

# قوانين السمعة في ظلّ التحوّل الرقمي<sup>1</sup>

غسان خليل مراد<sup>1</sup>، ألين أفريم<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الجامعة اللبنانية، [ghasmrad@gmail.com](mailto:ghasmrad@gmail.com)

<sup>2</sup> الجامعة اللبنانية، [alineafiramjmak22@gmail.com](mailto:alineafiramjmak22@gmail.com)

**المستخلص** تتناول هذه الدراسة تحولات السمعة في العصر الرقمي، مسلطة الضوء على كيفية بنائها، قياسها، والمحافظة عليها في ظل التقنيات الحديثة. بات الأفراد والمؤسسات اليوم يشاركون بشكل مباشر في تشكيل سمعتهم الرقمية عبر الشبكات الاجتماعية، مما أدى إلى تغيير جذري في مفهوم السمعة، حيث أصبحت أكثر ديناميكية وعرضة للتقييم اللحظي. تستعرض الدراسة آليات بناء السمعة الأكاديمية الرقمية، وعلاقتها بمؤشرات مثل معامل التأثير (Impact Factor) ومؤشر (h-index)، مستندة إلى دراسة ميدانية شملت نحو 200 أستاذ من كلية الإعلام بالجامعة اللبنانية، لتحليل حضورهم الرقمي ونشاطهم البحثي عبر منصات أكاديمية مثل Google Scholar و ResearchGate و Academia.edu. كشفت النتائج تفاوتاً في استثمار الأساتذة لحضورهم الرقمي، حيث أظهرت بعض الفئات ضعفاً في التسويق الذاتي وظاهرة التمثيل الأكاديمي، في مقابل فئة أخرى تميزت بقدرات عالية في بناء السمعة عبر النشر العلمي الرصين. تبرز الدراسة أهمية إدارة السمعة الرقمية كأحد عناصر التميز الأكاديمي وتعزيز التصنيفات العالمية للجامعات. وتخلص إلى أن السمعة الأكاديمية أصبحت نتاج تفاعلي ديناميكي يحتاج إلى وعي استراتيجي ومهارات رقمية متقدمة، مع التشديد على ضرورة الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي. أوصت الدراسة بضرورة تبني الجامعات خططاً استراتيجية لدعم الحضور الرقمي للأكاديميين ومراقبة السمعة بآليات موضوعية مستدامة.

**الكلمات المفتاحية** السمعة؛ السمعة الرقمية؛ السمعة الأكاديمية؛ الهوية الرقمية؛ h-index.

## REPUTATION LAWS IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION

Ghassan Khalil Mourad<sup>1</sup>, Aline Afram<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Lebanese University, [ghasmrad@gmail.com](mailto:ghasmrad@gmail.com)

<sup>2</sup> Lebanese University, [alineafiramjmak22@gmail.com](mailto:alineafiramjmak22@gmail.com)

**ABSTRACT** This study explores the transformation of reputation in the digital age, focusing on how it is built, measured, and maintained in the context of emerging technologies. Individuals and institutions now actively participate in shaping their digital reputation through social networks, leading to a fundamental shift where reputation has become more dynamic and subject to instantaneous evaluation. The study examines the mechanisms behind building academic digital reputation and its relationship with indicators such as the Impact Factor and h-index. It is based on a field study involving around 200 faculty members from the Faculty of Media at the Lebanese University, analyzing their digital presence and research activities across platforms like Google Scholar, ResearchGate, and Academia.edu. Findings reveal disparities in how academics manage their digital profiles, with some displaying weak self-marketing skills and academic self-presentation phenomena, while others demonstrated strong capabilities in leveraging scholarly publishing to enhance their reputation. The study underscores the critical role of digital reputation management in achieving academic excellence and improving global university rankings. It concludes that academic reputation today is a dynamic, interactive construct requiring strategic awareness and advanced digital competencies, alongside adherence to research ethics. The study recommends that universities adopt strategic plans to support academics' digital presence and systematically monitor reputation through sustainable, objective mechanisms.

**KEYWORDS:** Reputation; Digital Reputation; Academic Reputation; Digital Identity; h-index.

### 1. المقدمة

أفاعل من الممكن أن يكون مُقيماً وتصبح بذلك سمعته حسنة أو مشوّهة، ومن تفخيم إلى رأي أو إلى سخرية محبّبة وغير محبّبة... إذ، يمكن أن يُقال عن الشخص (فرد أم مؤسسة) يوضع في خانة خصائص السمعة، فهي الصورة التي يكونها الغير عن الآخر. فالسمعة تراكمية وتُبنى نتيجة عمل مُستدام ولكن قد يتمّ تدميرها في ثوانٍ.

بات واضحاً أنّ الشبكة الرقمية للتواصل ترتبط حالياً بالسمعة، وبالأخص مع ظهور الشبكات الاجتماعية التي أتاحت لنا كمستهلكين التعليق والتقييم

السمعة تواكب الثورة الرقمية وما يرافقها من أساليب حديثة مرتبطة بالتسويق الذاتي والتسويق العام والمؤسّساتي، وبعد أن كانت في السابق من أهمّ وسائل الضبط الاجتماعي وكان انتقالها بطيئاً كونها متعلّقة بالكلام المباشر عن الفرد الذي يهتمّ بسمعته ليحفظ رأسماله الاجتماعي، أصبحت السمعة مصدراً للمعلومات.

حالياً، يساهم الفرد مباشرةً في نشر سمعته عبر التقنيات الرقمية، التي باتت بمتناول الجميع وبالتالي هو عرضةً للتقدير والتقييم. وأي شخص أو منتج

<sup>1</sup> تاريخ الاستلام: ديسمبر 2024، تاريخ القبول: مارس 2025، تاريخ النشر: إبريل 2025



## 2. مشكلة الدراسة

إنّ التحوّل الرقميّ وتوظيف التكنولوجيا في المجالات العديدة والمنافسة بين الجامعات، والتصنيفات الأكاديمية العالمية أدت إلى بروز الإشكالية التالية:

- ما هي أساليب بناء السُّمعة الرقمية بشكل عام؟ وكحالة خاصة نحاول طرح رؤية حول كيفية بناء السُّمعة الرقمية الأكاديمية.

## 3. أهداف الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز كيفية بناء السُّمعة الرقمية بشكل عام وطرق المحافظة عليها، ومدى فعاليتها وكيفية قياسها وقياس الحضور الرقميّ في ظلّ الرقمنة وعلاقتها بالتقنيات. أيضًا كيفية ارتباط الشبكة الرقمية للتواصل بالسُّمعة خاصة مع ظهور الشبكات الاجتماعية. ونأخذ نموذجًا معيّنًا عن كيفية بناء السُّمعة الأكاديمية في الفضاء الرقميّ من خلال عينة انتقائية لأساتذة كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية لمعرفة إذا حقًا لديهم وجود رقمي، أيضًا إذا ما كانت سمعتهم تتوافق مع ال (h-index) وال (Peer Review).

## 4. أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

1. كيف تُبنى السُّمعة الرقمية بشكل عام؟
2. ما هي الوسائل التي يعتمدها الأكاديمي ليزيد ويسرع من إنتاجيته ويبقى على مستوى المنافسة المطلوب؟
3. هل السُّمعة الأكاديمية للباحثين مبنية حقًا على معرفة؟ وهل تتوافق مع ال (h-index) وال (Peer Review)؟ أم سمعتهم مجردة علاقات رقمية عامة على مواقع التواصل؟

## 5. أهمية الدراسة

بالإضافة إلى فهم آلية بناء السُّمعة الرقمية، كذلك للثمنين والمقارنة، حسب (Hirsch)، من الممكن أن نستطلع مدى التزام الأكاديميين الإعلاميين بأخلاقيات البحث العلمي وبالأمانة العامة العلمية ودعم الكفاءة والابتكار في إحدى الكليات كلية الإعلام، مما قد يحقق مبدأ الاعتمادية ويحافظ على حضور الجامعات العربية الفعال على المستوى الوطني، الإقليمي والدوليّ. بناءً على المقياس الرقميّ ال<sup>1</sup>(h-Index) الذي وضعه (Hirsch) لتقييم الإنجاز العلميّ للباحثين الذين يتنافسون على نفس المورد (Hirsch, 2005).

(في النص يتعلق الأمر بالجامعة اللبنانية كونها الجامعة الوطنية الوحيدة في لبنان التي تتشابه مع العديد من الجامعات في العالم العربيّ بعد أن حصدت المركز الثاني على صعيد لبنان والمرتبة 577 عالميًا لعام 2024، وفقًا لتصنيف مؤسّسة<sup>2</sup> (Quacquarelli Symonds: QS). وقد احتلّت المرتبة الأولى محليًا نسبةً إلى مؤشر السُّمعة المهنية، والمرتبة الثانية محليًا بحسب مستوى السُّمعة الأكاديمية.)

للمنتجات، لذلك غزت السُّمعة صفحات الويب من خلال البحث عن المعلومات. وبذلك صار الإنترنت أهم جهاز ووسيلة للسُّمعة وهو الذي يصنعها لأنّه أتاح البروز والشهرة.

فالسُّمعة أصبحت صناعة بحد ذاتها، وتتطلب أدوات عدّة لإنشائها ومراقبتها، وقد أخذت بعدها من الفضاء الرقميّ أيضًا. كما وأنّ الفاعلين في المجال أدخلوا الأدوات للقياس الكميّ والنوعيّ لكلّ صفحة على الشبكة ممّا عزّز الميزة التنافسيّة؛ ومن خلال المجتمع الرقميّ تُبنى السُّمعة الرقمية وهي شكلانية عملانية متعلّقة بتجربة حقيقيّة أو حقيقيّة، حسب هدف السُّمعة.

استطرادًا، يحتلّ البحث العلميّ مكانًا ومكانةً في تطوّر التّهضة العلمية، ولا يستقيم إلّا باستقامة الباحث العلميّ. كما أنّ محافظة هذا الأخير على سمعته الرقمية تقوده إلى تعزيز الميزة التنافسيّة بين الجامعات، والتي بدورها تُطلق سهامها نحو الاعتمادية. أمّا التصنيفات الأكاديمية العالمية فهي ترتكز على عدد المنشورات، وهذا ما ساهم في بروز ثقافة التنافس والتسابق على التصنيف. غير أنّ سمعة الجامعات هي حتمية لبلوغ الميزة التنافسيّة. وهي الحجر الأساس لتقييمها وتحديد مستواها واستقطاب الأكاديميين والطلاب المميزين وتشكيل صورة جيّدة عنها في المجتمع. وتسعى المؤسسات التعليميّة بدورها للتطوّر كي تقوى على المنافسة، وبذلك ترتقي إلى التصنيف.

