

دوافع اعتماد طلبة الجامعات العراقية على وسائل الاعلام الجديد وعلاقته في التشكيل اتجاهاتهم نحوها :طلبة جامعة تكريت انموذجا

م . هدى خالد خضير

جامعة تكريت /كلية الاداب

huda.kh79@tu.edu.iq

أ.م.د عبدالرحمن محمود محمد

جامعة تكريت / كلية الاداب

d_arahman6447@tu.edu.iq

المقدمة

يزداد إقبال الطلاب على وسائل الاعلام يوما بعد يوم نظرا لعدة عوامل وأسباب منها الخصائص الفنية السهلة والممتعة لهذه الوسائل، ومنها أن هذه الوسائل باتت تشكل مصدرا للمعلومات والأخبار والترفيه، حيث تقدّم هذه الوسائل لمستخدميها ما لا توفره وسائل الإعلام التقليدية و منصات التعبير الأخرى، وتشير الأرقام إلى ازدياد الإقبال عليها وعلى خدمات الإنترنت خلال السنوات الماضية، مما يستدعي الاستمرار في إجراء الدراسات والبحوث لفهم هذه الظاهرة من جوانبها المختلفة.

وتبحث الدراسة الحالية في جانب من جوانب استخدام الطلاب لوسائل الاعلام وهو الجانب المتعلق بدرجة الاعتماد على هذه الوسائل مصدرا للمعلومات العامة، والتعرف على نوع هذه المعلومات، وعلى أكثر وسائل الاعلام استخداما من قبل الطلاب ، خصوصا طلاب الجامعات الذين تتراوح أعمارهم بين ١٩-٣٠ سنة. لأن هذه الفئة هي أكبر فئات المجتمع عددا، وهي أيضا أكثر الفئات إقبالا على وسائل الاعلام .

وإذا كانت أغلب الدراسات قد تناولت موضوع الاستخدامات و الإشباع المتحققة من استخدام وسائل الاعلام، فإن هذه الدراسة حاولت التركيز على درجة اعتماد المستخدمين من الطلاب لوسائل الاعلام كصدر للمعلومات والأخبار، والتعرف على درجة اعتمادهم لهذه المعلومات .

المبحث الاول: الاطار العام للبحث .

اولا .مشكلة البحث :

لا تمثل وسائل الاعلام العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم .فالمضمون الذي تتوجه به عبر رسائل إخبارية أو سياسية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل إنه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل إشكالياتها . لقد فرضت وسائل الاعلام وجودها في الواقع الجماهيري ، فلم يعد بإمكان الفرد متابعة ومعرفة ما يحدث في العالم من خلال متابعة الصحف الورقية والقنوات التلفزيونية فحسب، إنما أصبح بإمكانه قراءة ومتابعة ومشاركة الأحداث السياسية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة على شبكة الإنترنت، والحصول على المعلومات والأخبار ف أي وقت وبأقل جهد وتكلفة .

وفي ضوء ما أشارت إليه نتائج العديد من الدراسات من أن الإنترنت يعد من أبرز وسائل الإعلام التي تمد الجمهور وخاصة الطلاب بالمعلومات والمعارف العامة والسياسية (الصفتي، ٢٠١١، 396) وفي ظل تزايد استخدام الطلاب لوسائل الاعلام للتزود بالأخبار والمعلومات المتنوعة قضية تحتاج إلى التوقف والدراسة العلمية، ويفترض أن يكون لهذا السلوك آثار وتداعيات مختلفة على وعي الطلاب، وعلى اتجاهاتهم نحو العديد من الموضوعات في شتى مجالات الحياة، لكن طبيعة هذه المعلومات ودرجة الاعتماد بحاجة إلى دراسة علمية تعطي نتائج دقيقة بعيدا عن المبالغة أو تقليل الأهمية.

لذلك فإن مشكلة الدراسة تتحدد بالسؤال الرئيس الآتي :

ما درجة اعتماد الطلاب الجامعين على وسائل الاعلام الجديد للتزود بالمعلومات ؟

ثانيا .أهمية البحث :

تكمن أهمية البحث في الجانب النظري في كونه يبحث في ظاهرة متطورة ومتنامية بسرعة كبيرة وهي ظاهرة وسائل الاعلام الجديد متمثل بمواقع التواصل الاجتماعي،

حيث أن إقبال الطلاب عليها في ازدياد مستمر في المجتمع العراقي وجميع المجتمعات العربية .

ثالثا .أهداف البحث :

الهدف الرئيس للبحث يتمثل في معرفة درجة اعتماد الطلاب على وسائل الاعلام الجديد للتزود بالمعلومات والأخبار ومعرفة طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الطلاب ، ويتفرع هذا الهدف إلى مجموعة من الأهداف كالاتي :

- معرفة دوافع استخدام الطلاب الجامعين على الاعلام الجديد (لوسائل التواصل الاجتماعي)
- تحديد طبيعة المعلومات والأخبار التي يبحث عنها الطلاب الجامعين من خلال الاعلام الجديد.
- التعرف على الفوائد والتأثيرات التي تتحقق للطلاب الجامعي من مواقع التواصل الاجتماعي.
- تقدير درجة الثقة بمصداقية وسائل الاعلام الجديد.
- معرفة وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بين افراد عينة الدراسة .

