنترنت يوميا حسب متغير الجنس نجد أن الإجابة من 1 إلى 3 ساعات تصدرتها نسبة 18.6% لصالح الإناث تلتها نسبة 14.8% لصالح الذكور، بينما الإجابة من 4 إلى 6 ساعات جاءت بنسبة 44.4% لصالح الذكور ثم نسبة 34.2% لصالح الإناث، أما الإجابة أكثر من 6 ساعات سجلت نسبة 47.2% لصالح الإناث ونسبة 40.7% لصالح الذكور، تشير المعطيات إلى أن معظم الطلبة، ذكورا وإناثا، يستخدمون الإنترنت لساعات طويلة يوميا، حيث كانت فئة "أكثر من 6 ساعات" هي المهيمنة. خاصة عند الإناث. في المقابل، نجد أن قلة قليلة فقط تقتصر على الاستخدام الخفيف (من 1 إلى 3 ساعات). كما يظهر أن الذكور يتوزعون بشكل أكبر على فئة "من 4 إلى 6 ساعات"، مما يعكس توازنا نسبيا في الاستخدام بين المتوسط والمفرط. نستنتج أن الطلبة الجامعيين يستخدمون الإنترنت بشكل مكثف يوميا، حيث شكّلت فئة "أكثر من 6 ساعات" النسبة الأعلى، خاصة عند الإناث. وهذا يشير إلى اعتماد كبير على الوسائط الرقمية في الحياة اليومية، سواء لأغراض أكاديمية أو ترفيهية.

2.6.3 : الوسائط الرقمية التي يستخدمها المبحوثين بشكل يومي حسب متغير الجنس

الإجابة	التكرار	الجنس		المجموع
		ذكر	أنثى	
فيسبوك	التكرار	20	55	75
	النسبة %	4.3%	11.7%	16.0%
إنستغرام	التكرار	26	145	171
	النسبة %	5.5%	30.9%	36.5%
واتساب	التكرار	11	41	52
	النسبة %	2.3%	8.7%	11.1%
تيليغرام	التكرار	11	44	55
	النسبة %	2.3%	9.4%	11.7%
منصة موودل	التكرار	2	15	17
	النسبة %	0.4%	3.2%	3.6%
البوابة الالكترونية لجامعة الجزائر3	التكرار	3	25	28
	النسبة %	0.6%	5.3%	6.0%
تيك توك	التكرار	6	25	31
	النسبة %	1.3%	5.3%	6.6%



سنايشات	التكرار	2	20	22
	النسبة %	0.4%	4.3%	4.7%
شات جي بي تي	التكرار	1	6	7
	النسبة %	0.2%	1.3%	1.5%
يوتيوب	التكرار	1	10	11
	النسبة %	0.2%	2.1%	2.3%
المجموع	التكرار	83	386	469
	النسبة %	17.7%	82.3%	100.0%

الجدول رقم (21): يبين الوسائط الرقمية التي يستخدمها المبحوثين بشكل يومي حسب متغير الجنس

وضح الجدول (21) الوسائط الرقمية الأكثر استخدامًا يوميًا حسب الجنس. جاءت إنستغرام في المرتبة الأولى بنسبة 36.5% من مجموع العينة، بينها 30.9% من الإناث و 5.5% من الذكور، تليها فيسبوك بنسبة 16% (11.7% إناث، 4.3% ذكور). ثم جاءت باقي الوسائط بنسب أقل: واتساب (11.1%)، تيليغرام (11.7%)، تيك توك (6.6%)، والبوابة الإلكترونية (6%)، وكانت أقل الوسائط استخدامًا هي: شات جي بي تي (1.5%) ويوتيوب (2.3%).

تُظهر المعطيات أن الإناث يتصدرون نسبة الاستخدام اليومي لمعظم الوسائط الرقمية، خاصةً منصات التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام، تيك توك، وسنايشات. في المقابل، يظهر أن الذكور يمثلون نسبة أقل بكثير في الاستخدام اليومي لجميع المنصات تقريبًا. هذا قد يُعزى إلى اختلاف الاهتمامات الرقمية أو نمط التفاعل مع الوسائط بين الجنسين.