من منظور آخر، نحن ننتج أسرع وأكثر، والإنسان هو "أسير نقص الوقت" لأنّه يشعر أنّه في سباق مستمرّ. يعيش في "دوامة التسارع" ويسعى إلى الإنتاج والمنافسة. وهكذا يكون تحت رحمة "هرمون التحفيز"، ويقع في فخّ الكمّ على حساب النوع (مراد، 2023). ونشهد اليوم توجهًا واندفاعًا على النشر. فبينهم "من يروم الوجاهة الاجتماعية لإضافة لقب فحسب" (الشاعر، 2015). كان يخضع لثقافة التّمظهر الافتراضي ونعني، انتفاخ فريديّ يفرض الوقوع في فخّ التظاهر الكاذب والتوق لإغراق صورة الذات في مظاهر التّفوق، للحصول على الظهور المطلوب على الإنترنت (مراد، 2017). أو من خلال اللجوء لأساليب مخالفة للملكيّة الفكرية، كالانتحال العلميّ الذي وصفه نصير علي حسين بالجريمة العلمية، وخرق لحقوق الملكية الفكرية، ومعاكسة الأمانة العلمية للبحث العلميّ. هو لسق لإنتاج الآخرين ونسب الجزء أو الكلّ من ملكيته، وهذا منافٍ للأخلاق وغير شرعيّ (حسين، 2017).

فقد همشت وسائل الاتصال الحدود الرّمكانيّة فجبر الفرد على التماشي مع وتيرة التسارع في الحقل المعرفي، والأكاديمي بدوره سرّع عمليات النشر. هذا الفعل الاجتماعي خلق فوضى منظّمة في المجتمع، وأحيانًا أفقدنا الصّلة بالعالم الأصليّ. غير أنّ عدم إظهار الهوية الحقيقيّة يأتي بمثابة إذابة الهوية الأصليّة في الفضاء الرقميّ، وبحسب أريك فروم التلاعب بها هو نوع من الاغتراب الدّاتيّ.

<sup>1</sup> An index to quantify an individual's scientific research output "I propose the index h, defined as the number of papers with citation number>h, as a useful index to characterize the scientific output of a researcher".

<sup>2</sup> تصنيف كيواس العالمي للجامعات (QS World University Rankings) هو منشور سنوي لتصنيفات الجامعات يصدر عن مؤسّسة (Quacquarelli

Symonds) البريطانية المتخصصة في مجال التعليم. وقد نُشرت أول نسخة من هذا التصنيف عام 2004 بالتعاون مع مؤسّسة (Time Higher Education). وقد كان يُعرف حينها باسم Times Higher Education - QS World Rankings) وذلك حتى عام 2009 عندما قررت كلتا المؤسّستين الانفصال وإصدار تصنيف منفصل لكل منهما.



## 6. الإطار النظريّ

### ما هي السُّمعة؟

السُّمعة تراكميّة وتُبنى نتيجة عمل دؤوب، مُتواصل ومُستدام ولكن قد يتمّ تدميرها في دقائق. هي هامةٌ للأشخاص (فرد أو مؤسسة). فالفرد ذات الصّيت الجيّد يتأهل لتبوء أعلى المراكز والحصول على المُكافآت الماديّة والمعنويّة والترقيّات ويكون عضواً فعّالاً في مجتمعه. الأمر عينه للمؤسسة التي تحصد السُّمعة الطّيبة جزاء التّخطيط الذي تقوم به لمُراعاة حاجات العملاء، كسب رضاهم وثقتهم، تؤمّن الخدمة السّريعة بأقلّ جهد وكلفة. وبذلك تحافظ عليهم وتحصل على زبائن جدد، تسعى إلى تطبيق معايير الجودة وتؤمن بالابتكار والإبداع. وهكذا تتسابق وتتنافس مع غيرها من المؤسسات.

وبحسب رقيق وآخرون، فإن السُّمعة تعتبر مكانة الفرد الاجتماعيّة في المجتمع، وتكمن قيمتها في كفيّة تقديرها من قبل الآخرين. وهي تُحتّم على الشّخص بصورة خاصّة أن يكون محترماً، ويتصرف بما يُمليه عليه ضميره (رقيق وآخرون، 2022). كما ذُكر على أنّ سُمعة المؤسسة هي "غير ملموسة" وهي تتمثّل من خلال الانطباع الذي يكوّنه الجمهور عنها خلال فترة زمنيّة يُقيّم عبرها فشل أو نجاح هذه المؤسسة (علي، 2021، ص 47).

### كيف تُقبر السُّمعة؟

تعتبر نظريّات التبادل للمعاملات والصفقات أنّ السُّمعة تُستخدم أولاً لتقليص الشكّ حول منتج معيّن أو حول إنسانٍ ما. بالنسبة للتّجار مثلاً أو عند توقيع عقد ما، السُّمعة هي مؤشر ثقة، كما أنّ احترام المواعيد لتسديد الديون يرمز أيضاً للثقة. حتى إذا ما تمّت أيّ صفقة بشكلٍ جيد تصبح المعلومة-الخبر عن هذه العملية وسيلة للصفقة القادمة. هذا ما يقوم به التّجار حالياً وهم في حالة مراقبة دائمة لسُّمعة بعضهم البعض. ونقصد هنا السُّمعة الاقتصاديّة. والسُّمعة هي أيضاً الرغبة في الاعتراف والبحث عن رأسمال اجتماعي يفتش عنه كل فرد. كما أنّها جزءٌ من ونتيجة تصرف الفاعلين والإشارات التي تصدر عنهم، وهي ليست فقط من إنتاجهم بل تكون مرتبطة بنشرها (مراد، 2019).

### ما دور التقنيّات في بناء السُّمعة بشكلٍ عامّ؟

حالياً وفي ظلّ التحوّل الرقميّ، ينشر الفرد سمعته بيده وبذلك يصبح كاشفاً ومكشوفاً في الفضاء الرقميّ. والإنترنت اليوم هو من يصنع السُّمعة من خلال إفساح المجال أمام المُستخدم بثمنينها بواسطة أدوات القياس الكميّ والنوعيّ والتي تحدّد نسبة الشّهرة. وهكذا فإنّ الأفراد يُقيّمون ويُراقبون سُمعة بعضهم البعض، والكلّ يتهاوت لامتلاك وجود له على المنصّات الإلكترونيّة لأنّ الإنترنت سمح بالبروز والظهور والشّهرة.

### كفيّة بناء السُّمعة العلميّة

كانت السُّمعة في الماضي من أهمّ وسائل الضّبط الاجتماعي لكنّ انتقالها كان بطيئاً جدّاً لأنّها كانت متعلّقة بالكلام المباشر عن الفرد. فالفرد يهتمّ بسمعته ليحفظ رأسماله الاجتماعي وبالتالي خوفاً من حُكم الآخر عليه (إيجابياً كان أم سلبياً). مما لا شكّ فيه أنّ الشبكة الرقميّة للتواصل ترتبط بالسُّمعة حالياً

وبالأخص ظهور الشبكات الاجتماعيّة. ومن هنا نلاحظ أنّ السُّمعة تغيّرت وأصبحت مصدرًا للمعلومات، وهي ككلّ معلومة من الممكن أن تكون غير مؤكّدة، ولكنها في نفس الوقت موجودة وممارسة بكثرة. فالكلّ يلجأ إلى السؤال عن مطعم جيّد أو عن طبيب جيّد، الخ. كما أنّ المجتمع الاستهلاكي وضع تحت تصرف الناس مجموعة وفيرة من المنتجات والماركات لكي نعطي رأينا فيها. والشبكات الاجتماعيّة فسحت لنا المجال كمستهلكين التعليق والتقييم للمنتجات، لذلك صار الإنترنت أهمّ جهاز ووسيلة للسُّمعة. حتى أنّ السُّمعة دخلت صفحات الويب عبر البحث عن معلومة معينة، والفاعلين في المجال أدخلوا أدوات للقياس الكميّ والنوعيّ لكلّ صفحة على الشبكة.

وهكذا باتت السُّمعة صناعة بحد ذاتها، وتتطلّب أدوات عدّة لإنشائها ومراقبتها، وأخذت بُعدها من الفضاء الرقمي كحصيلّة طبيعيّة لأنّ الأفراد حاضرين الآن على الشبكة ويشكلون المجتمع الرقمي الذي من خلاله تُبنى السُّمعة الإلكترونيّة، وهي تبدأ من الإشاعة البسيطة وصولاً إلى تقييم حالة الدولة والسلطة، مروراً بقياس المدونات الإلكترونيّة. فالسُّمعة الإلكترونيّة هي كلّ تقييم مشترك عن شخصٍ آخر، وهي شكلانيّ عملائيّة متعلّقة بتجربة حقيقيّة أو لا، حسب هدف السُّمعة. كما أنّ هذه الأخيرة من الممكن أن تكون مختزلة وقاصرة. فيكفي أن يقوم شخص ما بعملٍ واحد غير لائق لكي تُعطى عنه سُمعة محدّدة تُصاحبه في أغلب الأحيان وإلى الأبد. فالتوسيم أو الوصف هو أن نقلصّ كياناً معيّنًا (فرد أو مؤسسة) ارتكازاً على خصوصيّة واحدة! فمن ناحية هي ليست دائماً موثوقة وذات مصداقية وفي كثير من الأحيان تأتي السُّمعة بدون أيّ مقابل، أي لا تُصرف في مكان وليس لها هدفٌ يذكر.

### السُّمعة حسب "بورديو" (Pierre Bourdieu)

يوجد مجموعة من النظريّات المرتبطة بكفيّة بناء السُّمعة وقياسها الذي كان موضوعاً كلاسيكيّاً في علم الاجتماع المعرفي، وما آلت إليه، كان على رأسها "بيير بورديو"<sup>1</sup> (Pierre Bourdieu) عالم الاجتماع الذي أطلق تسمية (homo academi) على الأكاديميين. وهذا المجال المعرفي ارتبط بطريقة كلاسيكيّة بالاعتماد على دراسة المجتمع الأكاديمي وأهداف الإنتاج المعرفي دون اللجوء إلى أدوات القياس التي نشهدها حالياً. وقد تساءل "بورديو" عن دور الباحث الاجتماعيّ وفهمه العالم بموضوعيّة من المكان الذي هو فيه، وذلك من خلال كتابه عن الأوساط الأكاديميّة الفرنسيّة، يقول أنّه للهروب من الموضوعيّة المجزأة القابلة للجدل علينا فهم العالم الأكاديمي كحقل للتنافس القوي، مع مطابقة للمسارات الاجتماعيّة والأكاديميّة، وكذلك فهم النّاتج الثقافيّ غير القابل للاختزال، فهو برأيه يشكّل جزءاً وصوراً عن المجتمع، حتى وإن لم يتوافق معه. هذا الفضاء الأكاديمي يهيكل توزيع أنواع مختلفة من السلطة ويرتكز على مبدئها انطلاقاً من مواقف فكريّة أو سياسيّة للباحث. وقد كانت الصورة الاجتماعيّة لسُّمعة الباحث والتي كانت سائدة، تقاس على أساس الأوضاع الاجتماعيّة للباحث والتأثيرات الاجتماعيّة والاقتصاديّة والسياسيّة، وليس على حتميّة الإنتاج المعرفي. من هذا المنطلق، طرح "بورديو" نظريّة المُمارسة الاجتماعيّة (Pierre Bourdieu: Social Practice Theory) واستنتج وجود تنافس، تراتبيّة وصراع في الحياة الاجتماعيّة. وقدّم مصطلح مفهوم الهايبوتوس (Habitus) أي "التّطبيع الاجتماعي في مجتمع تقليديّ" و"مبدأ

والتعليم. ومن المعروف عن ريادته لمصطلحات مثل "العنف الرمزي" و"رأس المال الثقافي" و"الببيض".

