

## الفرص التدريبية والدراسية بمنصات التواصل الاجتماعي وتوجهات الطلاب نحوها

"طلاب جامعة طرابلس نموذجاً"

أ.عمر قاسم سويكر

جامعة سرت، ليبيا

[omer45898@gmail.com](mailto:omer45898@gmail.com)

أ.محمود رمضان النقتاق

جامعة طرابلس، ليبيا

[mahmud.alnagnag@gmail.com](mailto:mahmud.alnagnag@gmail.com)

### ملخص

مع تطور اعتماد الجمهور على مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي لاستقاء المعلومات وتكوين الرأي حول الكثير من الموضوعات المحلية والدولية، تطور ظهور الإعلانات عن فرص تدريبية ودراسية عبر منصات التواصل الاجتماعي تستهدف الطلاب، خصوصاً في دول ومناطق النزاعات مثل: ليبيا، وسوريا، واليمن،... الخ وإتاحة المنح لمواطنيها في فرص اللجوء للدراسة، أو تنمية مهاراتهم بمجالات متنوعة محلياً وبشكل مجاني عبر تدريبات الانترنت بالورش، غالباً ما يتم التعرف عليها من خلال ما تطرحه منصات التواصل حولها من أخبار وإعلانات، فاستهدف البحث اتجاهات الرأي العام المتكونة لدى الطلاب الجامعيين في ليبيا نحو الفرص التدريبية والتعليمية المعلنة عبر منصات التواصل؟ استخدم خلاله الباحثان عينة من طلاب جامعة طرابلس كنموذج للبحث، لتحديد مدى استفادتهم من المنح الدراسية والبرامج التدريبية، وقد تمثلت أبرز النتائج في أن هناك توجهها مقبولاً، وليس بالقوي لدى الطلبة الجامعيين إزاء متابعتهم للفرص التدريبية والمنح عبر المواقع ومنصات التواصل، فضلاً عما يشكله عامل المحددات الخاصة كالجنس والعمر والتخصص والمرحلة الدراسية من عامل متغير ومهم في توجهات الطلاب الجامعيين نحو فرص التعلم ومتابعتهم لتكوين آرائهم عبر منصات التواصل. ويشكل فيسبوك المنصة الأبرز لمتابعة مناشط فرص التعلم لدى الطلبة الجامعيين.

### Abstract

*With the development of public reliance on social networking sites and platforms to obtain information and form opinions on many local and international issues, advertisements for training and study opportunities have developed through social*

*media platforms targeting students, especially in conflict countries and regions such as: Libya, Syria, Yemen, ... Etc. and providing grants to its citizens in opportunities for asylum to study, or developing their skills in various fields locally and for free through online training in workshops, often recognized through the news and advertisements offered by communication platforms around them, so the research aimed at the public opinion trends formed among university students in Libya towards Training and educational opportunities announced through communication platforms? During which the researchers used a sample of students at the University of Tripoli as a model for research, to determine the extent to which they benefit from scholarships and training programmes. Specific factors such as gender, age, specialization, and stage of study are a variable and important factor in the attitudes of university students towards learning opportunities and their follow-up to form their opinions through communication platforms. Facebook is the most prominent platform for following up the activities of learning opportunities for university students.*

### اشكالية البحث:

مع تطور اعتماد الجمهور على مواقع منصات التواصل الاجتماعي لاستقاء المعلومات وتكوين الرأي حول الكثير من الموضوعات المحلية والدولية، تراكم ظهور الإعلانات عن فرص تدريبية ودراسية خلال تلك المنصات تستهدف الطلاب، خصوصا في دول ومناطق النزاعات مثل: ليبيا، وسوريا، واليمن، ... الخ، وإتاحة المنح لمواطنيها في فرص اللجوء للدراسة، وتنمية مهاراتهم بمجالات متنوعة بدول أكثر استقرارا، أو تنميتها محليا ومجانيا عبر تدريبات الانترنت، يكون الاختيار وفق معايير وشروط محددة وضوابط تطرحها تلك الإعلانات وتلقى فيه إقبالا ملحوظا، لذا رأى الباحثان أنه من الجدير دراسة صوغ الاشكالية بالسؤال التالي: ما اتجاهات الرأي العام المتكونة لدى الطلاب الجامعيين في ليبيا نحو الفرص التدريبية والتعليمية المعلنة عبر منصات التواصل؟ وذلك لتحديد مدى استفادتهم من المنح الدراسية والبرامج التدريبية الموجهة لهم.