يتضح أن الإناث هنّ الفئة الأكثر استخدامًا للوسائط الرقمية بشكل يومي، خصوصًا لمنصة إنستغرام، ما يجعلها الأداة الرقمية الأكثر رواجًا بين المبحوثين. كما يُشير ذلك إلى أن الفضاء الرقمي يُستخدم بدرجة أكبر لأغراض اجتماعية وشخصية، خاصة من قبل الطالبات.

3.6.3 : الوسائط الرقمية التي يستخدمها المبحوثين بشكل يومي حسب متغير العمر

المجموع	العمر					
	أقل من 20 سنة	من 20 إلى 22 سنة	من 23 إلى 25 سنة	أكثر من 25 سنة		
فيسبوك	التكرار	6	49	17	3	75
	النسبة %	1.3%	10.4%	3.6%	0.6%	16.0%
إنستغرام	التكرار	30	112	25	4	171
	النسبة %	6.4%	23.9%	5.3%	0.9%	36.5%
واتساب	التكرار	6	30	12	4	52
	النسبة %	1.3%	6.4%	2.6%	0.9%	11.1%
تيليغرام	التكرار	7	37	8	3	55



11.7%	0.6%	1.7%	7.9%	1.5%	النسبة %	
17	0	2	13	2	التكرار	منصة موودل
3.6%	0.0%	0.4%	2.8%	0.4%	النسبة %	
28	1	6	17	4	التكرار	البوابة الإلكترونية لجامعة الجزائر 3
6.0%	0.2%	1.3%	3.6%	0.9%	النسبة %	
31	0	4	18	9	التكرار	تيك توك
6.6%	0.0%	0.9%	3.8%	1.9%	النسبة %	
22	0	3	16	3	التكرار	سنايشات
4.7%	0.0%	0.6%	3.4%	0.6%	النسبة %	
7	0	1	3	3	التكرار	شات جيبتي
1.5%	0.0%	0.2%	0.6%	0.6%	النسبة %	
11	1	2	5	3	التكرار	يوتوب
2.3%	0.2%	0.4%	1.1%	0.6%	النسبة %	
469	16	80	300	73	التكرار	المجموع
100.0%	3.4%	17.1%	64.0%	15.6%	النسبة %	

الجدول رقم (22): يبين أهم الوسائط الرقمية التي يستخدمها المبحوثين بشكل يومي حسب متغير العمر

وفقاً للجدول رقم (22)، بلغ العدد الإجمالي لاستخدام الوسائط الرقمية بشكل يومي عبر جميع الفئات العمرية 469 استخداماً. سجلت الفئة العمرية من 20 إلى 22 سنة أعلى نسبة مشاركة (64.0%)، تليها فئة 23 إلى 25 سنة (17.1%)، ثم أقل من 20 سنة (15.6%)، وأخيراً الفئة الأكبر من 25 سنة بنسبة ضعيفة (3.4%).

من حيث الوسائط المستخدمة، احتل إنستغرام المرتبة الأولى بنسبة 36.5% من مجموع الاستخدامات، تلاه فيسبوك بنسبة 16%، ثم تيليغرام بـ 11.7%، وواتساب بـ 11.1%. أما الوسائط الأكاديمية مثل منصة موودل والبوابة الإلكترونية لجامعة الجزائر فكانت نسب استخدامها منخفضة، بـ 3.6% و 6.0% على التوالي.

يتضح من النتائج أن الاستخدام اليومي للوسائط الرقمية يتركز بشكل أساسي في تطبيقات التواصل الاجتماعي والترفيه، وعلى رأسها إنستغرام وفيسبوك، خصوصاً لدى الفئة العمرية من 20 إلى 22 سنة، ما يدل على تزايد انخراط الطلبة في شبكات التفاعل السريع والمحتوى البصري. بالمقابل، يظهر ضعف واضح في استخدام المنصات التعليمية الرسمية مثل موودل والبوابة الإلكترونية، ما يعكس تراجع الاهتمام بالوسائط ذات الطابع الأكاديمي.