<sup>1</sup> كان بيير بورديو (1 أغسطس 1930 فرنسا - 23 يناير 2002 باريس) عالماً اجتماعياً ومفكراً شعبياً مشهوراً قدم مساهمات كبيرة في النظرية الاجتماعيّة العامّة، ولتنظير العلاقة بين التعليم والثقافة، والبحث في التقاطعات بين الذوق والطب



الذهنية للمؤسسة، والتي تتشكل من "تصورات من ذهن الفرد عن منظمة معينة" تتبدل بحسب الظروف (الشّمري، 2017).

بالإضافة إلى ذلك، يجب مواءمة التقنيات الرقمية من خلال تطبيق استراتيجيات التسويق الرقميّ لزيادة القدرة الإنتاجية، لتحقيق القدرة التنافسية ول "تحسين صورة المؤسسة الذهنية لدى عملائها (السُّمعة الطيبة للمؤسسة)" (الغازي، 2022). إنّ عملية التسويق الرقميّ هي الجزء الذي لا يتجزأ من بناء السُّمعة الرقمية، إذ أنّ حفاظ المنظمة على معايير الجودة، الابتكار والسعي إلى المنافسة المُستدامة، يؤثّر على بناء سمعتها الإيجابية. كذلك جُهدنا في تعزيز الثقة، التّواصل وإشباع العملاء يرتبط بتعزيز السُّمعة الرقمية الطيبة. ونجد علاقة بين هذه النظرية والخدمة الدّائية في التّواصل والتفاعل.

إنّ مرئية وحضور الإنتاج العلمي، الماديّ والفكريّ للأكاديميين في البيئة الإلكترونيّة، وتأثير حضورهم في الفضاء الرقميّ، وتواجههم الاجتماعيّ سلبيًا كان أم إيجابيًا، وحضورهم العلميّ يحقّق اعتبارهم العلميّ. كذلك الأرشفة الدّائية، عدد الاستشهادات المرجعية وعدد التّحميلات (download) إذا ما نشر المقال في دوريات علمية مشهورة. أيضًا استخدام البيانات الوصفية كالكلمات المفتاحية مثلًا، إضافة إلى تعزيز هوية الباحث بواسطة إنشاء حساب شخصيّ مّا يسهّل على ال (Impact Factor: IF) والحصول على عدد أكبر من الاستشهادات. علاوة على ذلك، نشاط الأكاديمي على مواقع التّواصل الاجتماعيّ كأن يحضّر (Podcast) لتثمين نتائج بحثه وعرضه على قناة ال (YouTube) كما يمكنه إصدار بيان صحفيّ لتشييع البحث والتعريف عنه عبر وسائل الإعلام. وعبر مواقع الشبكات الأكاديمية المحكمة، كما يمكنه إبراز نتائج بحثه ضمن قواعد بيانات مثل (Scopus). كذلك حضور الإنتاج العلميّ في الويب الذي يُقاس بعدد المنشورات والاستشهادات في الدوريات العلمية التي يمكن تقييمها من خلال رضا المُستخدم والتي تشجّع على النّشر وتسهّل الوصول الحرّ للمعلومات (تيتبيرت، 2017).

ومن خلال محرك البحث (Google) نجد عدّة برمجيات من شأنها إحداث إنذارًا للباحث إذا ما تمّ الاستشهاد بمقالته وتحديد عدد الاقتباسات للمقالة العلمية أو للباحث، عدد المنشورات ومرئية البيانات مثل (ResearchGate, Academia.edu) وأداة تقييم لمقارنة التأثير أي ال (H-index) الذي نجده من خلال (Google Scholar)، وهذا ما توصلنا إليه في نتائج الدراسة، وهو مؤشّر للقياس وضعه هيرتش (Hirsch, 2005) عالم الفيزياء الأجنبيّ، سنة 2005، لإنتاجية الباحثين الذين ينتمون لنفس الحقل<sup>3</sup> (Hirsch, 2005). وهو يُقيّم الأكاديمي من خلال عدد المنشورات وعوامل تأثيرها وقياس علامات أخرى كعدد مرّات تنزيل النصوص الكاملة ومرئية البيانات الوصفية (Al-Mosawi, 2020; Al-Mosawi, 2022a; Al-Mosawi, 2022b).

وقد تطوّر القياس الكميّ للإنتاج العلميّ (Scientométrie) كما أتاح استخدام قياس موضوعيّ للسُّمعة الأكاديمية التي لها معامل تأثير، وخلق نوعًا من المنافسة (مراد، 2019).

الفعل داخل المجتمع" وكيفية امتصاص الذات للمجتمع ومدى تأثيرها فيه واكتسابها ممارسات جديدة منه وتناقها بين المجتمعات والأجيال الأخرى (حمداوي، 2023). ونرى الهابيتوس "في ممارسات تعبر عن الهوية الاجتماعية لصاحبها وانتمائه" (الصوراني، 2021). من منظور مواز، برز عند "بورديو" عدّة مفاهيم تتناسب مع الرؤية التي كانت سائدة في حينه، فقد طرح مفهوم رأس المال بأشكاله المتنوّعة كـرأس المال الاقتصادي أي مورد الفرد ودخله، رأس المال الثقافيّ وهو إعادة تدوير للمعرفة الثقافيّة ويشمل العادات المكتسبة والمهارات، رأس المال الاجتماعيّ هو بمثابة علاقات اجتماعية ترتكز على الفهم والوعي المتبادل، رأس المال الرمزيّ الذي يرتبط بمكانة الشّخص في المجتمع ونظرة الناس وتقديرهم له، ورأس المال اللغويّ أي مفهوم التّواصل والتفاعل. أما التركيز الفعليّ عند "بورديو" كان على أنّ أساس المجتمع وقوامه يأتي من خلال توفير رأس المال الاقتصادي والثقافيّ في آن واحد (حمداوي، 2023). ومن خلال نظريته جمع "بورديو" بين الموضوعية والدّائية. ويربط بين الإنتاج العلميّ ومعايير المجتمع. وبرأيه أنّ هذا الأخير يقوم على التنافس وثقافة القوة ويرى أن هناك تسلّط اجتماعي ثقافي غير ملموس، يحتم أنّه على الفرد بذل مجهودًا بواسطة رأس المال الرمزيّ كي يُحافظ على سمعته الجيدة في المجتمع. وبشكل عام، النظريّة الاجتماعية ل "بورديو" مهمة لفهم التفاعلات الاجتماعية وتأثيرها على الأفراد، إذ نرى الفعل والفاعل و"الفاعلون الآخرون"، ومن هنا وُجد التفاعل. وبالتالي اللغة والتّواصل هما أساس المجتمع (كريب، 1999).

استطرادًا، نعتبر بناءً على ما نشهده حاليًا من خلال التحوّل الرقميّ، بأنّ بناء السُّمعة الرقمية، الدّائية والتفاعلية هي نوع من أنواع تسويق الذات. وهذا ما يتناسب مع نظرية التسويق الرقميّ ل "فيليب كوتلر" (Philip Kotler). حيث عرّف "كوتلر"<sup>1</sup> (Kotler, 2008, p. 7) التسويق الاجتماعيّ من خلال كتابه "Social Marketing: Influencing Behaviors of Good" بأنّه "عملية تطبيق مبادئ التسويق وتقنياته لخلق اتّصال، وتوصيل قيمة للتأثير في سلوك الجمهور المُستهدف الذي يُفيد المجتمعات والجمهور المُستهدف"<sup>2</sup> (ترجمة بتصرف) (Kotler & Lee, 2008). وبحسب صادقي، ذكّر "كوتلر" في كتابه المُعنون "التسويق 0.3" أنّه من خلال مواقع التّواصل الاجتماعيّ، قد يمسّ المُستهلك بسُّمعة المنتج إيجابيًا أو سلبيًا. وأنّه يجب خرق عاطفة المُستهلك، وتغييره فكريًا، إلى جانب مُراعاة القيم الإنسانية (صادقي، 2023). والتسويق نسبةً إلى "كوتلر" (Kotler, 2022, p. 64) "يبدأ من العميل المُشتري" لكسب رضاه وتأمين حاجاته. وعلى المنظمة إتقان مهارات وطرح أفكار إبداعية مُبتكرة للمحافظة على الجودة وكسب ثقة العملاء. وذلك ضمن إطار تحقيق الميزة التنافسية المُستدامة (مهارات التعلّم الذاتي، 2022؛ Kotler, 2022). أمّا بحسب الشّمري ف "التسويق الرقميّ هو استخدام القنوات الرقمية للتواصل مع العملاء بصورة شخصية" وتلبية حاجاتهم بتكاليف منخفضة وخلال فترة زمنية قصيرة. يعزّز القدرة التنافسية والصورة الذهنية، التّواصل وإتاحة المعلومات. كما أنّ هناك ترابط معنويّ بين التسويق الرقميّ والصورة

(public health, safety, the environment, and communities) as well as the target audience."

<sup>3</sup> "I propose the index h, defined as the number of papers with citation number>h, as a useful index to characterize the scientific output of a researcher".

<sup>1</sup> فيليب كوتلر (Philip Kotler) (7 مايو 1931) هو بروفيسور التسويق الدوليّ ويعتبر من أحد علماء التسويق ولقب بـ الأب الروحي للتسويق الحديث من خلال إسهاماته في تقدم علم التسويق.

<sup>2</sup> What is social marketing?

"Social Marketing is a process that applies marketing principles and techniques to create, communicate, and deliver value in order to influence target audience behaviors that benefit society



## كيفية قياس السُّمعة الأكاديمية

الهوية المهنية التي ترتبط بالمجتمع ولا يمكن صلها عنه، وتعني مكانة الفرد في عمله، الهوية الاجتماعية أي الانتماء، الاندماج والتأقلم مع الجماعة، الهوية الوطنية أو القومية وهي عبارة عن شعب مُترابط ينتمي إلى وطن. والهوية الثقافية وهي مجموعة الأفكار والمعتقدات والعادات التي تُميّز شعب عن شعب آخر (صلي والعربي، 2022). كما اعتبرت مسعودة طلحة أن أبرز مخاطر الهوية الرقمية بأنها مُتطوّرة، وهي امتداد للهوية الحقيقية، كذلك ممكن أن تكون اختيارية ومتحركة، وأيضًا تُعدّل تقنيًا، وقوية في التعبير عن الذات، بالإضافة إلى أنها غفلية وديناميكية. وشدّدت بأنّه لا يمكن حماية خصوصية الهوية الافتراضية من انتهاك حرمتها والتعدي عليها، عارضةً بعض أوجه الانتهاكات مثل: التّجسس الإلكتروني، البيانات الكاذبة، الفيروس الإلكتروني، التّروير ... وغيرها. وذكرت أيضًا تحديات التواجد في البيئة الرقمية كتعدّد الذات وتغيّرها، عدم تحديد المكان واستخدام الهوية الافتراضية كأداة تحرير ووسيلة هروب (طلحة، 2020).