### أهمية البحث:

انطلاقا من الإشكالية الأنفة، يرى الباحثان أن الأهمية تتأتى في النقاط التالية:

1. الوصول إلى رؤية حول مدى الإقبال والصعوبات التي تعترض الطالب الجامعي بالمجتمع المحلي للبحث، في سعيه للحصول على فرص تنموية للتدريب أو الدراسة؛ ما قد يفضي

- لإتاحة مجال رحب للبحاث الآخرين لفهم أبعاد أوسع حول مجال الفرص خلال منصات التواصل وتحليل تفاصيلها.
2. ما يسعى إليه الباحثان بمحاولة تحقيق إسهام متواضع، قد يضاف إلى مجال بحوث الاتصال الرقمي والمنصات الاجتماعية وتحديد اتجاهات الرأي العام المتدفق خلالها.
3. السعي لتقديم إثراء معرفيا يضاف للمكتبة الإعلامية، بموضوعات حديثة لها علاقة بدراسات الرأي العام، والاتجاهات الميدانية للجمهور.

### دراسات سابقة

- هدفت دراسة (عمر 2019)<sup>1</sup> للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل الرأي العام النوعي تجاه القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، من خلال التطبيق على عينة من المستخدمين بولاية الخرطوم، وقد وضعت العديد من التساؤلات أهمها ما المواقع التي تشكل الرأي العام النوعي وإلى أي مدى يمكن أن تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام؟ استخدم خلالها المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبيان، ومن أبرز نتائجها أن لوسائل التواصل دور كبير في تشكيل توجهات الجماهير تجاه الرأي العام النوعي، كما اتضح أن لمواقع التواصل الاجتماعي مساحة حرة يمكن أن تعزز فرص تشكيل رأي عام نوعي، وكذلك أصبحت تتفوق على وسائل الإعلام التقليدية. وتتشابه الدراسة بهذا البحث في المنهج والأداة البحثية، والتساؤل حول مدى إسهام المنصات في تشكيل الرأي العام، واختلفتا في طبيعة القضايا المدروسة.
- بينما تقاطعت الدراسة السابقة (المدني 2015)<sup>2</sup> وهذا البحث في المنهج والأداة واهتمامهما بفئة الشباب والاعتماد عليه كنموذج للبحث، واختلفتا في طبيعة الظاهرة المدروسة، وبالرغم من التباين الظاهر بين كليهما إلا أن هناك نتائج مقاربية وبخاصة في نتائج التساؤلات التمهيدية للاستمارة، كالإقبال على الفيسبوك وتصدره قائمة أولويات المبحوثين في الدراستين على حد سواء، إضافة إلى التوافق فيما يتعلق بضعف الثقة في العديد مما هو موجود على شبكات التواصل. ولقد هدفت الدراسة لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلاب الجامعات السعودية، وهو موضوع قريب جدا ومشابه للبحث الحالي، حيث جعلت تلك الدراسة من جامعة أم القرى نموذجا؛

استخدم لها المنهج الوصفي وأداة الاستبيان، للتعرف على التوجهات العامة للشباب تجاه القضايا المطروحة على الشبكات ووجهات نظر الشباب وميولهم نحو ما هو مطروح وتقييمهم له، وقد توصلت إلى نتائج أبرزها تصدر منصة الفيس بوك سلم أولويات الشباب ومن تم توتير، واهتمام الشباب بالتعرف على وجهة نظر الآخرين إزاء القضايا المختلفة، كما أثبتت أن تأثير الطلاب في تشكيل الرأي العام من وجهة نظرهم كانت متوسطة، وأوصت الدراسة بالعديد من التوصيات أهمها ضرورة توجيه الشبكات لصالح تنمية الشباب على جميع الأصعدة الحياتية.

- فيما استقرت دراسة (الديبسي، والطاهات 2013)<sup>3</sup> بشكل أعمق مدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بين طلاب الجامعات الأردنية، ومعدلات استخدامها، ومعرفة مدى الحرية المتاحة للطلاب في استخدام الشبكات كأدوات للتعبير عن الرأي، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام، ومدى ثقة الطلاب فيما تبثه شبكات التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات، وقد استخدمت المنهج الوصفي، وأداة الاستبيان، وظهرت بنتائج أبرزها أن نسبة عالية تستخدم الإنترنت، وأكثر نسبة الاستخدام حظت بها وسيلة الفيسبوك، كما أن لوسائل التواصل الاجتماعي عدة مميزات وعيوب كمضيعة الوقت، وتشويه وتحريف الحقائق، وترويج الشائعات، وتتفق هذه الدراسة مع البحث الراهن في استخدام المنصات ولا سيما الفيسبوك الأكثر اهتماما وتفضيلا لدى الطلاب، وكذلك وضع الباحثان تساؤلات تتقصى مدى ثقة الجامعيين بمصادقية الأخبار حول فرص التعلم "موضوع الدراسة"، بالاستفادة من نتائج الدراسة السابقة حول الترويج والتحريف.