رابعا .الفرضيات البحث :

- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين الطلاب في درجة اعتمادهم على وسائل الاعلام الجديد تبعا للجنس والعمر والمستوى التعليمي ومستوى التحصيل ومعدل استخدام اليومي لوسائل الاعلام؟
- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين الطلاب في دوافع استخدامهم لوسائل الاعلام الجديد تبعا للجنس والعمر والمستوى التعليمي ومستوى التحصيل ومعدل استخدام اليومي لوسائل الاعلام الجديد؟

خامسا . منهج البحث :

يعتمد البحث على المنهج الوصفي المسحي. و البحوث الوصفية ترتبط بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكمالها، أو تطويره، وتمثل هذه الاستنتاجات فهما للحاضر يستهدف توجيه المستقبل (الحمداني وآخرون، ٢٠٠٦) ويعتبر هذا المنهج مناسباً للدراسة الحالية لمعرفة خصائص هذه الظاهرة وتحديد درجة اعتماد الطلاب على العلام الجديدة (وسائل التواصل الاجتماعي)، ثم التنبؤ بنتائج هذه الظاهرة، وأثارها على الطلاب .

سادسا .حدود البحث :

ستنفذ هذه الدراسة ضمن الحدود الآتية :

-الحدود المكانية: جامعة تكريت

-الحدود الزمانية: من ١/١ - ٢/١ العام ٢٠٢٣.

-الحدود الموضوعية: الاعلام الجديد متمثل بعض مواقع التواصل الاجتماعي .

سابعا. مجتمع البحث :

حدد الباحثان مجتمع البحث في الطلاب الجامعيين ، حيث استهدف البحث دراسة شريحة الطلاب من خلال التركيز على فئة الطلاب الجامعيين في جامعة تكريت .

ثامنا. عينة البحث :

تم الاعتماد على عينة طبقية عشوائية sample stratified Random من طلبة الاعلام في جامعة تكريت بعدد (١٠٠) طالب من الجنسين الذكور والإناث ومن السنوات الدراسية الأربعة حسب السنة. وطريقة العينة العشوائية تخضع لقانون الاحتمال أو (الصدفة)، وهي تضمن لكل مفردة من مفردات المجتمع الأصلي فرصا متكافئة في الاختيار لتكون عضوا في العينة (المغربي، ٢٠١١، 141،)والعينة

العشوائية التطبيقية في الدراسة الحالية يمكن أن تكون أقرب لتمثيل مجتمع الدراسة لأنها لا تعتمد على الانتقاء أو الصدفة، وبذلك ستكون نتائجها صالحة للتعميم على مجتمع الدراسة كاملاً. لكن الطريقة التطبيقية تتيح المجال أمام كل فئات مجتمع البحث ليكونوا ممثلين في العينة، لأن مجتمع البحث نفسه يتكون من طبقات هي: طبقة الجنس: ذكور وإناث، وطبقات السنة الدراسية: وتتألف من أربع فئات حسب السنوات الدراسية الأربع .

التحليل الاحصائي spss والجداول (١) تبين خصائص أفراد عينة الدراسة وكالاتي :
الجدول (١) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية

المتغير	نوع المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	٤٠	٤٠
	انثى	٦٠	٦٠
العمر	18-19	٢٥	٢٥
	20-21	٤٥	٤٥
	22-23	٣٠	٣٠
المستوى التعليمي	المرحلة الثانية	٢٥	٢٥
	المرحلة الثالثة	٣٨	٣٨
	المرحلة رابعة	٣٧	٣٧
معدل الاستخدام	اقل من ساعة	٤٠	٤٠
	من ساعة الى ساعتين	٣٥	٣٥
	من ساعتين الى ثلاث ساعات	١٩	١٩
	اكثر من ثلاث ساعات	٦	٦

يبين الجدول أعلاه أن استجابة الإناث من طالبات الجامعة لتعبئة الاستبانة كانت أفضل من الذكور، إذ إن نسبة الاستجابة وصلت إلى (٦٠%) إلى (٤٠%) أما الفئات العمرية فقد تبين أن الفئة العمرية من (٢٠ - ٢١ سنة) كانت هي الفئة الأكثر بين طلبة الجامعة بنسبة ٤٥% تلتها الفئة من (٢٢ - ٢٣ سنة) بنسبة ٣٠% ثم الفئة (١٨-١٩) سنة بنسبة ٢٥% .

في مستوى التعليمي يظهر الجدول أن المرحلة الأكبر عددا في مستويات التحصيل التعليمي كانت (المرحلة الثالثة) بنسبة (٣٨%) ثم (المرحلة الرابعة) بنسبة (٣٧%)، ثم المرحلة الثانية (٢٥%).

أما معدل استخدام وسائل الاعلام يوميا فقد كانت النتائج ، فقد تبين أن النسبة الأكبر كانت للطلاب الذين يستخدمونها اقل من ساعة بنسبة (٤٠%) ومن ثم الذين يستخدمونها من ساعة الى ساعتين (٣٥%) و ثم تليها الذين يستخدمون وسائل الاعلام من ساعتين الى ثلاث ساعات يوميا بنسبة (١٩%) واخيرا الذين يستخدمها اكثر من ثلاث ساعات بنسبة (٦%).

تاسعا. أداة جمع بيانات البحث :

تم الاعتماد بشكل رئيسي على الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات، حيث تم تصميمها لتناسب أغراض الدراسة وأسئلتها، من خلالها يتم جمع معلومات تتعلق بآراء واتجاهات أفراد العينة (طلبة جامعة تكريت) ، وكذلك معلومات تتعلق بعادات الاتصال لديهم .