### الهوية الأكاديمية وأنواعها

عرّف Welch and Hodges (1997) الهوية الأكاديمية بأنها التزام الفرد أثناء عملية التعلّم بأن يبقى متميّزًا، مُكافحًا، مُناضلًا وبقظًا لأيّ سقوط أو خيبة أمل. وتتضمّن أربع حالات: المضطربة، المعلقة، المغلقة والمحقة. والهوية الأكاديمية تُطوّر من خلال تقرير المصير الذي بدوره يرتكز على عدّة مهارات كالكفاءة، المثابرة، تحقيق الذات، إضافة إلى صنع القرار (Ileri et al., 2015). وللهوية الأكاديمية أنواع أربعة، اختلفت تسميتها وهي: الهوية الأكاديمية المُنجزة أي الالتزام بالقيم الأكاديمية، الهوية الأكاديمية المُعلّقة أي حالة الشك التي تلاقف الطالب خلال مرحلة عدم التزامه بالقيم الأكاديمية، الهوية الأكاديمية المُغلقة وتُشير إلى تحمّل مسؤولية الطالب للقيم الأكاديمية التي يضعها المسؤولون، والهوية الأكاديمية المُضطربة أي الإخفاق في تحقيق القيم الأكاديمية (خليفة، 2022).

### 7. الدراسات السابقة

كثرت الدراسات السابقة التي تطرقت لمواضيع السُّمعة الرقمية، الهوية والتصنيفات. كما ناقشت هذه الدراسات العربية والأجنبية منها، الموضوع من زوايا مختلفة. وبحسب دراسة "دور التصنيف العالمي في تعزيز السُّمعة الأكاديمية" لمحمود وصالح، اعتُبرت التصنيفات لوائح بالمؤسسات التعليمية العالمية "مرتبّة ترتيبًا تنازليًا" مُعتمدة في ترتيبها على معايير ومؤشرات (محمود وصالح، 2019). كما أكّدت أنّ التصنيف يرفع الميزانيات، ويؤمّن ترابعية الجامعة ويُظهر نقاط قوتها<sup>2</sup> (Li et al., 2010). أما معيار التصنيف العالمي (QS)، فنقلًا عن كتاب لـ "وليم يات وي لو" (William Yat Wai Lo)، فتضمّن: السُّمعة الأكاديمية 40%، سمعة الموظفين 10%، نسبة الطّلاب إلى أعضاء هيئة التدريس 20%، الاستشهادات 20%، نسبة أعضاء هيئة التدريس الدوليين 5% ونسبة الطّلاب الدوليين 5% (Lo, 2014). وتطرّق صحراوي وجفافة إلى الهوية الرقمية من خلال "الهوية الرقمية وإشكالية التعبير عن الذات في العالم الرقمي" وهي هوية مرنة، غير مرتبطة بقيود مكانية وتخضع لسلوك

يُعتبر الاقتباس الآلية الأساسية في المجالات الأكاديمية لقياس السُّمعة، ومن تُقتبس أعمالهم يحصلون على شهرة واسعة، لذا نشهد حاليًا مجموعة من البرمجيات التي تحدّد عدد الاقتباسات للمقالة العلمية، والتي تبيّنت لنا خلال تقييم أكاديمي كلية الإعلام. وتُحدّد السُّمعة الأكاديمية بالمكانة العلمية ومعامل التأثير الأكاديمي ويجري قياسها من خلال أدوات وبرمجيات تعتمد على التعرّف الآلي والمراجع البيبليوغرافية وتقنيات الإحصاء والتواتر العددي. أما معامل التأثير (IF) فهي تأتي من عدد الاقتباسات المأخوذة والمذكورة من بحثٍ معين (مراد، 2019).

يقوم المجتمع العلمي الأكاديمي، حيث عالم المكافأة الرمزية، على السُّمعة التي تُقدّر مكانة الباحث العلمية والذي يسعى بدوره إلى الشهرة والتّحصيل المادي من خلال أعماله البحثية. ولبلوغ الباحث هدفه خلال بحثه العلمي لا بدّ له أن يوثق ليستوفي شروط الأصالة والأمانة العلمية مشيرًا إلى المصدر أو المرجع المُقتبس. فالاقتباس يُعزّز البحث المبني على معرفة علمية، في حين أنّ الباحث يحتاج الاستشهاد كوسيلة إقناع. وبحسب غرابيه وآخرون، هناك نوعان من الاقتباس: النوع الأوّل وهو اقتباس الفقرة أي الحرفي المباشر أو "تضمين" حيث يترتّب على الباحث أن ينقل بأمانة ودون تشويه "نصًا مكتوبًا تمامًا بالشكل أو الكيفية التي ورد بها". والثاني وهو اقتباس الفكرة أي غير المباشر، بمعنى استخدام فكرة لكتاب معين "حيث تُصاغ بأسلوب جديد، وفي هذه الحالة يُسمّى استيعابًا" أي صياغة بأسلوب خاص مع المحافظة على المضمون، حيث تُرقم الفكرة وتوثق ويُشار إليها في الهامش (غرابيه وآخرون، 1977). أما الشّريف فيعتبر أنّ شروط الاقتباس هي مراعاة الدقّة أثناء النقل دون التشويه، وضع الفكرة المُقتبسة بين مزدوجين مع رقم يُنظر إليه في الهامش، التخفيف من الاقتباسات وعدم إضاعة شخصية الباحث، وضع (...) بدلًا من الجمل المحذوفة من الفكرة، ترجمة النّص الأجنبي يعتبر إلى لغة البحث ووضع النّص الأجنبي في الهامش، أما إذا كان مترجمًا فيجب ذكر إسم المترجم، وألا تتخطى الفكرة المُقتبسة السّتة أسطر وتكون ذات صلة بالموضوع ويستطيع الباحث مناقشتها (الشريف، 1996، ص 47). وبالتالي لا يكون للبحث قيمة فعلية إلا إذا استشهد واقتبس منه آخرون، وكلما امتلك الباحث سُمعة تراكمية عالية، كلما أصبح مؤثرًا.

الاقتباسات بشكل عام هي حاججة للكتابة العلمية والاستشهاد بأقوال الباحثين وأمّهات الكتب، يعطي النص أحيانًا حجّة للنص وللأفكار المطروحة للنقاش. وكما نعلم جيدًا بأنّ كلّ ما يُقال يرتكز على ما قيل سابقًا. فالعلوم والمعرفة تراكمية.

### الهوية الرقمية

في العالم السيبراني، الهوية الرقمية هي امتداد للهوية الأصلية. وبحسب بكري، فإنّ "كلّ هوية رقمية ترتبط بكلمة سر" تُمكن صاحبها من الولوج إلى الموقع الإلكتروني والتّنقل في الويب (بكري، 2022). وبرزت الحاجة إليها بحيث تخطيها الحدود الجغرافية والزمانية. وعرفها كلّ من صلي والعربي بأنها وسيلة إلكترونية ديناميكية، تُعرّف عن الفرد وتُحوّله التّواصل مع الأشخاص عبر الإنترنت في العالم الافتراضي. والهوية الرقمية عدّة أنواع وهي: الهوية الفردية أي الهوية الذاتية يتفرد بها الشّخص ويتميّز بها عن غيره،

<sup>2</sup> Research outlined that one of her priorities is to reinforce quality assurance of higher education, which will entail a thorough analysis of international quality indicators, as well as the impact of global ranking.

<sup>1</sup> Each identity status is linked to various personality features, subjective experiences, and styles of interpersonal interaction. The academic identity status model suggested four statuses: diffused, foreclosed, moratorium, and achieved.



فعالية هذه الأخيرة إلى إدارة الجامعة التي تهتم برفع مستواها الأكاديمي، وبالتالي يعتمد التصنيف على مؤشرات الجودة. كما تُرتب الجامعات وتُصنّف بناءً على مستواها الأكاديمي ووفقاً لمعايير ومقاييس مُحدّدة. بناءً عليه، تُصنّف الجامعات وبحسب مؤسّسة التصنيف العالمي (QS) وُفق مؤشرات عدّة مُقسّمة بِنسبٍ مئويّة وهي: السُّمعة الأكاديميّة، السُّمعة الوظيفيّة، عدد أفراد الكادر الأكاديميّ مُقابل عدد الطّلاب، عدد الاستشهادات، عدد الأكاديميين الأجنبيّ والطلّاب الأجنبيّ. إلى جانب معايير جودة البحث وجودة التّعليم، توظيف الخريجين والنظرة العالميّة للجامعة (حمّادي، 2012). كما يهدف ترتيب الجامعات إلى قياس الفروق فيما بينها وإبراز قدراتها وتحفيزها على النهوض الأكاديمي والبحثي. وتكمن أهميّة الترتيب في تغذية سوق العمل من ذوي الكفاءات، موكّبة التطوّر وجذب أكاديميين وطلّاب محلّيين ودوليين (تصنيفات الجامعات العالميّة، ماذا تعرف عنها؟، 2023).

استطراداً، يُبنى المجتمع المتطوّر والمتقدّم على المكانة العلميّة الأكاديميّة من حيث نسبة الأكاديميين وسُمعتهم التي تحدّد التصنيف محلّيّاً وعالميّاً. وبالتالي تسعى المؤسّسات التّعليميّة جاهدةً للبقاء بصورة جيّدة من النّاحية الأكاديميّة والعلميّة. وتصبو للوصول إلى المستوى المطلوب، وبالتالي تتنافس وتتسارع لتتبوّ أعلى المراكز محلّيّاً ودوليّاً. من هنا نجد المجتمع الأكاديميّ خاضعاً لثقافة التّنافس والتّسارع على النّشر. ويتميّز هذا الأخير بـ "انتشاره الواسع (Wide Distribution)، وإمكانية ربطه بغيره من الأبحاث ذات الصّلة، علاوةً على ذلك، قلة كلفته المباشرة (Negligible Direct Cost)، للمستفيدين منه" (مصطفى، 2016).

وإذا طرحنا السؤال عن الثغرات التي تحدّد من الوصول إلى مستوى التصنيف، من الممكن القول أنّها موجودة وترتبط بعدة عوامل، كفقْدان روح البحث الجماعي، عدم تحفيز البحث العلمي معنوياً ومادياً، حاجز اللّغة الإنجليزيّة، تحديد الجامعات على أنّها تعليميّة وليست بحثيّة. وقد تسعلا بعض الجامعات إلى تحسين التصنيفات من خلال التعامل مع باحثين أجنبيّين.