### أهداف البحث

يعتقد الباحثان أن أهداف البحث موضع الدراسة تكمن فيما يلي:

1. التعرف على توجهات الطلاب الليبيين نحو الفرص الدراسية والتدريبية، المطروحة عبر منصات التواصل الاجتماعي.
2. استقراء توجهات الطلاب نحو الفرص التدريبية والدراسية، مقارنة بمتغيرات أخرى كالجنس، والعمر، والتخصص، ومكانية الفرص المطروحة.

3. التعرف على أبرز منصات التواصل الاجتماعي التي تشكل محور اهتمام الطلاب الليبيين في البحث عن فرص الدراسة والتدريب.
4. معرفة مدى ثقة الطلاب الجامعيين في فرص التعلم التي تطرحها منصات التواصل.
5. استشفاف أسباب التفضيل لمنصات ومواقع محددة، لدى المبحوثين تجاه فرص التعلم.
6. فهم الصعوبات التي تواجه المبحوثين خلال بحثهم عن فرص التعلم المقدمة عبر منصات التواصل.
7. التعرف على مجال ونوع الفرص الأكثر اهتماما ورواجا لإقبال ومتابعة المبحوثين.

### تساؤلات البحث

مما يهدف إليه البحث يسعى الباحثان بمحاولة الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. هل يتابع الطلاب الجامعيين منصات التواصل لتشكيل آرائهم حول الفرص التدريبية والدراسية من خلال أخبارها على منصات التواصل الاجتماعي؟
2. لأي مدى تؤثر محددات ومتغيرات معينة بتوجهات الطلاب نحو الفرص التدريبية والدراسية.
3. أي منصات التواصل تشكل محور اهتمام أكبر لدى المبحوثين ببحثهم عن فرص التعلم؟
4. ما مدى إقبال الطلاب الليبيين على الفرص التعليمية المقدمة لبلدانهم؟
5. ما مدى ثقة المبحوثين بأخبار وإعلانات المنصات حول الفرص التدريبية والمنح الدراسية؟
6. أي أنواع وتخصصات الفرص يفضلها المبحوثين بمتابعتهم عبر المنصات؟

### مجتمع البحث

لما يجسده هذا البحث من دراسة استطلاعية، قد تشكل نواه لأبحاث مستقبلية بموضوعها، اختار الباحثان تخصيص المجتمع بطلاب جامعة طرابلس، كنموذج للبحث يمكن القياس عليه؛ خاصة أن الشباب الجامعي باختلاف مراحلهم الدراسية سواء البكالوريوس والليسانس أو الدرجات الأعلى الماجستير والدكتوراه، هو المستهدف غالبا بإعلانات الفرص التدريبية والمنح الدراسية الموجهة له والمعنيون أكثر بفرص التعلم، وفقا للعدد من الإحصائيات والمؤشرات القياسية بالفئات الأكثر تصفحا لشبكة الانترنت، والأعلى متابعة لمنصات التواصل، ما قد يشكل من خلالها رأيه نحو تلك الفرص.

### منهج وأداة للبحث

يستخدم الباحثان خلال هذه الورقة المنهج الوصفي لمعالجة الموضوع محل البحث؛ وذلك لاعتباره الأنسب لطبيعة سرد المعلومات وتفسيرات المشكلة بالشكل والاستقراء العلمي المناسب، وقد استخدمت أداة الاستبيان، كأفضل الأدوات البحثية للوصول إلى إجابة عن التساؤلات المطروحة، والتعرف على اتجاهات الرأي العام المتكونة لدى الطلاب الجامعيين في ليبيا، نحو الفرص التدريبية والتعليمية المعلنة عبر منصات التواصل.

### حدود البحث

زمنياً: تقوم حدود البحث خلال فترة انطلاق وإعداد الورقة في غضون شهرين (فبراير ومارس) 2023، أما بشرياً ومكانياً: فاندرجت القراءة البحثية ضمن إطار إلكتروني بتوزيع استبانة على طلاب جامعة طرابلس، شارك خلالها نحو 45 طالب وطالبة من جامعة طرابلس بتخصصات ومراحل مختلفة.

### اختبار صدق الأداة

لقد تم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة الإلكترونية من خال عرضها على محكمين ذوي خبرة بمجال الاتصال والبحث العلمي، عدلت بعض بنودها بالإضافة، وفقاً لما أبداه التحكيم من ملاحظات.

### تحديد المصطلحات

لفض الاشتباه الاصطلاحي خلال هذا البند المنهجي للورقة جملة من المصطلحات الواردة في سياقها، وذلك لتحديد بدقة علمية، ووفقاً لما يقصدانه إجرائياً؛ تتحدد فيما يأتي:-

- **منصات التواصل:** عموم مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية التي يتم متابعتها ومن قبل المستخدمين ويمتلكون بها حسابات تسهل عليهم تتبع كل ما يتم نشره.