وتُظهر الفروقات العمرية أن الطلبة الأصغر سنًا يميلون لاستخدام تيك توك و سنابشات أكثر من غيرهم، بينما الاستخدام المنظم للمنصات التعليمية محدود للغاية، خاصة لدى الفئة الأكبر سنًا. كما أن تطبيقات مثل شات جي بي تي ويوتيوب لم تحظَ بنسبة استخدام كبيرة، ما يشير إلى قلة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي أو محتوى الفيديو التعليمي في الحياة الجامعية اليومية.

4. النتائج العامة للدراسة

أظهرت نتائج الدراسة أن طلبة الإعلام والاتصال يعتمدون بشكل كبير على الوسائط الرقمية في حياتهم اليومية داخل البيئة الجامعية. وقد تبين أن الاستخدام اليومي يتركز بالأساس على التطبيقات ذات الطابع الاجتماعي والترفيهي مثل فيسبوك، إنستغرام، واتساب، في حين كانت نسبة استخدام المنصات التعليمية الرسمية مثل منصة موودل أو البوابات الالكترونية للجامعة منخفضة نسبيًا. وهذا يعكس فتورًا عامًا في الإقبال على الفضاءات الرقمية ذات الطابع الأكاديمي، مما يطرح إشكالية تتعلق بجاذبية التعليم الرقمي الجامعي وفعاليتة.

كما أظهرت النتائج أن الطلبة يستخدمون الوسائط الرقمية بشكل دائم ويومي، ما يشير إلى أنها أصبحت عنصرًا ملازمًا في روتينهم الجامعي. هذا الحضور المكثف قد يؤثر على تنظيم الوقت، نمط الحياة الجامعية، وحتى مستوى التفاعل الجاهي، مما يعكس تحولًا في بنية الاتصال داخل الوسط الجامعي، من التواصل المباشر إلى الاعتماد المتزايد على الوسائط الرقمية كوسيلة رئيسة للتفاعل.

من جهة أخرى، بينت الدراسة أن أنماط الاستخدام تختلف من حيث التوقيت والتكرار، حيث يستخدم الطلبة هذه الوسائط غالبًا بعد أوقات الدراسة وطوال اليوم، وذلك لأغراض متعددة أبرزها التسلية، التثقيف، والتواصل الاجتماعي، بينما تقل نسبة الاستخدام في الأغراض التعليمية المباشرة. كما ينجذب الطلبة أكثر إلى الوظائف الترفيهية والتثقيفية على حساب الوظائف التعليمية أو المهنية.

فيما يخص دوافع الاستخدام، توصلت الدراسة إلى أن الطلبة يرون في الوسائط الرقمية أداة تسهل التواصل مع الزملاء، وتساعدهم على تبادل المحاضرات والمراجعة الجماعية، مع وجود نسبة معتبرة من الطلبة تستخدم هذه الوسائط أيضًا لتجنب التواصل الجاهي في بعض الحالات. ومع ذلك، لم يتبين أن هناك استغناء تامًا عن التواصل المباشر، بل يظهر أن الوسائط تُستخدم كأداة مكملية وليست بديلًا كليًا.

أما عن التأثير الأكاديمي والاجتماعي، فقد أفادت غالبية الطلبة أن الوسائط الرقمية أسهمت في تحسين تحصيلهم الأكاديمي وسهّلت عملية التعلم، خصوصًا من حيث الوصول إلى المحتوى ومشاركة المعرفة. كما أظهرت دورًا إيجابيًا في تعزيز العلاقات الاجتماعية بين الطلبة، دون أن تؤثر بشكل سلبي كبير على العلاقات الواقعية، ما يدل على قدرة الطلبة على تحقيق توازن بين العالمين الرقمي والواقعي.

في المقابل، أبرزت الدراسة وجود تحديات وصعوبات تواجه الطلبة في استخدام هذه الوسائط، من أبرزها ضعف شبكة الإنترنت، فقدان التركيز، الإدمان، وصعوبة الفصل بين الاستعمال الأكاديمي والترفيهي. كما ظهر أن الاستخدام المفرط قد يؤثر على تنظيم الوقت والتحكم في الأولويات الدراسية.