في المقابل، يوجد عدّة إستراتيجيات تعتمد عليها الجامعات العربيّة لبلوغ مستوى التصنيف. أهمّها: التحفيز الماديّ والمعنويّ على البحث العلميّ المُبتكر، تأمين المصادر والمراجع والإحصاءات الحديثة، توفير الاشتراكات في الدوريات العلميّة العربيّة والأجنبيّة بالإضافة إلى الاطلاع على الإصدارات الحديثة لدور النشر العربيّة والأجنبيّة، تنمية الخبرات من خلال الحُضور والمُشاركة في المؤتمرات والندوات، التشجيع على الترجمة والنشر والزام الباحث سنويّاً ببحثٍ واحد، توطيد العلاقة بين الجامعات ومواقع الإنتاج والاقتصاد. واعتماد مركز التقويم الأكاديميّ في الكليات للتقييم الداخليّ ولتجاوز العقبات وإيجاد الحلول المناسبة، أيضاً مواكبة التكنولوجيا مع الحفاظ على الهويّة (محمود، 2014).

papers and the number of citations that they have receive in others people's publications. The h-index can also be applied to the productivity and impact of a group of scientists.

<sup>3</sup> "A researcher has an H index when H has at least one H reference from his or her NP research papers, and other NP-H research papers have not referenced more than H each."

المُستخدم. والعالم الافتراضي يفرض التباساً للهويّة في "الأدوار الافتراضية" (صحراوي وجفافة، 2022). كما ركّزت دراسة "تمظهرات الهويّة الرقمية المضطربة عبر شبكات التواصل الاجتماعي" على الهويّة الرقمية ولكن من خلال المقاربة النظريّة لإريك فروم<sup>1</sup> (E. Fromm). فهي نوع من حالات التقمّص وإذابة الهويّة الأصليّة في الفضاء الرقميّ. وهذا ما يُسمّى بالاغتراب الدّاتيّ (ثابت وحاجي، 2023). وعرضت دراسة سانغام وشيفرانجيني الدّاتيّ (Sangam and Shivaranjini, 2009) في "The concept of H-Index" وبحسب (Hirsch) ال (H-Index) أو مؤشّر لوصف الأثر التّصاعديّ للبحث وذلك من خلال العدد الأعلى من المنشورات الذي حصد النسبة العالية من الاقتباسات. وقد أخذ به لأنّه سهل وواضح في عمليّة حساب كميّة المنشورات وأصالة الاقتباس<sup>2</sup> (Sangam & Shivaranjini, 2009). واستكمالاً، وضع العالم الفيزيائيّ هيرتس (Hirsh, 2005) مقياساً رقمياً لمعرفة مدى نجاح الباحث في مجاله العلميّ وذلك من خلال عدد الاقتباسات، أيضاً لمعرفة مدى فعالية الباحث وتأثيره<sup>3</sup> ونجده في قواعد البيانات. كما استعرضت دراسة "What is an H-index? Everything about the h-index" لجمعية كافيان للبحث العلميّ (Kavian Scientific Research Association, 2020) كميّة البحث عن مقياس ال (h-Index) وحسابه يدويّاً (Kavian Scientific Research Association, 2020). أما الموسوي ومن خلال "The H-index: An educational article" فقد وضّح أنّه ولكي يتمّ تقييم الأكاديمي يجب تحليل منشوراته العلميّة لمعرفة مدى تأثيرها، من خلال البحث في أشهر قواعد البيانات (Al-Mosawi, 2023).

انطلاقاً من هذه الدراسات السابقة، اعتمدنا في هذه الدراسة على طرحنا لمفهوم السُّمعة الرقمية بشكل عام، ثم اعتمدنا على عينات فعلية (لأكاديمي كليات الإعلام في الجامعة اللبنانيّة)، لم يسبق أن دُرست سابقاً. وبناءً عليه، يقدّم هذا النص مسخاً ميدانياً شاملاً، يمكن الرجوع إليه، يتضمّن الأرقام والإحصائيات الموثقة ضمن رسوم بيانية من خلال تحليل الإحصاء. وبذلك، تمّ رصد حضور ومهارات الأكاديميين في البيّة الرقمية والبحث الشامل على أبحاثهم في مجلات علميّة مُختارة من (Google Scholar, ResearchGate, Academia.edu). كما جرى مُلاحظة مدى فعالية التّسويق الدّاتيّ لديهم. والتأكيد على وجود ظاهرة التّمظهر الأكاديمي لدى البعض. إضافةً إلى إبراز تدفق النّشر الذي يُحفّز الميزة التنافسيّة ويظهر تراتبيّة الجامعة اللبنانيّة في التصنيف.

### على ماذا يرتكز التصنيف الأكاديميّ العالميّ؟

يرتكز على عدد الاقتباسات وعدد الأبحاث التي تُنشر في المجلات العلميّة المُحكّمة ضمن قاعدة بيانات (Scopus) وُفق مؤشرات علميّة تُساعد على التقييم والتّحليل. كما يلعب التصنيف دوراً أساسياً في بناء السُّمعة. وتعود

<sup>1</sup> إريك فروم (23 مارس، 1900 - 18 مارس، 1980) عالم نفس وفيلسوف إنساني ألماني أمريكي. ولد في مدينة فرانكفورت، درس العلوم الاجتماعية والفلسفة والفلسفة.

<sup>2</sup> The H-index is an index that attempts to measure both the scientific productivity and the apparent scientific impact of the scientists. The h-index is based on the set of scientists most cited



## 8. منهجية الدراسة وإجراءاتها

## منهج البحث الميدانيّ

منهج المسح الميدانيّ وتحليل الإحصاء، وكان ذلك من خلال دراسة المسار بشكلٍ استطلاعيّ واستكشافيّ عبر البحث الشامل على الدراسات والأبحاث بصيغة (PDF) في المجلات العلمية المتخصصة (Research Gate, Academia.edu) Google Scholar المنشورة على شبكة الإنترنت عبر استخدام محرّكات البحث (أفريم، 2023).

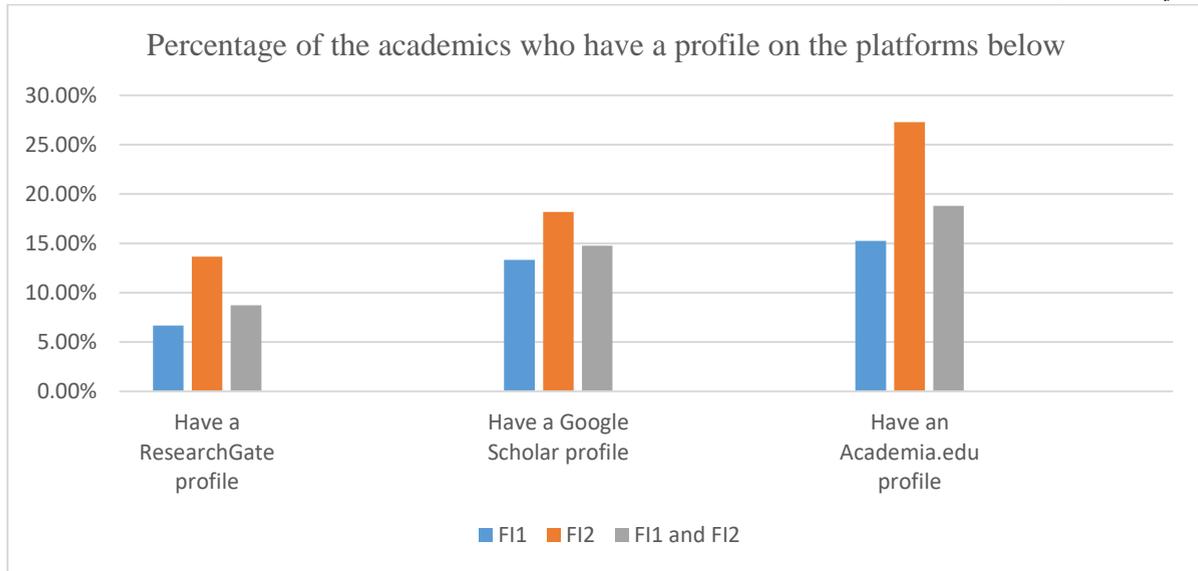
## مجتمع الدراسة وعيّنتها

نُحاول في هذه الدراسة تسليط الضوء على النظريات المستخدمة حالياً في بناء السُّمعة الرقمية، كنظرية الممارسة الاجتماعية ونظرية التسويق الرقميّ. وانطلاقاً من ذلك، سنتناول حالة خاصة كعينة لدراسة مدى تطابق النظريات

## النسبة المئوية للأكاديميين الذين يمتلكون ملفّات شخصية

رسم بياني رقم 1

النسبة المئوية للأكاديميين الذين يمتلكون ملفّات شخصية على ResearchGate, Google Scholar, Academia.edu



بحسب هذا الرسم البياني تبين لنا أنّ نسبة الحضور على (ResearchGate) في كلية الإعلام بلغت 8.72%. أما على (Google Scholar) فقد وصلت نسبة الأكاديميين الذين يمتلكون ملفّات شخصية في الكلية إلى 14.77%. وارتفع المعدّل على (Academia.edu) إلى 18.79%.

## النسبة المئوية للأكاديميين الفعّالين على المنصّات العلميّة

رسم بياني رقم 1. النسبة المئوية للأكاديميين الفعّالين على (ResearchGate, Google Scholar, Academia)

تستطيع الوصول إلى الباحثين الذين يقوم بالاستشهاد بأبحاثك عندما يكونون مسجّلين بالموقع.

التواصل مع الباحثين وطلب البحوث مباشرة منهم أو إرسال الأسئلة.

الإجابة عن الأسئلة في الاختصاص والحصول على أجوبة من الخبراء في المجال.

<sup>3</sup> جوجل سكولار أو الباحث العلمي الخاص بجوجل. هو محرك بحث خاص بالمؤلفات العلمية والأكاديمية. الاقتباسات على الباحث العلمي من جوجل تسمح للمؤلفين برصد الاقتباسات الموجهة نحو مقالاتهم. يمكنك أن تعرف من قام باقتباس نصوص من المنشورات الخاصة بك وماهي النصوص التي قام باقتباسها، إذ تحلل نتائج ذلك عبر رسم بياني لتطور الاقتباسات على مر الزمن وحساب إحصائيات مختلفة تتعلق بها.