وتتضمن الاستبانة قسمين (الملحق ١) ،يهتم الأول منها بالمعلومات الديموغرافية ومعلومات عن عادات الاتصال للمبحوثين، فيما يهتم القسم الثاني بأسئلة الدراسة، حيث تم التعبير عنها في ثلاث محاور تتضمن (٢٠) فقرة ، وهي الفقرات التي انتهت إليها الاستبانة بعد عملية التحكيم التي أجريت للتأكد من الصدق الظاهري للأداة.

عاشرا.صدق أداة البحث :

يقصد بصدق الأداة مدى قدرتها على أن تقيس ما سعت الدراسة إلى قياسه فعلاً، ويمكن التأكد من الصدق عن طريق عرض الأداة على عدد من ذوي الاختصاص والخبرة (المحكمين) وهم كل من (ا.د سعد سلمان . ا.م.د جمعه عبد الله . ا.د سهامة الشجيري)، وبهذه الطريقة وفي ضوء ملاحظات المحكمين وتوصياتهم تم إجراء التعديلات المناسبة لبعض الفقرات، وقد تم اعتماد الفقرات إلى حصلت على تأييد غالبية المحكمين مما يجعل أداة الدراسة ذات صلاحية عالية للتطبيق على عينة البحث. وقد تم التحقق من صدق الأداة من خلال طريقة المحكمين وبلغ عددهم ستة محكمين، وهم مختصون وخبراء في تخصص الإعلام من جامعة تكريت. (وقد قام هؤلاء بوضع ملاحظات ومقترحات لزيادة أو تحسين مصداقية فقرات الاستبانة وأسئلتها).

احى عشر- المعالجة الإحصائية :

تم إجراء المعادلات والاختبارات التالية :

- التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة.
- إيجاد مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

اثنا عشر . إجراءات البحث :

- بدأ الباحثان العمل في الإطار النظري من خلال مراجعة الأدبيات و النظر في الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث.
- تم تصميم استبانة مناسب بناء على مشكلة البحث وأسئلته، وقام الباحثان بالتحقق من صدق الاستبانة ودرجة ثباتها وقاما أيضا بتطبيقها على عينة صغيرة لغاية التحقق من سلامة لغته ووضوح أفكاره بالنسبة للطلبة المبحوثين.
- وتم توزيعها على طلبة الجامعة , وبعد ذلك تم معالجة بياناتها إحصائيا واستخرجت النتائج .

ثلاث عشر. المصطلحات الإجرائية للبحث :

-درجة اعتماد: يقصد بها درجة استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والأخبار. وتقاس الدرجة بالنسب المئوية. ويتم تحديد الدرجات بثلاثة هي: المرتفع، المتوسط، المنخفض .

-الطلاب: حددت تقارير منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) مرحلة الطلاب في

الفئة العمرية من ١٥ إلى ٢٤ سنة، ومع ذلك، فإن هذا التحديد يعبر عن الاتجاهات المتوسطة فقط.

ويحدد مفهوم الطلاب في هذه الدراسة إجرائيا بأنهم: طلبة الفئة العمرية التي تكون في مرحلة الدراسة الجامعية .

-وسائل الاعلام الجديد : تعرف بأنها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب، تتضمن التواصل والتفاعل بين المستخدمين، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة .

وتعرف أيضا بأنها كل التطبيقات الإلكترونية الموجودة على مواقع شبكة الإنترنت التي تتيح للمستخدمين التفاعل عن طريق القراءة والاستماع والمشاهدة والتعليق والحفظ والنسخ، وهي ليست صحف أو مواقع إعلام رسمية. وهي تشمل وسائل الاعلام مثل فيس بوك وتويتر وواتس أب ولينكد إن وغيرها، وتشمل المنتديات الاجتماعية التي تتيح المشاركة والتفاعل بحرية للمستخدمين.

المبحث الثاني: الجانب النظري.

اولا: وسائل الاعلام :

١. تعريف وسائل الاعلام :

إن كلمة اتصال في اللغتين اللاتينية والعربية مشتقة من فعل متقارب في المعنى إلى حد كبير؛ إذ يشير هذا الفعل إلى معنى الصلة والاشتراك والشيوع والانتشار، فنحن

حينما نتصل مع الغير، إنما نقصد في حقيقة الأمر مشاركتهم في المعلومات والأفكار والمعاني، فالاتصال هنا يعني نقل المعلومات والأفكار والمعاني من شخص لآخر، وشيوع هذه الأفكار وانتشارها بينهم (ساري، ٢٠١٦، ٢١-٢٢).

أما الاتصال الذي يتم عبر الوسائط الإلكترونية، فهي طريقة جديدة للاتصال في بيئة رقمية تسمح للناس بالالتقاء والتجمع عبر الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع، فهي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركين بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء لديهم نفس الاهتمامات والهوايات (الراوي، ٢٠١٦). ويتبين أن عملية التواصل الإلكتروني شبيهة بالطبيعية من ناحية أغلب عناصر التواصل باستثناء المواجهة، إذ يتواصل عدد من الناس مع بعضهم البعض عن طريق مواقع وخدمات الكترونية، وميزة هذه العملية في أنها توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع (بن فتح محمد، ٢٠١٦).

وتعرف وسائل الاعلام الجديد على أنها صفحات ويب تعتمد على خدمات تسمح للأفراد بالتعبير عن أنفسهم وتتيح لهم اختيار الأفراد المشاركين معهم، حيث أحدثت هذه المواقع تغيير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات (عمر، ٢٠١٦).