وأخيرًا، كشفت النتائج عن وجود فروق دالة في أنماط ودوافع الاستخدام حسب السن والجنس؛ حيث تميل الفئات الأصغر سنًا إلى الاستخدام الترفيهي والاجتماعي، بينما أظهرت الفئات الأكبر اهتمامًا نسبيًا بالبعد التعليمي. كذلك، تميل الإناث إلى التواصل الاجتماعي عبر الوسائط، بينما يستخدم الذكور الوسائط بشكل أكثر تنوعًا.



5. الخاتمة

كشفت الدراسة عن واقع رقمي متنامٍ داخل الوسط الجامعي، حيث أصبحت الوسائط الرقمية مكونًا أساسيًا في الحياة اليومية لطلبة الإعلام والاتصال. فقد بيّنت النتائج أن الاستخدام المكثف لهذه الوسائط يتمحور أساسًا حول التطبيقات الاجتماعية والترفيهية، في حين لا تزال المنصات التعليمية الرقمية تعاني من ضعف في الإقبال والاستخدام الفعلي.

تُظهر الدراسة أن الطلبة يستخدمون الوسائط الرقمية لأغراض متعددة تتراوح بين الترفيه، التواصل، وإنجاز بعض المهام الأكاديمية، ما يعكس تنوعًا في الوظائف والدوافع. كما أن هذه الوسائط لم تؤدّ إلى عزلة اجتماعية كما يُروّج أحيانًا، بل ساهمت في تعزيز العلاقات بين الطلبة، مع بقاء التواصل الوجهي محافظًا على أهميته.

من جهة أخرى، تُبيّن النتائج وجود بعض التحديات التي يواجهها الطلبة، مثل التشتت الذهني وصعوبات تنظيم الوقت، إلى جانب ضعف البنية التحتية الرقمية في بعض المؤسسات الجامعية. ومع ذلك، فإن تقييم الطلبة لتأثير الوسائط الرقمية يظل في مجمله إيجابيًا، خاصة من حيث دعم التجربة الجامعية عمومًا.

وانطلاقًا من هذه النتائج، تقترح الدراسة مجموعة من التوصيات العلمية والتربوية لتعزيز الاستخدام الإيجابي للاتصال الرقمي في الوسط الجامعي، من أهمها:

1. دمج التربية الرقمية في المناهج الجامعية عبر مقررات وورش عمل تُعنى بتنمية مهارات الاستخدام الأخلاقي والناقد للوسائط الرقمية.
2. تطوير المنصات التعليمية الجامعية وجعلها أكثر تفاعلية وجاذبية من خلال محتوى بصري وتفاعلي يتناسب مع أساليب التعلم الحديثة.
3. تدريب الأساتذة والطلبة على الكفاءة الرقمية الأكاديمية لتمكينهم من استثمار الوسائط الرقمية في التعليم التشاركي والإبداعي.
4. إطلاق مبادرات رقمية طلابية (نوادي رقمية، مسابقات، حملات توعوية) تعزز ثقافة الاستخدام المسؤول والإنتاج الرقمي الهادف.
5. تعزيز البحث العلمي في الاتصال الرقمي لدراسة أثر الوسائط على التحصيل والتفاعل الأكاديمي وبناء الهوية الجامعية.
6. وضع سياسات مؤسسية واضحة تحدد ضوابط الاستخدام داخل الحرم الجامعي، وتشجع الممارسات الإيجابية وتحمي من السلوكيات الرقمية الضارة.

7. توفير دعم تقني مستمر وتحسين البنية التحتية الرقمية داخل الجامعات لتسهيل النفاذ العادل والفعال إلى الموارد الإلكترونية.

التحديات المستقبلية

رغم أهمية هذه التوصيات، إلا أن تطبيقها يواجه جملة من التحديات، أبرزها:

- ضعف التمويل والبنية التقنية في بعض الجامعات.
- محدودية الوعي بأهمية الثقافة الرقمية الأكاديمية.
- نقص الكفاءات المؤهلة لتدريس وتوجيه التربية الرقمية.
- مقاومة بعض الفاعلين للتغيير نحو بيئات تعليمية رقمية أكثر انفتاحًا.
- الحاجة إلى موازنة الاستخدام الأكاديمي مع الجوانب النفسية والاجتماعية لتجنب الإدمان الرقمي والتشتت المعرفي.