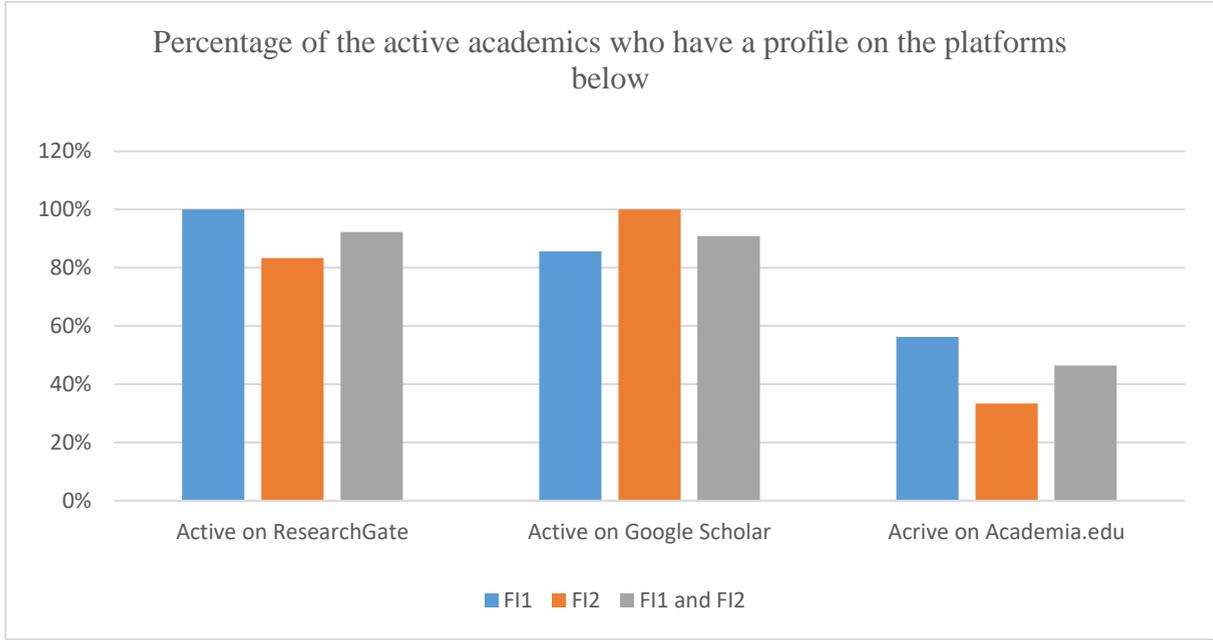
<sup>1</sup> هو موقع ويب للتواصل الاجتماعيّ للأكاديميين والباحثين. يسمح موقع الويب لمستخدميه بإنشاء ملفّ تعريف وتحميل أعمالهم وتحديد مجالات اهتمامهم. مميّزاته:

تصفح شبكات الأشخاص الذين لديهم اهتمامات مماثلة.

استخدام النظام من قبل الباحثين لمشاركة الأوراق ومراقبة قراءتها وتأثيرات الورق وتم قياسها بواسطة مقاييس أكاديمية الخاصة. متابعة العلماء أو البحث في مجالات محدّدة.

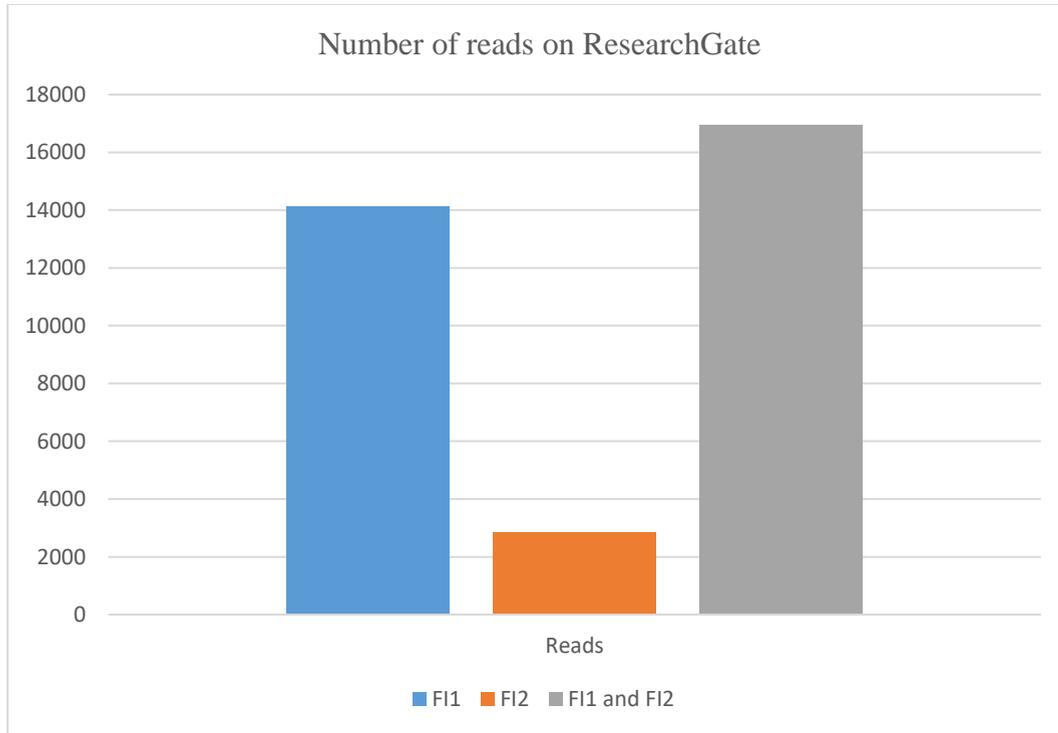
<sup>2</sup> هو موقع لشبكة اجتماعية مجانية موجهة للباحثين من جميع التخصصات وتهدف إلى توفير قاعدة بيانات مجانية لمشاركة البحوث العلميّة والأسئلة في كافّة الاختصاصات. مميّزاته:

تحميل ملفّات الخاصة بأبحاثك بصيغة (PDF) مع مراعاة حقوق النشر.



نسبةً للرّسم البياني السّابق الّذي يُبرز مدى حضور الأكاديميّين على المنصّات العلميّة، تبيّن لنا أنّ نسبة المشاركة والفعاليّة في كتيّة الإعلام، ونقصد بذلك كميّة النّشر، بغضّ النّظر عن نوع المنشورات، بلغت %92.31. أمّا على (Google Scholar) فقد وصلت نسبة المشاركة في الكتيّة إلى %90.90. واختلفت النّتائج الموثّوة على (Academia.edu) حيث بلغت نسبة الفعاليّة %46.43.

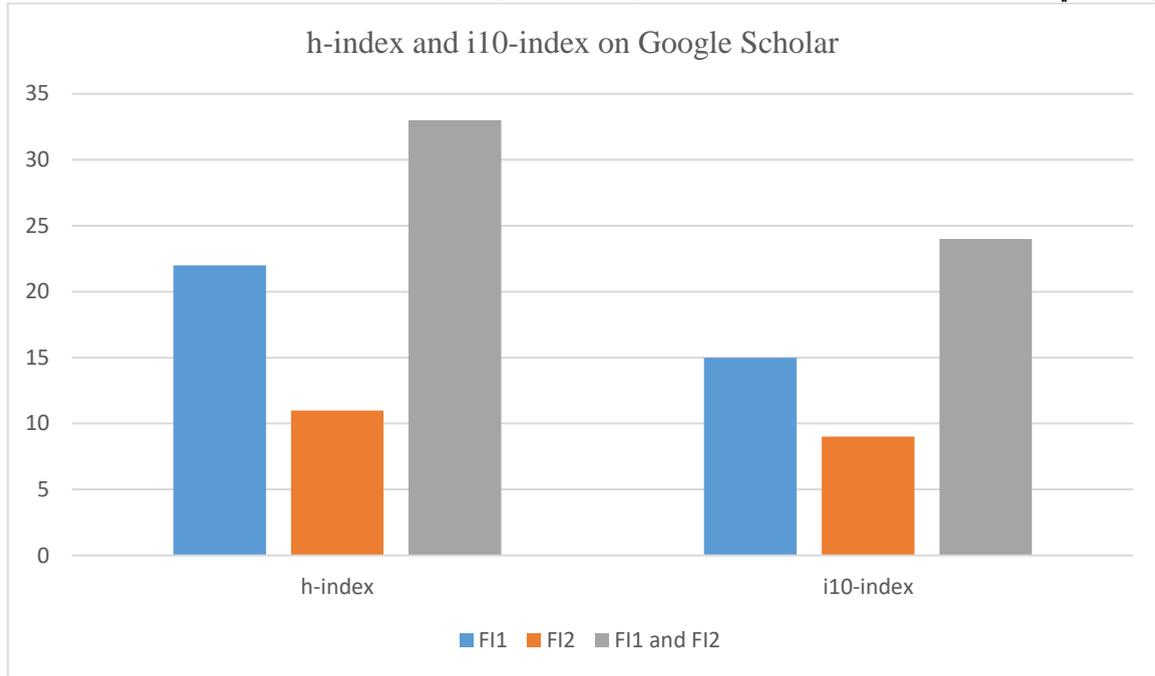
عدد مرّات تنزيل النّصوص الكاملة ومرثيّة البيانات الوصفية للأكاديميّين على (ResearchGate) رسم بياني رقم 2. عدد مرّات تنزيل النّصوص الكاملة ومرثيّة البيانات الوصفية للأكاديميّين على (ResearchGate)



أظهر هذا الرّسم البياني العدد 16949 مرّة على (ResearchGate) والمقصود مجموع عدد مرّات تنزيل النّصوص الكاملة ومرثيّة البيانات الوصفية للأكاديميّين كتيّة الإعلام.

## تقييم الأكاڤميّين على (Google Scholar)

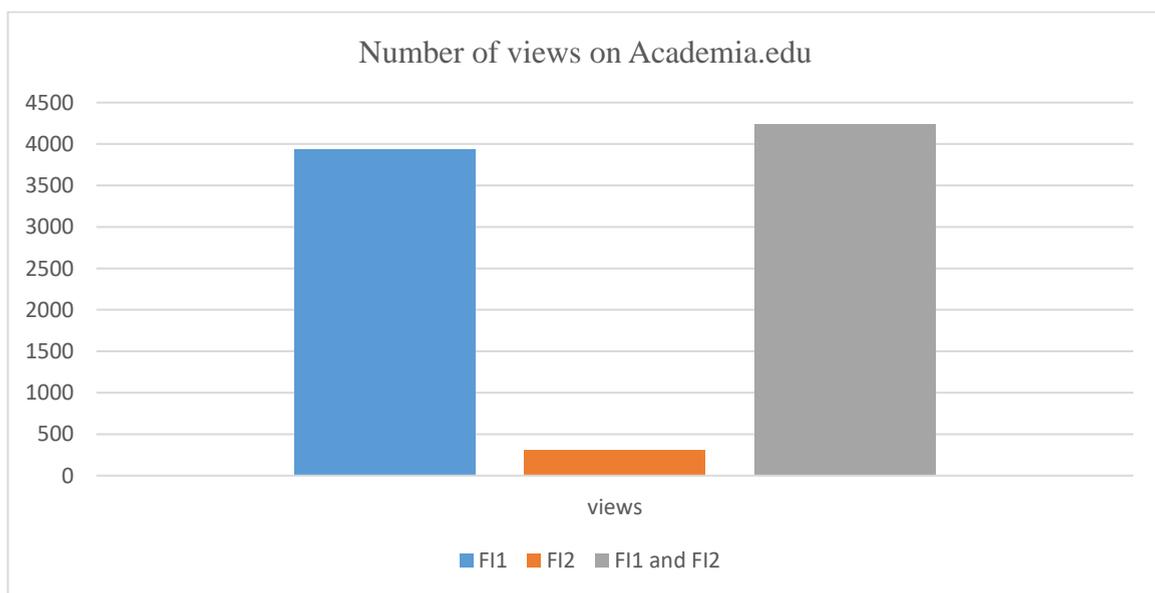
رسم بياني رقم 3. مقياسي ال (h-index) وال (i10-index) للأكاڤميّين على (Google Scholar)



يوضح لنا هذا الرسم البياني مقياسي ال (h-index) وال (i10-index) لأكاڤميّ كُتّبة الإعلام، حيث بلغ مجموع ال (h-index) في كُتّبة الإعلام 33 وال (i10-index) 24. بينما الرسم البياني الأخير (رقم 5) فقد بيّن لنا عدد مرّات مرثية البيانات الوصفية لأكاڤميّ كُتّبة الإعلام حيث بلغ مجموع عدد مرثية البيانات الوصفية 4242 مرّة.