- **الفرص التدريبية:** ورش العمل ودورات التدريب الحضوري أو الافتراضي والندوات والملتقيات العلمية عبر الانترنت بأي مجال من مجالات المعارف.
- **المنح الدراسية:** عروض فرص استكمال الدراسة الجامعية، بالداخل والخارج، وأيضا الدراسات العليا مثل منح دراسة الماجستير والدكتوراه.
- **فرص التعلم:** مصطلح يختصر ويعبر عن (الفرص التدريبية والمنح الدراسية).

### الرأي العام وشبكات الأنترنت

في أبسط مفاهيم الرأي العام يمكن القول أنه "مجموعة من الآراء تجاه قضية أو موضوع ما سواء كانت تلك الآراء مؤيدة أو معارضة أو محايدة بغرض التأثير سلبا أو إيجابا بطرق مباشرة أو غير مباشرة على الأحداث ربما يسعى أفراد المجتمع من خلال تلك الآراء لتعديل سلوك ما أو تغيير قرارات غير مدروسة ومثبت ضررها على المجتمع، ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت شريكة في صياغة الرأي العام عبر أدواتها الفاعلة والمؤثرة ساعدت على تسارع وتيرة تكوّنه إلا أنه من غير المنطقي الإسهاب في دورها وإقصاء العوامل الأخرى"<sup>4</sup>

مما لا يخفى على أحد أن الرأي العام ودراساته أصبح أحد الموضوعات التي لاقى اهتماما واسعا من قبل الأكاديميين والباحثين في مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية، وأيضا من قبل المفكرين، وصنّاع القرار، ما يسهم في مناقشة قضايا الديمقراطية والعدالة والتنمية، والتشجيع على المشاركة السياسية، حيث تعتمد جميع المجتمعات الإنسانية في استقرارها وتماسكها، وتقدمها وتطورها على ما يتوفر لديها من وعي وفهم مشترك للقيم والفكر والسلوك، والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع،<sup>5</sup> ولقد خلق استخدام الانترنت في السنوات الأخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب والغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي)، التي تعد الأكثر انتشارا على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، وما تلعبه كوسيلة في نقل الأخبار والأحداث السياسية، وهذا شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها.<sup>6</sup>

ومع تطور التقنيات ووسائل التواصل ظهر "الإعلام الجديد عبارة عن شبكات المعلومات، ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، والمنتديات، وغرف المحادثات، ويكون بين طرفين: مرسل ومستقبل" أي ما يمكننا وصفه بالإعلام الشخصي الفردي، "إذ لم يعد حكراً على طبقة معينة، كما كان الشأن في الإعلام التقليدي، بل أضحى المواطن مسهماً في صناعة الرسالة الإعلامية، فاعلاً في المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي"<sup>7</sup> ولقد طورت شبكات التواصل الاجتماعي لتكون سهلة الاستخدام، ويستطيع أي مستخدم أن يتعامل معها ومع تطبيقاتها بكل يسر، مع اختلاف أعمار هؤلاء المستخدمين ومستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية، حيث أن استخدامها يحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس الحاسب الآلي، كما أنها تمتاز بالتصميم البسيط وسهولة إجراء المحادثات النصية والصوتية والمرئية، وتوفير صوراً متزامنة مع الوقت للتحديثات، وتقديم إشعارات معينة تثير انتباه المستخدم.<sup>8</sup>

كما إن دور شبكات التواصل زاد من أهمية دراسة دورها في التأثير السياسي وتشكيل الرأي العام، وقد "أثبتت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في السنوات القليلة الماضية على أنها ليست بمعزل عن الواقع، فعملت بشكل فاعل في تشكيل الرأي العام وتكوينه وتحريك الشارع بالعمل على كسر حاجز الخوف"<sup>9</sup> حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من الأدوات والمواقع المسهمة إسهاماً فعالاً في تغيير الرأي العام، وذلك لما لها من تأثير على المستخدمين، خاصة مع سهولة انتشارها للعوامل التقنية باتساع مجال الهواتف الذكية ويسر التعامل مع الأجهزة اللوحية وغيرها.