وهناك من يطلق على هذه المواقع بالإعلام الاجتماعي، الذي يعد نسق فكري وعلمي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتصال، فهو فرصة للمجتمع المدني ليقدم مكوناته المختلفة وهذا حتى يتعرفوا على بعضهم البعض وليتحدوا فيما بينهم، وهو الإمكانية المفتوحة لكل مواطن للدخول بحرية وبفاعلية للاتصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح والاحترام المتبادل (مكتبة المثقف، ٢٠١٦).

أما مصطلح الإعلام الاجتماعي فهو يختلف عن وسائل الاعلام لأنه أكثر شمولاً، وقد يشمل بعض الصحف والإذاعات و محطات التلفزة إضافة إلى وسائل الاعلام، وهناك من يقصر الإعلام الاجتماعي بالمواقع التفاعلية على الإنترنت دون وسائل الإعلام

التقليدية، ويعرفه بأنه "استخدام المواقع ذات الصبغة الاجتماعية والتشاركية في الإنترنت بهدف تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، وبحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم (سلطان، ٢٠١٢، ٣٥٣).

يتبين بعد استعراض عدد من تعريفات وسائل الاعلام الجديد أنها عبارة عن تطبيقات إلكترونية مرنة وتفاعلية للجميع يتم نشرها على شبكة الإنترنت بحيث يمكن للجميع الوصول إليها واستخدامها مجاناً، باستثناء خدمات الإعلان التجاري عن طريق الشركة نفسها، وتتيح هذه المواقع للمستخدمين مجموعة كبيرة من الخدمات أهمها التواصل الإلكتروني بجميع أشكاله نصاً وصوتاً وصورة، وهي تتيح أيضاً التعبير عن النفس بأي طريقة، والتفاعلية بين المشاركين، ونقل الملفات، ونشر الصور وخدمات أخرى كثيرة تناسب فئات عديدة من المستخدمين .

٢. أهم وسائل الاعلام الجديد :

تضم قائمة وسائل الاعلام المعروفة حتى الآن أكثر من ٢٣ موقعا، منها أقل من ١٠ تعتبر ذائعة الصيت أو الأكثر انتشارا، ونعرض فيما يلي أهم هذه المواقع المعروفة في المجتمعات العربية :

▪ موقع الفايسبوك: FACEBOOK

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الطلاب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام (٢٠٠٤)، في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (الفييس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء (زوكربيرج)، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات

المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة. والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرج): "لقد أضى كل منا يتكلم عن الفيس بوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك. وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد".

(مزري تش، ٢٠١١، ص ١٣٢).

كانت عضوية الفيس بوك في بداية الأمر مقتصرة على طلبة جامعة هارفارد فقط وفي شهر مارس سنة ٢٠٠٤ فتح موقع الفيسبوك أبوابه أمام جامعات "ستانفورد" و"كولومبيا" و"ييل"، بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة إيفي ليغ، وشينا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، في سنة ٢٠٠٦ فتح أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من ١٣ سنة فأكثر بحيث يكون لديهم موقع الكتروني (صبطي، ٢٠١٢، ١٨٢)

يقدم فيسبوك لمستخدميه خصائص عديدة ومتنوعة ومتجددة، تمكنهم من سهولة استخدامه، وسهولة التواصل بمن حولهم؛ عن طريق الرسائل النصية أو الصوتية، أو الفيديو وغيرها من خصائص كثيرة تتسم بالسهولة والتطور، إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وان يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم كذلك يمكن من وضع الصور الخاصة بالمستخدم ويمكنه من الاشتراك في العديد من المجموعات والتي يجتمع أفرادها على فكرة أو هدف (حلاوة، ٢٠١١، ١١٣)، فهو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمين بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي ينظمها الأصدقاء أو الأقارب أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، وبشير اسم الموقع إلى

دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي تضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم (عامر، ٢٠٣، ٢٠١١).

■ واتساب WhatsApp

تأسس واتساب عام ٢٠٠٩ على يد يان كوم وبرايين اكنن اللذان عملا معاً في شركة Yahoo حيث بلغ مجموع سنوات خدمتهم عشر و ن عاماً . انضمت واتساب إلى فيسبوك عام ٢٠١٤، لكنها استمرت في العمل كتطبيق مستقل مع التركيز على بناء خدمة مراسلة تعمل بسرعة ويمكن الاعتماد عليها في أي مكان في العالم. هنالك أكثر من بليون شخص في أكثر من ١٨٠ بلداً يستخدمون واتساب للبقاء على اتصال مع أصدقائهم وأفراد أسرهم في كل مكان وزمان. واتساب برنامج مجاني يوفر اتصالات ومراسلات فورية ومضمونة وامنة على الهواتف الخلوية في كافة أنحاء العالم (واتس أب، ٢٠١٨).

بعد أن بدأت مسيرة واتساب كتطبيق بديل للرسائل النصية القصيرة، فهو الآن بات يتضمن إرسال واستقبال أنواع متعددة من الوسائط منها الرسائل النصية والصور ومقاطع الفيديو والمستندات والموقع الجغرافي والرسائل الصوتية (اليوم، ٢٠١٨).

وتعلن شركة الواتس أن أنها تتبع أعلى درجات الخصوصية لمشتريها، إذ إن الرسائل والمكالمات محمية من خلال التشفير التام بين الطرفين أو ما يعرف ب-end to-end encryption . واتساب قراءة محتوى دردشاتك أو التتصت على مكالماتك. ويشير الموقع الرسمي لواتس أب أن أكثر ما يدفع فريق واتساب لتطوير كل خاصية أطلقها هو رغبتهم في إبقاء الناس حول العالم على تواصل فيما بينهم ومن دون عقبات (واتس أب، ٢٠١٨).