## مرثية البيانات الوصفية على (Academia.edu)

رسم بياني رقم 4. عدد مرّات مرثية البيانات الوصفية للأكاڤميّين على (Academia.edu)





تبيّن لنا من خلال الرّسوم البيانيّة السّابقة أنّ حضور الأكاديميّين وتفاعلهم على المنصّات العلميّة، كذلك الأعداد والنّسب المئويّة، كانت مُتفاوتة حيناً ومُتقاربة حيناً آخر. ممّا يعني أنّ الحضور من خلال المملّقات الشّخصيّة على المنصّات له علاقة بالتفاعل عبر النّشر. كذلك نوع المنشورات من الممكن أن يكون له علاقة بالأعداد والنّسب المئويّة. إضافةً إلى ذلك، قد تختلف جميع التّناج من منصّة إلى أخرى.

أيضاً ضمن مهارات التعلّم الذاتيّ حيث السعي إلى تحقيق الميزة التنافسيّة المُستدامة، ص 12. إضافةً إلى مواكبة التقنيّات الرقميّة من خلال تطبيق إستراتيجيّات التسويق الرقميّ الذي يتطابق مع ما ذكره العازمي، ص 13.

### 11. الخاتمة

مع تطوّر النّشر الإلكترونيّ نحن اليوم أمام "انزلاق تقنيّ". وقد ساعدت المعلوماتيّة في انتشار الديمقراطيّة التفاعليّة ومنحت الحقّ للجميع بالكتابة والنّشر (مراد، 2015). وحتمّ هذا الأخير أساليب من المُمكن أن تُصنّف على أنّها غير شرعيّة حسب حقوق الملكيّة الفكرية المُعتمدة في العالم. كظاهرة الإنتحال العلميّ وكتابة ما هو مكتوب، وخرق حرمة معايير الأمانة العامّة للبحث العلميّ.

فكك العالم الافتراضيّ الهويّة المحليّة وأصبح الفرد مزدوج الهويّة، عندها برز تحدّي الموازنة بين هويّتين الأصليّة الثابتة والرقميّة الديناميكية. إضافةً إلى "الأفراد الإنترنتون" الذين يمتظرون، نقلاً عن داود جفافة، لتشكيل "الذات الإنسانية المرغوبة" فينبون هويّتهم عدّة مرّات لجذب "الأصدقاء الافتراضيّين". وبناءً عليه يتقمّص هؤلاء الأشخاص "الأدوار الافتراضيّة" و"الهويّات المتعدّدة" ليتكيّفون مع العالم الافتراضيّ. وهذا ما يفصلهم عن العالم الواقعيّ ويوصلهم إلى مرحلة الغرابة (صحراويّ و جفافة، 2022). بروز خاصيّة التّجدّد في استمراريّة النّشر على المنصّات العلميّة المحكّمة لدى عينيّننا مع العلم أنّ قسماً كبيراً منها، حضوره الرقميّ خجول على المنصّات التي عملنا عليها.

تخلق السُّمعة الجيدة بيئة تشغيل إيجابيّة وتؤمّن روابط مُستدامة. إضافةً إلى أنّها تحقّق الميزة التنافسيّة والنموّ المؤسّساتيّ الذي يخولها إلى أن تُصنّف. غير أنّ التّصنيف يؤمّن تراتبيّة الجامعة ويظهر نقاط قوتها<sup>1</sup> (Li, Shankar, & Tang, 2009).

إن استقامة البحث العلميّ توازي درجة التزام الباحث بالقيم الأخلاقيّة وعدم انتهاك حرمة معاييرها. وبناءً عليه، يتوجّب على الباحث "إرجاع الحقّ إلى أهله وتوثيق مصادره توثيقاً يتّسم بالدقّة والأمانة، وألاّ ينسب إلى نفسه ما ليس له حتى ولو كان شيئاً قليلاً" (جوهر، 2019).

### 12. التوصيات

في ظلّ التّنافس الأكاديميّ، من المفترض بالجامعات العربيّة المُحافظة على معايير أدائها وجودتها، وتجنّب التّمظهر الرقميّ كي تُحصّن سمعتها وتُحسّن صورتها وتكون قادرة على المنافسة محليّاً ودوليّاً، وتناهل للتّصنيف. وبالتاليّ يجب أن تفهم واقع الأكاديميّ في بيئة عمله، تحقّق له المطالب والحاجات وتستوعب الصّعوبات والمشاكل التي تحول دون انخراطه في حقل العالم الرقميّ أو حتى حضوره الخجول فيه. كما عليها أن تُقيّم وتقيس سمعتها حاضرًا وترصد تغييرات هذه السُّمعة، وذلك من خلال خطة إستراتيجيّة تضعها، تسعى لتنفيذها استعداداً للمستقبل.

من جهة ثانية، وجب على الأكاديميّ أن يكون أهلاً ووفياً للمؤسّسة التي ينتمي إليها. فيحسّن أداءه وإنتاجيّته، يسعى جاهداً للحفاظ على مهنيّته

### 9. نتائج الدراسة

إدراك أكاديميّ كليّة الإعلام في الجامعة اللبنايّة مهاراتهم في البيئة الرقميّة رغم أنّ ممارسات البعض منهم تعكس قصوراً في توظيف هذه الإمكانيّات، ضعف التّسويق الذاتيّ لدى البعض ووجود ظاهرة التّمظهر الأكاديميّ على مواقع التّواصل، ولجوء بعض الأكاديميّين إلى إعادة تدوير ما كُتب بهدف الحصول على مُشاهدات. كما إنّ حضورهم وتفاعلهم على المنصّات العلميّة التي استخدمناها في دراستنا، يخضع لمدى تفاعلهم عبر النّشر، كذلك نوع المنشورات. وقد يحدث تغيّرات بين منصّة وأخرى وبذلك ممكن أن تختلف التّناج.

إنّ سرعة التّورّ الرقميّة فرضت وجود هويّة رقميّة مرنة وديناميكية ممّا أوجب الرّضوخ والبقاء تحت سقف هويّة تتكيف على مواقع إلكترونيّة. من هنا، تتناقض الهويّة الأصليّة وتبقى مُقيّدة ضمن قيم يفرضها المجتمع التقليديّ مع الهويّة الرقميّة، تتعارض مع الحقيقة ويسهل إدارتها، وترتكز على مجتمع افتراضيّ حرّ.

### 10. تحليل التّناج

أنت التّناج نسبيّة على حسب عدد الأساتذة غير الحاضرة على شبكات التّواصل بالرغم من أنّ عدداً لا يُستهان به موجود في المجلّات العلميّة. ولكن من الممكن أن تكون هذه المجلّات غير مُتاحة رقمياً وغير مرئيّة من محرّكات البحث التي عملنا عليها. في المُقابل ظهر لنا أنّ بعض الأكاديميّين لديهم حضور رقميّ ولكن من خلال عرض كلّ ما يُكتب ويُنشر بغضّ النّظر إذا ما كان ذلك مقالات بحثيّة علميّة يُقتبس منها، وذلك حسب عمليّة التّمظهر الرقميّ الذي يُعاني منه الجميع. فهي تُبيّن لنا أنّها عبارة عن عروض تقديميّة وتقارير، أيّ كلّ ما يُكتب يُنشر وذلك بهدف الحصول على نسبة مُشاهدات عالية، والتي تُشكّل رأس المال الاجتماعيّ بحسب "بورديو"، ص 11.

باتت ظاهرة التّمظهر الأكاديميّ، بناءً على المفهوم الذي ورد في المقدّمة ص 4، موجودة على مواقع التّواصل دون اتّباع قوانين النّشر. وذلك لأسباب عديدة ك "حثّ الجامعات على النّشر المُكثّف ممّا يؤديّ إلى إعادة تدوير ما كُتب واللّجوء أحياناً إلى التّرجمة والاقْتباس والانتحال." (مراد، 2014). فالجامعات تُصنّف كما بات معروفاً على عدد المنشورات، كما ذكرنا في الصفحة 18. ولاحظنا أيضاً أنّ عمليّة التّسويق الذاتيّ لدى بعض الأكاديميّين ضعيفة والأرجح أنّها ناتجة عن عدم معرفة أو عدم اهتمام. وهذا ما عرضه "كوتلر" عن التّسويق الاجتماعيّ، ص 12.

وفي المُقابل، رصدنا أساتذة لديهم منشورات علميّة كثيرة، وعدد كبير من الاقتباسات ونسب عالية من المشاهدات وال (h-index) وال (i10-index)، مقياسي التّثمين والمقارنة اللذين تمّ تعريفهما ضمن أهميّة الدراسة، ص 7. وبرزت خبرتهم في التّسويق الذاتيّ أيضاً، فقد حضروا بقوة على جميع منصّات المجلّات العلميّة وهم حقاً جديرون بالتقدير وأهلاً بانتمائهم إلى كليّة الإعلام ورفع صيتها العلميّ. وهذا ما يتوافق مع "كوتلر"

thorough analysis of international quality indicators, as well as the impact of global ranking.

Research outlined that one of her priorities is to reinforce<sup>1</sup> quality assurance of higher education, which will entail a



https://dspace.univ-adrar.edu.dz/jspui/handle/123456789/7052

الشاعر، صالح (2015، 5 شباط). سبل منع الإنحلال العلمي والتّروير بجامعاتنا العربية <https://www.academia.edu/10757661>.

الشريف، عبد الله محمد (1996). مناهج البحث العلمي: دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل العلمية. الإسكندرية: مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع.