وحسب التقرير الصادر عن مؤسسة هوتسويت الكندية حول العالم الرقمي للعام 2019، فقد وصل عدد مستخدمي مواقع التواصل 136.1 مليون شخص أي نحو 53% من عدد سكان الدول العربية؛ الأمر الآخر الذي لفت إليه التقرير أن الدول العربية تتفوق على الدول المتقدمة في مدة الاستخدام الشبكي، وذلك بالنسبة للفئة العمرية من (16-64) عاماً،<sup>10</sup> كما أن تأثير دور الفرد بتشكيل الرأي العام من خلال "المدونات الإلكترونية" على سبيل المثال، التي تمثل نافذة مهمة تتيح نشر المعلومات في كافة مجالات المعرفة البشرية، أشارت فيه الإحصائيات إلى أن أكثر من 409 ملايين شخص يشاهدون أكثر من عشرين مليار صفحة تدوين شهرياً، وأن المستخدمين ينشرون 70 مليون منشور جديد و77 مليون تعليق جديد كل شهر، وتشير

إحصائية أخرى إلى أنه من بين 1.7 مليار موقع في العالم، هناك حوالي 500 مليون مدونة، وهذا إنما يشير بوضوح إلى أن تأثير المدونات قد لا يقل أهمية عن وسائل التواصل الاجتماعي التقليدية - فيسبوك وتويتر - في التأثير على الرأي العام.<sup>11</sup>

وأن الفكرة الملخصة لنظام الشبكات الاجتماعية يقوم على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في المواقع، يتم خلالها النشر بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور... الخ، أي أنها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم، بالتالي فلقد "أصبح للفضاء الإلكتروني، دور في صناعة وتشكيل الرأي العام، ليس فقط على مستوى المحلي بل على المستوى العالمي. بحيث أصبح هناك ما يزيد على مليار مُستخدم للإنترنت، وما يزيد على 4 مليار مستخدم للهاتف المحمول عالميا، وخاصة بين فئة الشباب مما أدى إلى ظهور أناس كثيرين فاعلين في تشكيل الرأي العام، وذلك بعد تفكك سيطرة الدولة لوسائل الإعلام".<sup>12</sup>

### شبكات التواصل وفرص التعلم

لجملة من العوامل إذا تضافرت مع طبيعة استخدام فئات خاصة في المجتمعات أمثال فئات الطبقة المتعلمة بشكل خاص لمواقع التواصل، فإنه قد أصبحت الشبكات الاجتماعية بديلاً اتصالياً أفضل عن الوسائل الأخرى التقليدية، بما استحدثته من أنماط جديدة للتفاعل الاجتماعي والاتصال بالآخرين دون التقيد بالموقع الجغرافي أو كلفة الانتقال أو عدم توافر الوقت اللازم للمقابلات؛ فمثلا تتسم منصات التواصل بخاصية المجانية، إذ لن تحتاج ممارسة المستخدم خلالها إلى نشاط معين على "الفيسبوك" إلى إمكانيات مادية، فيكفي الاشتراك في الموقع، وبالتالي تأسيس صفحة أو مجموعة وأيضا إمكانية ربطها كمجتمع قائم بذاته له خصوصيته ورواده قد تجمعهم مبادئ أو أفكار بعينها، أو مصالح مجتمعة، فلا سيما أن يسهل هذا السياق ويؤثر بفئات مثل الطلاب الجامعيين خلال بحثهم المستمر عن تنمية مهاراتهم أو تحقيق المزيد في الدرجات العلمية والمعرفية، على سبيل المثال بحثهم عن ورش التدريب بمجالات عديدة، بل وحضورها افتراضيا، ناهيك عن وصولهم بشكل سلس لعروض المنح الدراسية على الصعيدين

المحلي والعالمية، كما لا ننسى أنه في مضمار التعلم ولاسيما بعد اجتياح العالم بالإغلاق بالسنوات القليلة الماضية لتفشي جائحة كورونا، والتحول بشكل شبه كلي للتعلم والعمل عبر الانترنت، فلا يخفى أنه "بموجب بعض اتفاقيات وتعهدات الأمم المتحدة تلتزم الدول الغنية بتقديم 0.5% من ناتجها القومي في صورة مساعدات للدول الفقيرة، ومن تلك المساعدات يوجه جزء للمنع الدراسية والمساعدات التعليمية"<sup>13</sup>. وبمنطقية الطرح السابق، فيرى الباحثان أن منصات التواصل الاجتماعي موضع البحث أصبحت فعليا تشكل جانباً إعلامياً وإعلانياً وتجارياً له اعتبره، بل صداه وأثره في الرأي العام الافتراضي الذي سرعان ما يتحول إلى الواقع بما يتم ممارسته وإدراكه حول فرص التعلم، وهذا ما حاولا قراءته من خلال الجدولة التالية لنتائج الاستبيان الالكتروني الذي تم توزيعه على الباحثين.