■ التليكرام

أطلقه مايك كريجر، وكيفن سيسترون عام ٢٠١٠، وهو موقع لتبادل الصور والفيديوهات عبر الهاتف المحمول أو الكمبيوتر. ويتيح للمستخدم ربط حسابه بأي رقم

هاتف له ، ومن ذلك الاختيار يمكنه من تبادل صورة له على التطبيق تنتشر على باقي المواقع التي تم الربط بها في الوقت نفسه. ومع ظهور التليكرام، ظهرت سمات عديدة (سامي، 2017). يشير إحصاء أجري في نهاية الربع الثالث من عام ٢٠١٦ إلى وجود ٣٠٠ مليون مستخدم "فعال ومتفاعل" شهرياً على التليكرام (٢٠١٧، Weedoo).

٣. ميزات وسائل الاعلام الجديد :

- توفر للأفراد وسائل للتواصل السهل بين بعضهم بعضاً للتفاهم والتعاون .
- الحصول على معلومات مفيدة في مناحي الحياة المختلفة .
- الإطلاع على الأخبار المستجدة عن طريق الأفراد أن عن طريق ما ينقل من وسائل الإعلام التقليدية .
- تتيح شبكات التواصل الاجتماعي التخلص من متاعب الواقع المجتمعي (السعدي، ٢٠١٦، 156).
- إلغاء الحواجز واختصار المسافات في التواصل ما يؤدي إلى اتصال قوي مستمر بين الأفراد خصوصاً الأقارب والأصدقاء (حسن، ٢٠١٠)
- تساعد الناس على الإبداع والابتكار في طرح ومناقشة أفكارهم (روداد، ٢٠١٥).
- تشكل وسائل التواصل الاجتماعي قناة تواصل فعالة بين الحكومة والناس(روداد، ٢٠١٥).
- استطاعت بعض فئات من المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي تطويع هذه الوسائل لخدمة الأعمال التجارية من تعريف وإعلان وتواصل وتسويق ومن تطوير أعمالهم من خلال الاطلاع على تجارب الآخرين، أو من خلال الاطلاع على التغذية الراجعة Feedback للمستهلكين، وزيادة فرص التوظيف وعروض العمل مثلما يحصل عبر LinkedIn وأسهمت في جذب المواهب المناسبة (روداد، ٢٠١٥).

■ تتيح وسائل الاعلام لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات الإعلان عنها وتسويقها، حيث يتم توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين، ويقوم الموقع باستقطاع مبلغ على كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، حيث يتم وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، وإذا كانت حسب اهتماماتهم يقومون بإضافتها إلى ملفاتهم (الميمان ٢٠١٥، ٥٣)

٤. سلبيات وسائل الاعلام الجديد :

- قد تعمل على تدمير أواصر العلاقة بين الأفراد والجماعات في المجتمع. (النعمي، ٢٠١١).
- إضاعة وقت المستخدمين من خلال نشوء ظاهرة الإدمان لساعات طويلة على التواصل عبر الإنترنت، والتقصير في الواجبات الواقعية من عمل ودراسة وغيرها .
- قد تنطوي وسائل التواصل الاجتماعي على نوع من التطفل والتعدي، فتظهر مشاكل تتعلق بالخصوصية(رواد، ٢٠١٥).
- تساهم وسائل الاعلام على تبادل الخبرات والثقافات حول العالم من خلال نشر ثقافات الأمم والشعوب، وهذا يساهم بصورة كبيرة في نشر مفهوم قبول الآخر من خلال التعرف على عادات الشعوب المختلفة (التر صوت، ٢٠١٨).
- تساعد وسائل الاعلام على الوصول لكافة البحوث العلمية والاستفادة منها، كما تساهم في زيادة المعرفة والثقافة العامة (التر صوت، ٢٠١٨).
- كما يشكّل تدهور اللغة العربية في بعض الدول العربية مشكلة تؤدي إلى زيادة انجذاب المستخدمين إلى تعلّم اللغات الأجنبية (رواد، ٢٠١٥).

- أن الأطفال والفتية قد لا يتصرفون وفقاً لأعمارهم الفعلية بدافع الرغبة في أن يعيشوا كالكبار نتيجة للتعرض لمحتويات مخصصة للكبار على وسائل التواصل الاجتماعي .
- تقليل الاتصال مع الوالدين: "أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي بمثابة الوالدين بالنسبة لهم، في حين أصبح الوالدان مجرد حراس .
- تساهم وسائل الاعلام في انتهاك خصوصية الأفراد بسبب تهكير حساباتهم على بعض المواقع؛ وبالتالي نشر صورهم ومعلوماتهم الخاصة دون علمهم وهذا يسبب العديد من المشاكل الاجتماعية (الترا صوت، ٢٠١٨).
- غياب رقابة الأهل عن وسائل الاعلام وبالتالي دخول الأطفال والمراهقين لمواقع غير أخلاقية بالكامل، وهذا يسبب أخطاراً كبيرة على الأطفال والمراهقين (الترا صوت، ٢٠١٨).
- معرفة كل شيء: يعتقد بعض الناس على وسائل الاعلام أنهم يعلمون ويفهمون في كل شيء، لقد خلقت وسائل الاعلام جيلاً يعتقد أن كل ما يقوله على مواقع التواصل له الأهمية القصوى عكس الواقع (حنفي والمطيري، ٢٠١٦).
- يؤدي التحديق المستمر في الهواتف الذكية إلى فقدان القدرة على التواصل الاجتماعي الحقيقي مع البيئة المحيطة، ورسم صور خيالية للحياة في واقع افتراضي غير واقعي (زيدان، 2016).