السّمري، محمّد عوض جارالله (2017). التّسويق الرقميّ ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة [رسالة ماجستير، جامعة كربلاء]. <https://www.researchgate.net/publication/333005152>

صادقي، رينا (2023). التّسويق 3.0 [مداخلة في ندوة ثقافية حول "نظريات فيليب كوتلر الجديدة للتّسويق"، الجامعة الأمريكية في الكويت]. <https://www.alraimedia.com/article/245800>

صحراوي، جهاد، & جفافة، داود (2022، 14 حزيران). الهوية الرقمية وإشكالية التعبير عن الذات في العالم الرقميّ. مجلة الرسالة والدراسات والبحوث الإنسانية، (4)7، 348-337. <https://search.mandumah.com/Record/1299687/Details>

صلي، ليلي يوسف محمّد، & العربي، أحمد عباده (2022، 7 كانون الثاني). الهوية الرقمية: النشأة والتّعريف والمعايير الفتيّة. المجلة العلمية بكلية الآداب، (2022)46، 904-888. [https://jartf.journals.ekb.eg/article\\_261433.html](https://jartf.journals.ekb.eg/article_261433.html)

الصادقي، سعيد (2016). التصنيف الأكاديمي الدولي للجامعات العربية. سلسلة محاضرات الإمارات، (201)، 71. أبو ظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية. [https://www.academia.edu/30179061/ي\\_الدولي\\_للجامعات\\_العربية\\_الواقع\\_والتحديات](https://www.academia.edu/30179061/ي_الدولي_للجامعات_العربية_الواقع_والتحديات)

غازي، غازي (2021، 14 نيسان). بيبور بورديو (1930-2002). الحوار المتمدّن، (47)، 1-24. <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=715435>

طلحة، مسعودة (2020). الهوية الرقمية: مآزق الاستخدام والخصوصية. مجلة التغير الاجتماعي، (2)5، 154-133. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/132440>

العازمي، خالد ظاهر عبدي (2022، أيار). آليات تعزيز إدارة التّسويق التعليمي الإلكتروني في الكويت: مدخل لتحقيق الميزة التنافسية. مجلة كلية التربية، (5)38، 286-247. [https://mfes.journals.ekb.eg/article\\_257541.html](https://mfes.journals.ekb.eg/article_257541.html)

عاشور، ياسين (2022). جاك لكان والواقع المُخبّط. مجلة الفلق الإلكترونية، (124). <https://www.alfalq.com>

علي، وليد محمد عبد الحليم (2021). تحسين السُّمعة الإستراتيجية للمدارس الابتدائية في ضوء بعض التصنيفات العالمية للتعليم. مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، (15)12، 116-38. <https://search.mandumah.com/Record/1230852/Description>

غراييه، فوزي، دهمش، نعيم، الحسن، ربيحي، عبد الله، خالد أمين، & أبو جبارة، هاني (1977). أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية <https://waqfeya.net/book.php?bid=11811>

كريب، إيان (1999). النظرية الاجتماعية: من بارسونز إلى هابرماس (محمّد حسين غلوم، ترجمة). الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

محمود، خالد صلاح حنفي (2016، 31 آذار). قراءة نقدية لأوضاع الجامعات العربية في التصنيفات العالمية. مجلة نقد وتنوير، (4)، 161-127. <https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM-654749>

محمود، ناجي عبد السّتار، & صالح، رائد مهدي (2019). دور التصنيف العالمي في تعزيز السُّمعة الأكاديمية. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، (46)15، 169-152.

ومصادقيته ومكانته العلمية، يحترم أخلاقيات البحث العلمي الذي يؤدي إلى الابتكار. إذ عليه أن يكون مبتكراً ومُبدعاً في كتاباته وأبحاثه الورقية قبل الولوج في عالم الرقمية. بمعنى آخر وكما ذكر خالد الأحمد في كتابه "شمسو" أنه عليه البقاء تحت سقف الرقابة الذاتية (الأحمد، 2019، ص 25). بعدها، يجب أن يكون على دراية وبوعي أهمية الترويج الذاتي في المجالات العلمية كي ينسجم مع التّغيير دون أيّ طمسي أو تلوين لهويته الرقمية. وكلّ ذلك يؤدي إلى بناء علاقات جيّدة تعزّز الثقة وتفتح باباً للتّسويق، تسويق علاقات مبنية على معرفة وخبرة، وبذلك يُشاع صيته وصيت المؤسسة التعليمية إلى العن.

## المصادر

الأحمد، خالد صدقي. (2019). "شمسو": ملامح الهوية الرقمية. جملون . <https://www.academia.edu/44641964>

أفريم، ألين (2023). السُّمعة الرقمية وثقافة التّمتّظهر لدى الأكاديميين في ظلّ التحول الرقميّ: كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية نموذجاً (2017 - 2023) [رسالة ماجستير، الجامعة اللبنانية].

البدري، سامي عادل (2003). الشخصية: مظهرات الزيف والحقيقة. <http://www.arabpsynet.com/Documents/DocSamiPersonality.pdf>

بكري، سعد علي الحاج (2022، 24 تشرين الثاني). الهوية الرقمية بين التّعدي والتوحيد. [https://www.aleqt.com/2022/11/24/article\\_2437471.html](https://www.aleqt.com/2022/11/24/article_2437471.html)

تيتبيرت، سعاد (2017، أيلول). الإنتاج العلمي لأستاذة علم المكتبات والتوثيق على الويب في الجزائر: دراسة مقارنة Cybrarians Journal، (47)، 1-24. <https://search.mandumah.com/Record/851836/Details>

ثابت، مصطفى، & حاجي، حنان (2023). مظهرات الهوية الرقمية المضطربة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. ألف: اللغة والإعلام والمجتمع (Alef Langues, Médias, Société)، (1)10، 103-126. <https://www.asjp.cerist.dz/index.php/en/article/218052>

حسين، نصير علي (2017). السرقة العلمية (Plagiarism) والتعرف على برامج كشف الانتحال الأدبي (الاستلال الإلكتروني) للبحوث العلمية Lark، (24)1، 93-110. <https://doi.org/10.31185/lark.Vol1.Iss24.474>

يوستادي (2023). تصنيفات الجامعات العالمية، ماذا تعرف عنها؟ <https://www.youstudy.com/ar/study-abroad-guide/rankings>

حمّادي، أودي (2012). نظرة إلى معايير تصنيف الجامعات في العالم. <https://www.researchgate.net/publication/235218401>

حمداوي، جميل (2023). المفاهيم السوسولوجية عند بيبور بورديو. <https://www.alukah.net/culture/0/83422>

خليفة، سهام محمّد عبد الفّتاح خليفة (2022). الإسهام النسبي للهوية الأكاديمية في التنبؤ بكلّ من إعاقّة الذات والظّف الأكاديمي لدى طلاب الجامعة. المجلة التربوية، (102)102، 856-789. <https://www.researchgate.net/publication/364654704>

رقيق، ليلة، بن الدين، الزبير، مباركي، هاجر، وموفق، طيب شريف (2022). حماية الحقّ في السُّمعة [رسالة ماجستير، جامعة أحمد دراية، الجزائر].



- <https://www.researchgate.net/publication/361486694>
- Hirsch J. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 102(46), 16569–16572. <https://doi.org/10.1073/pnas.0507655102>
- Ireri, A.M., Wawire, C.K., Mugambi, D.K., & Mwangi, C.N. (2015). Academic Identity Status Measure: Psychometric Properties when Used among Secondary School Students in Kenya. *International Journal of School and Cognitive Psychology*, 2(4), 1-8. <https://www.researchgate.net/publication/293009006>
- Kavian Scientific Research Association. (2020, April 6). *What is an H-index? What is an H-index? Everything about the H Index*. <https://www.academia.edu/43248600>
- Kotler, P. (2022). *Marketing 5.0*. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2011). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good* (4th ed.). New Delhi: Sage Publications.
- Li, M., Shankar, S., & Tang, K. K. (2010). Why does the USA dominate university league tables? *Studies in Higher Education*, 36(8), 923-937. <https://doi.org/10.1080/03075079.2010.482981>
- Lo, W. Y. W. (2014). *University Rankings: Implications for higher education in Taiwan*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-4560-35-1>
- Sangam, S. L., & Mogali, S. S. (2013). Mapping of Social Science Literature: A System Approach. *Journal of Advances in librarianship*, 4(2), 43-48. <https://www.academia.edu/21010401>
- <https://www.iasj.net/iasj/download/c7e3c29a76eeb4dd>
- محمود، ولد محمد عيسى محمد (2014، أيلول). آليات تحسين أداء الجامعات العربية في التصنيفات العالمية. مجلة المالّة والأسواق، 1(1)، 25–. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/2623350>
- مراد، غسان (2014). الإنسانيات الرقْمِيّة: ترويض اللّغة في سبيل معالجتها آلياً وتساؤلات في ثقافة التّكنولوجيا من أجل طرح علوم إنسانية جديدة. بيروت: شركة المطبوعات للتوزيع والنّشر. الهاشمي، حميد (2008، أيلول – كانون الأول). نظريّة الهوية الاجتماعية وتطبيقاتها على الأقلّيات المهاجرة إلى البلدان العربيّة: مناقشة علميّة وتكليف نظري. دراسات، (22–23)، 1–29. <https://www.researchgate.net/publication/343392092>
- مصطفى، جمال بن مصطفى بن محمد (2016). العوامل المؤثرة في النشر العلمي في الأوعية الإلكترونيّة لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية من وجهة نظرهم. المجلة التربويّة، 30(119)، 275–310. <https://search.mandumah.com/Record/772295>
- مراد، غسان (2015، 6 تشرين الأول). سلطة النّشر دمرتها التّقنيّة ولكن. جريدة الحياة. <https://www.researchgate.net/publication/283008289>
- مراد، غسان (2017، 12 نيسان). أفراد التواصل الاجتماعي بين مطرقة «التمظهر» وسندان الواقع. [https://assakafat.blogspot.com/2017/04/blog-post\\_12.html](https://assakafat.blogspot.com/2017/04/blog-post_12.html)
- مراد، غسان (2019). دهاء شبكات التّواصل الاجتماعي وخبايا الذّكاء الاصطناعيّ. بيروت: شركة المطبوعات للتوزيع والنّشر.
- مراد، غسان (2023، يوليو). التّقنيّات الرقْمِيّة: ديكتاتوريتنا الوقت والسّرعَة. مجلة البحرين الثقافيّة، 113(30)، 6–8. <https://eservices.culture.gov.bh/bacafliplibook/>
- مراكشي، عبد الرحيم (2023، 4 يونيو). جان لاكان بين التّحليل النفسيّ والبنويّ. <https://psyarabic.com/-pd/البنوي>
- Philip Kotler. مهارات التعلّم الذاتي (2022). إحترف التسويق مع فليب كوتلر. <https://www.selflearningskills.com/2020/11/Philip-%20Kotler.html>
- Al-Mosawi, A. J. (2020, February 5). Scientific Productivity of Influential Pediatricians from Ten Arab Countries: ResearchGate Analysis. *Science World Journal of Biomedical Research and Reviews*, 1(1), 1-3. <https://www.researchgate.net/publication/348812837>
- Al-Mosawi, A. J. (2022a, February 25). Super Elite Pediatricians from 146 Developing Countries: Researchgate Analysis. *Journal of Advances in Social Science and Humanities*, 8(5), 140-154. <https://www.academia.edu/82143214>
- Al-Mosawi, A. J. (2022b, May 19). Academic Medical Leadership in Iraq: Researchgate Ranking. *Journal of Advances in Social Science and Humanities*, 8(4), 102-118.