### جداول البحث ومناقشة النتائج

#### (جدول 1) عينة الباحثين حسب متغير المحددات العامة

المتغير	فئات المحدد	ك	%
الجنس	ذكر	9	20%
	أنثى	36	80%
العمر	19-25	23	51%
	26-33	11	24.4%
	34-40	11	24.4%
المرحلة الجامعية	بكالوريوس - ليسانس	31	62.9%
	ماجستير	12	31.4%
	دكتوراه	2	5.7%
التخصص الدراسي	علوم إنسانية	17	40%
	علوم تطبيقية	28	60%
	المجموع	45	100

يتبين من الجدول السابق أن توجه الإناث بنسبة المشاركات في الاستبيان بلغت 80%، نحو اعلانات وأخبار فرص التعلم عبر منصات التواصل، أكثر عنه من توجه الذكور البالغ 20%، بينما جاء محدد الفئة العمرية بالفئة (19-25) وذلك بنسبة 51% وهو ما يبرز اهتمام طلبة مرحلة الدراسة الجامعية الدنيا عنه لدى فئات عمرية أكبر قد تكون بمراحل الدراسة العليا كالدكتوراه مثلا التي بلغت 5% فقط، وهذا ما تؤكد تفسيرات الباحثين حول أسباب توجههم

نحو فرص التدريب؛ وذلك لخلق فرص عمل موازية لفترة دراستهم في الجامعة<sup>14</sup>، فيما قد يكون طلاب الماجستير والدكتوراه الأكبر سناً، هم بالفعل منخرطين في سوق العمل ويمثلون جزءاً منه، وقد يهتمون بفرص التدريب ومنح الدراسة عن طريق مؤسساتهم المهنية وليس الجمعية (حيث عينة هذا البحث). كما أشارت بيانات الجدول أن توجه المبحوثين بمراحل مختلفة بدأ أعلى لدى الطلبة الجامعيين بالتخصصات التطبيقية 60%، أكثر عنه لدى توجه الطلبة بالعلوم الانسانية الذي بدأ أقل بنسبة 40%، ولقد شارك في الاستبيان طلاب في مجالات متنوعة توزعت على نحو (الإعلام، والفنون، وعلوم الرياضيات والاقتصاد، والزراعة، والهندسة، والطب، وعلوم الاجتماع، واللغات)، وظهر مؤشر العلوم الانسانية منها بنسبة أقل بلغت 40% فقط من لديهم توجه نحو فرص التعلم المتاحة أو المعلن عنها عبر منصات التواصل.

### (جدول 2) مدى متابعة المبحوثون واهتماماتهم بفرص التعلم

مؤشر المتابعة						مدى الاهتمام	
إلى حد ما		لا		نعم		هل أنت مهتم بمتابعة أخبار ورش التدريب والمنح الدراسية؟	
ك	%	ك	%	ك	%		
16	35.6%	2	4.4%	27	60%	هل سبق لك أن شاركت بدورة تدريبية أو تحصلت على منحة دراسية من خلال متابعتك لمنصات التواصل؟	
مجموع		لا		نعم			
ك	%	ك	%	ك	%		
45		29	64.4%	16	35.6%		

يتبين من الجدول السابق أن معدل اهتمام المبحوثين بمتابعة فرص التعلم بشقيها التدريبية أو الدراسية جاء مرتفعاً بمؤشر نعم بلغ 60%، وتدنت نسبة غير المهتمين إلى 4%، لكن بالمقابل ما يبدو أنه ليس كل المهتمين بمتابعة الفرص لديهم الحوافز الكافية للمشاركة فيها؛ فظهر مؤشر انعدام المشاركة بالدورات والمنح المعلن عنها عبر منصات التواصل عالياً بمؤشر 74%، بينما مؤشر المشتركين حل بنسبة أقل بلغت 35%، ويمكن ربط هذه النتائج بمعدلات مدى الاقتناع

والثقة في عموم الفرص المتاحة عبر المنصات، وهو ما يشكل في حد ذاته سببا لعدم المشاركة فيها. 15

(جدول 3 متعدد الاختيار) منصات التواصل التي يفضلها المبحوثون لتتبع فرص التعلم

المنصة	ك	%
فيسبوك	36	80%
انستجرام	9	20%
تليجرام	7	15.6%
لينكدن	5	11.1%
أخرى	9	20%