المبحث الثالث : نتائج البحث

يتضمن هذا المبحث الإجابة عن أسئلة البحث واختبار الفرضيات، حيث تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد عينة البحث عن "اعتماد الطلاب على وسائل الاعلام في التزود بالمعلومات"، وفيما يلي الاجابة عن أسئلة الدراسة حسب ترتيبها في الاستبانة :

نتائج السؤال الأول: ما دوافع استخدام الطلاب لوسائل الاعلام الجديد؟

للإجابة عن السؤال الأول، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتقدير الرتبة والمستوى للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن "دوافع استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي"، والجدول (٣) يوضح ذلك :

الجدول (٣): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات "دوافع استخدام الطلاب لوسائل الاعلام" ..

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	للحصول على اخبار والمعلومات	3.88	1.18	مرتفع
٢	للبحث عن علاقات جديدة	٣.٥٦	١.١٣	متوسط
٣	للترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ	٣.٤٦	٠.٩٨	متوسط
٤	للحصول على معلومات علمية	٣.٤٣	١.١٦	متوسط
٥	مدى استخدامك لبرنامج فيس بوك يوميا	٣.٣٨	١.١٩	متوسط
٦	مدى استخدامك لبرنامج واتس اب يوميا	٢.١٥	١.٠٨	منخفض
٧	مدى استخدامك لبرنامج التلكرام يوميا	٢.١٤	١.١١	منخفض

يتضح من الجدول (٣) أن المتوسطات الحسابية لهذا المحور، تراوحت ما بين (١٤.٢) و (٨٨.٣)، وجاءت الفقرة رقم (١) في الرتبة الأولى والحاصلة على متوسط حسابي بلغ

(٣.٨٨)، (وبانحراف ١.١٨) وهو من المستوى المرتفع، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (٢) بمتوسط حسابي بلغ (٣.٥٦) (وبانحراف معياري ١.١٣)، وهو من المستوى المتوسط، وجاء في الرتبة الأخيرة الفقرة رقم (٧) بمتوسط حسابي (٢.١٤) وبانحراف معياري (١.١١)، وهو من المستوى المنخفض.

نتائج السؤال الثاني: ما طبيعة المعلومات والأخبار التي يبحث عنها الطلاب من خلال وسائل الاعلام الجديد؟

للإجابة عن السؤال الثاني، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتقدير الرتبة والمستوى للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن " طبيعة المعلومات والأخبار التي يبحث عنها الطلاب من خلال وسائل الاعلام الجديد"، والجدول (٤) يوضح ذلك :

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١٠	سياسية	٣.٧٧	١.١٦	مرتفع
١١	حول المجتمع	٢.٨٥	١.١٨	متوسط
١٢	حول المعلومات العلمية والمعارف المختلفة	٣.٣١	١.٢٦	متوسط
١٣	اخبار ترفيهية	٣.٦٨	١.٢٣	متوسط
١٤	فنون ونكت وتسلية	٣.٦٨	١.٣٠	متوسط

الجدول (٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات "طبيعة المعلومات والأخبار التي يعتمد الطلاب على وسائل الاعلام" ..

يتضح من الجدول (٤) أن المتوسطات الحسابية لهذا المحور، تراوحت ما بين (٢.٨٥-٣.٧٧) وجاءت الفقرة رقم (١٠) في الرتبة الأولى والحاصلة على متوسط حسابي بلغ (٧٧.٣)، وبانحراف معياري (١.١٦)، وهو من المستوى المرتفع. وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (١١) بمتوسط حسابي بلغ (٣.٦٨) وبانحراف معياري (١.٢٣)، وهو من المستوى المتوسط.

وجاء في الرتبة الأخيرة الفقرة رقم (١٢) (بمتوسط حسابي (٢.٨٥) وبانحراف معياري (١.١٢)، وهو من المستوى المتوسط.

نتائج السؤال الثالث: ما الفوائد والتأثيرات التي تتحقق لي من وسائل الاعلام الجديد؟ للإجابة عن السؤال الثالث، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتقدير الرتبة والمستوى للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن "الفوائد والتأثيرات التي تتحقق لي من وسائل الاعلام"، والجدول (٥) يوضح ذلك :

الجدول (٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات "الفوائد والتأثيرات التي تتحقق لي من مواقع التواصل".

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١٥	تزيد من الثقافة	٣.٣٨	١.٢٢	مرتفع
١٦	تزيد من الاطلاع على الاخبار والمعلومات	٣.٨٠	١.٢٠	مرتفع
١٧	يزيد من الثقة بالنفس	٣.٣٤	١.٣٩	متوسط
١٨	تؤثر على السلوك ايجابيا مع الاخرين	٢.٢٢	١.٢٥	منخفض
١٩	تضيع الكثير من الوقت	٢.٠٤	١.٢٢	منخفض
٢٠	تفيد في اكتساب مهارات جديدة	١.٩٤	١.٢٠	منخفض

يتضح من الجدول (٥) أن المتوسطات الحسابية لهذا المحور، تراوحت ما بين (١.٩٤ - ٣.٣٨) وجاءت الفقرة رقم (١٥) في الرتبة الأولى والحاصلة على متوسط حسابي بلغ (٣.٣٨)، وبانحراف معياري (١.٢٢)، وهو من المستوى المرتفع. وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (١٦) بمتوسط حسابي بلغ (٣.٨٠) وبانحراف معياري (١.٢٠)، وهو من المستوى المرتفع أيضا. وجاء في الرتبة الأخيرة الفقرة رقم (٢٠) بمتوسط حسابي (١.٩٤) وبانحراف معياري (١.٢٠)، وهو من المستوى المنخفض.