6. قائمة المراجع:

المؤلفات العربية:

1. بوجطو، ح.، & فالق، ع. (2015). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الثقافة التنظيمية للمؤسسة: إدارة الموارد البشرية. مجلة التنمية، (3)، 289-28. جامعة البليدة: دار التل للطباعة.
2. حمدي، م. الفاتح، بوسعدية، م.، قرناي، ي. (2011). تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة: الاستخدام والتأثير. الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
3. دليو، ف. (2012). التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: الاستعلامات والآثار. الجزائر: مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع.
4. شطاح، م. (2006). قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا. الجزائر: دار الهدى.
5. صديقي، ح.، حميدة، ح. (2011). استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على علاقات العمل في المؤسسة. الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
6. عبد الحميد، محمد (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (الطبعة الثالثة). القاهرة: عالم الكتب.
7. علم الدين، م. (2005). تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة (الطبعة الأولى). القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.
8. فريد، ع. م. (2018). الاتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية. مصر: دار النشر للجامعات.

المؤلفات الانجليزية

1. Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students. *Social Media + Society*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
2. Drake, P. D. (2017). A study of digital communications between universities and students. [Doctoral dissertation, University of Missouri—St. Louis]. ProQuest Dissertations Publishing.
3. Fausto, G., Rosatelli, M. C., & Micallef, L. (2020). Mobile social media usage and academic performance. *Journal of Educational Technology Systems*, 49(2), 193–210.
4. Jian Li, P., Chen, P., & Man, L. (2024). Understanding the influence of social media on university students' communication skills in digital information environment. *Journal of Educational Media and Communication Studies*, 12(1), 45–63.
5. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
6. Nova Southeastern University. (2021). Using social media within an assemblage and circulation framework. [Doctoral dissertation, Nova Southeastern University]. NSUWorks.
7. Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective. *Internet Research*, 19(1), 7–25. <https://doi.org/10.1108/10662240910927795>
8. Subaveerapandiyan, A., & Sinha, P. (2022). Digital literacy and reading habits of the DMI—St. Eugene University students. *Journal of Information and Knowledge Management*, 21(3), 1–14.



9. Thuseethan, S., & Kuhanesan, S. (2015). Influence of Facebook in academic performance of Sri Lankan university students. *Global Journal of Computer Science and Technology*, 15(4), 1–7.
10. Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>

Translated Reference List (English)

1. Abdul Hamid, M. (2004). *Media theories and trends of influence* (3rd ed.). Cairo: Alam Al-Kutub.
2. Hamdi, M. F., Bousaadia, M., & Kernani, Y. (2011). *Modern communication and media technology: Usage and impact* (1st ed.). Algeria: Kenouz Al-Hikma Publishing and Distribution.
3. Alam El-Din, M. (2005). *Information and communication technology and the future of the press industry* (1st ed.). Cairo: Al-Sahab Publishing and Distribution.
4. Seddiqi, H., & Hamida, H. (2011). *Uses of modern communication technologies and their impact on workplace relationships*. Algeria: Kenouz Al-Hikma Publishing and Distribution.
5. Farid, E. M. (2018). *Communication and its traditional and technological mass media*. Egypt: University Publishing House.
6. Chatah, M. (2006). *Media issues in the age of globalization between technology and ideology*. Algeria: Dar Al-Huda.
7. Bougato, H., & Faleq, A. (2015). The impact of ICT on the organizational culture of institutions: Human resources management. *Development Journal*, (3), 28–289. Blida University: Dar El-Tell Publishing.
8. Daliou, F. (2012). *New technologies of media and communication: Information and impacts*. Algeria: Al-Rachad Library for Printing, Publishing and Distribution.
9. Ben Amrouche, F. (2015). Digital communication: A study in some theoretical foundations of uses and gratifications. *Algerian Journal of Communication*, 17(23), 153–165.