بالرغم ما يشكله موقع لينكدن من بيئة أكثر ضيقا بين المتخصصين بمجالاتهم، والربط والتشبيك بين مستخدميه بناء على السير الذاتية الخاصة والخدمات التي يقدمها المستخدم أو التي يبحث عنها، وإمكانية عرضها بدقة للأخرين وإفادتهم بدرجة عالية من الوصول إلا أنه قلت نسبة رواده والاعتماد عليه لدى المبحوثين وتفضيلاتهم للاطلاع على فرص التعلم خلاله بنسبة بلغت 11%، بينما ارتفعت مؤشرات التفضيل والاعتماد على فيسبوك بمؤشر 80% فشكل الأعلى اعتمادا لدى الطلاب للبحث ومتابعة أخبار المنح والدورات، وبالمقارنة مع محدد الفئة العمرية، فقد يبدو المؤشر اعتياديا إذ أن معظم عينة المبحوثين من الفئة الجامعية الأكثر شبابا والأكثر قضاء للساعات عبر فراغ فيسبوك، ناهيك على تفسيرات المبحوثين أنفسهم بالقول أنهم يتابعون مناشط المؤسسات المانحة للفرص من خلال منصاتها عبر فيسبوك، الأسلوب الذي تعتمد عليه المؤسسات كأداة أولية للإعلان عن نفسها ودوراتها ومنحها. كما اختار المبحوثون بفئة أخرى الذي بلغ 20% مجموعة من مواقع وتطبيقات أخرى مثل

(يوتيوب، وزوم، وجوجل) لأنها تشكل غرنا رقمية آمنة وسهلة تتيج خدمات الفيديو والعروض خلال التعلم عبر الانترنت، وأيضا تلجرام الذي فسر البعض سبب تفضيله كمنصة يتابع خلالها فرص التعلم بما يمتاز من جدية ومجتمع ضيقا وخصوصيا للحصول على المعلومات، وجاء مؤشره 15%.

(جدول 4) مدى ثقة العينة في أخبار واعلانات فرص التعلم المطروحة عبر الانترنت

ما مدى ثقتك في أخبار المنح المطروحة عبر الانترنت؟	ك	%
قوية	2	4.4%
متوسطة	20	44.4%
ضعيفة	18	40%
منعدمة	5	11.1%
المجموع	45	100

يتضح من مؤشرات الجدول السابق أن ثقة المبحوثين في أخبار واعلانات فرص التعلم مقبولا بمؤشر درجة (متوسطة) البالغ 44%، بينما قل بشكل كبير معدل الثقة القوية إلى 4%، ما يمكننا القول أنه توجهات طلاب جامعة طرابلس قد يكون مقبولا وليس بشكل كبير جدا تجاه فرص التدريب والمنح الدراسية، وهو ما يؤكد جدول المشاركة بأي من الفرص المتاحة عبر منصات التواصل بمؤشر عدم الانخراط فيها أو الحصول عليها بنسبة مرتفعة أيضا بلغت 64%<sup>16</sup>

## (جدول 5) توجهات العينة نحو أنواع الفرص وتفضيلاتهم

مؤشر التفضيل						الاتجاهات
كلاهما معا		أخبار المنح الدراسية		أخبار الورش التدريبية		تهتم أكثر بمتابعة؟
%	ك	%	ك	%	ك	
%37.8	17	%22.2	10	%40	18	
الفرص والمنح عبر الانترنت فقط		الخارجية طويلة الأجل		المحلية قصيرة الأجل		تهتم فقط بالفرص التدريبية والمنح الدراسية؟
%	ك	%	ك	%	ك	
%28.9	13	%46.7	21	%24.4	11	
مجموع العينة		مجالات أخرى		مجال تخصصك		أنت مهتم أكثر بالورش والمنح في؟
45		%	ك	%	ك	
		%17.8	8	%82.2	37	

يظهر بيانات الجدول السابق أن من ضمن اتجاهات المبحوثين تجاه فرص التعلم المتناولة عبر المنصات الرقمية، وهو ما بدى مقبولاً وإيجابياً باهتمام الطلاب بأخبار المنصات المتعلقة بكل من الورش التدريبية وبدا مرتفعاً بنسبة 40%، بينما قل مؤشر الاهتمام بأخبار المنح الدراسية إلى 22%. وقد تعود الأسباب لما عبر عنه المبحوثين بأن الورش التدريبية تكسبهم الخبرات

وتطوير وتحقيقا أكثر الذات، وتوسع مداركهم للدخول إلى أسواق العمل بشكل أيسر بالتزامن مع استكمال مراحل دراستهم الجامعية، في ذات الوقت الذي لا يثق به جزئاً من المبحوثين بالمنح الدراسية المنتظمة، كما أضاف قسم من المبحوثين من الإناث أن المجتمع له عراقيل كثيرة في حال تحصلت احدهن على منحة للدراسة بالخارج، لذا كثيراً ما يفضلن الورش التدريبية لأنه تخف حدة القيود الواقعية بالانخراط فيها بشكل أكبر. لكن الجدير بالانتباه ارتفاع مؤشر اهتمام المبحوثين بفرص التعلم الخارجية طويلة الأجل بنسبة عالية 46%، قد يكون في هذا ارتباطاً وثيقاً بنوعية المجال الذي يفضل المبحوثون الخوض في دوراته ومنحه على مدى طويل، المتمثل في مجال التخصص كما بدأ مؤشره مرتفعاً إلى 82%، يتركز هذا في اهتمام طلاب المراحل الجامعية العليا، وبحثهم عن فرص استكمال الماجستير والدكتوراه بالخارج، وقل بالمقابل اهتمام المبحوثين بفرص التعلم المتاح عبر المنصات في مجالات أخرى إلى نسبة 17%.