المبحث الرابع : مناقشة نتائج

يتضمن هذا الفصل مناقشة لاجابات أسئلة البحث حسب ترتيبها : مناقشة نتائج السؤال الأول: ما دوافع استخدام الطلاب لوسائل الاعلام الجديد؟ يتضح من النتائج أن المتوسطات الحسابية لهذا المحور، تراوحت ما بين (٢.١٤ - ٣.٨٨) ، وجاء ترتيب الفقرات حسب الأهمية من وجهة نظر أفراد العينة كما يلي : للترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ بمتوسط بلغ ٣.٨٨ ، وللحصول على الأخبار والمعلومات بمتوسط بلغ ٣.٥٦، وللعلاقات الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب بمتوسط بلغ ٣.٤٦، و للحصول على معلومات علمية بمتوسط بلغ ٣.٤٣، وللتواصل مع زملاء الدراسة بمتوسط بلغ ٣.٣٨ ، وللتواصل مع الأساتذة والمدرسين بمتوسط بلغ ٢.١٥، وللمبحث عن علاقات جديدة بمتوسط بلغ ٢.١٤. تعكس هذه النتائج أن الترفيه وقضاء وقت الفراغ ثم الحصول على الأخبار والمعلومات حازتا على معدلات متقاربة، ويبدو أن هذه الدوافع هي الأكثر أهمية من بين الدوافع الأخرى .

مناقشة نتائج السؤال الثاني: ما طبيعة المعلومات والأخبار التي يبحث عنها الطلاب من خلال وسائل الاعلام؟

يتضح من النتائج أن المتوسطات الحسابية لهذا المحور، تراوحت ما بين (٢.٤٥ - ٣.٧٧)، وجاء ترتيب الفقرات حسب الأهمية من وجهة نظر أفراد العينة كما يلي :

حول المجتمع بمتوسط بلغ ٣.٧٧، و أخبار ترفيهية بمتوسط بلغ ٣.٦٨، و فنون ونكت وتسلية بمتوسط بلغ ٣.٦٨، و حول تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بمتوسط بلغ ٣.٣٢، و حول معلومات علمية ومعارف مختلفة بمتوسط بلغ ٣.١٣، وموضوعات سياسية محلية بمتوسط ب ٢.٩٤، وموضوعات حول المجتمعات العربية عامة بمتوسط بلغ ٢.٨٥، وموضوعات حول الشؤون الاقتصادية بمتوسط بلغ ٢.٦٩، وشؤون سياسية دولية بمتوسط بلغ ٢.٥٩، و سياسية إقليمية بمتوسط بلغ ٢.٤٥، تعكس هذه النتائج أن اهتمام الطلاب ينصب في هذه المرحلة على الشأن الداخلي في المجتمع، وهذا أمر طبيعي في ضوء من يجري من تغيير سياسي واجتماعي وثقافي في البلد في الأونة الأخيرة. ويبدو أن الموضوعات الأكثر اهتماما تختلف حسب المجتمع وحسب المرحلة التي يمر فيها.

مناقشة نتائج السؤال الثالث: ما الفوائد والتأثيرات التي تتحقق لي من مواقع التواصل الاجتماعي؟

يتضح من النتائج أن المتوسطات الحسابية لهذا المحور، تراوحت ما بين (١.٩٤ - ٣.٣٨)، وجاء ترتيب أهم الفقرات حسب الأهمية من وجهة نظر أفراد العينة كما يلي: زاد من إطلاعي على الأخبار والمعلومات المختلفة بمتوسط بلغ ٣.٣٨، وزاد من ثقافتي العامة بمتوسط بلغ ٣.٨٠، وأضاع الكثير من وقتي في التصفح بمتوسط بلغ ٣.٣٤، وأثر على سلوكي إيجابيا تجاه الآخرين بمتوسط بلغ ٣.٢٦، زادت من ثقتي بنفسي بمتوسط بلغ ٣.١٧، ولم يكن لمواقع التواصل الاجتماعي أي أثر على عواظي بمتوسط بلغ ٢.٣٤، ولم يكن لوسائل الاعلام أي أثر على معلوماتي ومعارفي بمتوسط بلغ ١.٩٤.

تعكس هذه النتائج غلبة الفوائد الايجابية على غيرها من الآثار، ولولا مشكلة إضاعة الكثير من الوقت في التصفح لكانت الفوائد أعظم وأكبر.