### خاتمة البحث

ختاماً يوصي الباحثان باستمرارية البحث المستفيض بشكل أكثر اتساعاً حول الموضوع وتعميم الاستبانة ميدانياً على مجتمع أكبر؛ للظهور بقراءات أوسع حول الرأي العام المتكون لدى طلاب الجامعات نحو ما يشغلهم، وما يقدم لهم من فرص للتعلم سواء في دورات وورش تكوينية أو عبر منح موسعة للدراسة. ولقد توصلنا إلى جملة من النتائج الملخصة يمكن سردها على النحو التالي:

- يشكل عامل المحددات الخاصة كالجنس والعمر والتخصص والمرحلة المعرفية عاملاً متغيراً ومهماً في توجهات الطلاب الجامعيين نحو فرص التعلم ومتابعتهم لتكوين آرائهم عبر منصات التواصل.
- يظهر أن هناك توجهاً مقبولاً، وليس بالقوي لدى الطلبة الجامعيين إزاء متابعتهم لفرص التدريبية والمنح عبر المواقع ومنصات التواصل.
- يشكل فيسبوك المنصة الأبرز لمتابعة مناقشة فرص التعلم لدى الطلبة الجامعيين، لكن تظل عوامل الخصوصية والأمان، وإمكانيات العرض وسهولة الوصول والحضور عبر العالم الافتراضي عناصر مهمة لدى الطلاب الجامعيين، لا سيما الإناث اللواتي يفضلن

الورش التدريبية بمجتمعين المحلي، أو الافتراضي، عن المنح الدراسية بالخارج لقيود تتعلق بالمجتمع.

- يفضل قسم لا بأس به من الطلبة في الدرجات الدنيا بدراساتهم الجامعية متابعة وخوض الورش التدريبية ويعتمدون عليها في خوض سوق العمل بمجالاتهم قبل التخرج. فيما يفضل أصحاب المراحل العليا البحث ومتابعة المنح الدراسية.

### هوامش البحث:

- 1 عمر، معاذ. (2019). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام. جامعة إفريقيا العالمية. السودان
- 2 المدني، أسامة. (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية. جامعة السلطان قابوس. المجلد السابع. العدد 2. ص 395-425
- 3 الديبسي، عبد الكريم، والطاهات، زهير. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلاب الجامعات الأردنية. مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية. المجلد 40، العدد 1. ص 66-81
- 4 الشيداني، راشد. 2022. مقال: شبكات التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام. جريدة عمان الإلكترونية. <https://www.omandaily.om/آراء/na/شبيكات-التواصل-الاجتماعي-وصناعة-الرأي-العام>
- 5 عبد ربه، صابر. (2002). الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي. دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية
- 6 عمر، معاذ. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة إفريقيا العالمية. السودان
- 7 يحيوي، إبراهيم، (2019). مقال: الآثار الثقافية القيمية والسلوكية للإعلام الجديد على المستخدمين. مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد 50، جامعة سطيف، الجزائر ص 35
- 8 فتحي، شمس الدين. (2013). شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر. دار النهضة العربية. القاهرة. ص 64
- 9 الحماد خلف. (2022). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد الواحد والعشرون العدد الثاني - أبريل. ص 498
- 10 العيسوي، أشرف. (بدون تاريخ للنشر). مقال: وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرات متنامية وأدوار شائعة في العالم العربي. موقع تيرنيز. <https://trendsresearch.org/ar/insight/%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84->
- 11 وينر، ديف. (2019). مقال مترجم: لأفكار في المدونات وإن طغى فيسبوك وتويتر. موقع ميدل ايست أونلاين. <https://middle-east-online.com/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D9%83%D8%A7%D8%B1-%D9%81%D9%8A->

12 المقدادى، خالد. (2014). ثورة الشبكات الاجتماعية - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع. ص35

13 مدونة اديوكشين هوب. بدون مؤلف. (2023). مقال: لماذا توفر الدول الغنية المنح الدراسية لأبناء الدول الفقيرة؟. موقع لينكدن.

<https://ae.linkedin.com/pulse/%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D8%AA%D9%8>

14 قراءة بالجدول رقم (5)

15 مراجعة للجدول رقم (4)

16 مراجعة للجدول رقم (2)