النتائج والتوصيات

نتائج البحث :

يمكن تلخيص أهم نتائج البحث بمالي:

- إن الترفيه وقضاء وقت الفراغ ثم الحصول على الأخبار والمعلومات كانت من أهم دوافع استخدام وسائل الاعلام لأفراد عينة الدراسة من الطلاب .
- انصب اهتمام الطلاب في هذه المرحلة على الشأن الداخلي في المجتمع أكثر من الشؤون الإقليمية والدولية.
- تبين أن الفوائد الايجابية لوسائل الاعلام على غيرها من الآثار من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة مثل ازدياد الاطلاع على الأخبار والمعلومات وزيادة الثقافة العامة لكن ذلك صاحبه إضاعة الكثير من الوقت في التصفح.
- إن وسائل الاعلام تشكل بالفعل مصدرا مهما للحصول على الأخبار والمعلومات.
- إن أكثر وسائل الاعلام انتشارا هي الواتس أب، والفيس بوك، وتليكرام ، اما تويتر و نستغرام، وجوجل بلس، فقد حازت على انتشار متوسط.
- يتضح من النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في درجة اعتمادهم على وسائل الاعلام تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، بينما وجدت هذه الفروق تبعا للجنس، والعمر، ومعدل استخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي.
- يتضح من النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في دوافع استخدامهم لوسائل الاعلام تبعاً للمستوى التعليمي ، بينما وجدت هذه الفروق تبعا للجنس، والعمر، ومعدل استخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي .

توصيات البحث:

يوصي الباحثان بناء على نتائج البحث بما يأتي :

- أن يتم التوعية بإيجابيات وسلبيات وسائل الاعلام للطلاب من خلال عدة أساليب منها الندوات والمحاضرات في الجامعات وفي وسائل الإعلام على وجه الخصوص، بحيث يتم تعزيز الايجابيات والتركيز عليها ومحاربة السلبيات بطريقة علمية صحيحة .
- أن يتم توعية الطلاب بأهمية استغلال الوقت بشكل عام، والوقت أثناء استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي على وجه التحديد .
- أن تستمر البحوث الميدانية حول استخدامات الطلاب لوسائل الاعلام لأنه كما يبدو أن طبيعة الاستخدامات تتغير من حين إلى حين بشكل سريع، وكذلك طبيعة الموضوعات التي يتم الاهتمام بها، حتى أن أسهم مواقع التواصل تتغير بسرعة، فمرة نجد أن الفيس بوك هو الأول في هذه السنة، بينما يكون الفيس بوك في السنة الماضية، وهكذا.

المصادر :

- بن فتح محمد ، علي محمد (٢٠١٦)مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية القيمية، متاح بتاريخ ٨-١١-٢٠٢٢، على الموقع الالكتروني :
<https://faculty.mu.edu.sa/download.php?fid=159049>
- الترا صوت (٢٠١٨) ما هي إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي؟"، شوهذ بتاريخ (٨/٢/٢٠٢٣) ، على موقع الرابط على [altrasawt](http://cutt.us/qM7do) :
<http://cutt.us/qM7do>
- حسن، روبرت (٢٠١٠) الإعلام والسياسة ومجتمع الشبكات، ترجمة بسمة ياسين، القاهرة، مجموعة النيل العربية .
- حلاوة، محمد السيد وعبد العاطي، رجاء علي(٢٠١١)العلاقات الاجتماعية للشباب ، بين دردشة الانترنت والفيس بوك ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية .

- الحمداني، موفق، والجادري، عدنان، وقنديلجي، عامر، بني هاني، عبد الرزاق، وأبو زينة، فريد، والتل، سعيد(إشراف) (٢٠٠٦) مناهج البحث العلمي، أساسيات البحث العلمي، عمان - الأردن، جامعة عمان العربية للدراسات العليا .
- الراوي، بشرى جميل (٢٠١٦) " دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري"، بتاريخ ، ٢٠١٧ - ١٢ - ١٢ بتاريخ شوهده ، ٢٥/١٢/٢٠٢٢ على الرابط : <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=68848>
- رواد التواصل الاجتماعي العرب (٢٠١٥) تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، بدون مدينة، بد د .
- ساري، حلمي (٢٠١٦) التواصل الاجتماعي، عمان، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع .
- سامي، محمود (٢٠١٧) " مواقع التواصل الاجتماعي أفضل ٢٣ موقع اجتماعي" شوهده بتاريخ <http://cutt.us/DyGvd> ، على الرابط ٦/٢/٢٠٢٣ :
- سلطان، محمد صاحب (٢٠١٢) وسائل الإعلام والاتصال: دراسة في النشأة والتطور، عمان، دار المسيرة .
- السعدي، مؤيد نصيف جاسم (٢٠١٦) فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك، الجزائر، قسنطينة، مركز ألفا للوثائق .
- صبيطي، فؤاد شعبان، عبيدة (٢٠١٢)، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياه الحديثة ، الجزائر، الدار الخلدونية .
- عامر، فحي حسن (٢٠١١) وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع .
- عمر، أحمد بن علي (٢٠١٦) " اتجاهات الشباب في استخدام الإنترنت ومواقع الإعلام الجديد"، المنتدى العالمي للشباب الذي أقيم في اسطنبول، ٢٠١٦ .

-المغربي، كامل (٢٠١١) أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط٤ ، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع .

-حنفي، محمد والمطيري ماجد (٢٠١٦) " ١٠ سلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي " ،
جريدة القبس الإلكترونية، شوهد بتاريخ (٨- ٢- ٢٠٢٣ على الرابط :
[/http://alqabas.com/19068](http://alqabas.com/19068)

-زيدان، رعدة (٢٠١٦) "مواقع التواصل الاجتماعي إيجابيات وسلبيات ومخاطر أمن
معلومات"، في موقع السورية نت، شوهد بتاريخ ٨-٢-٢٠١٨، على الرابط :
<http://cutt.us/syEu>

-مزري نش، بن، قصة فيس بوك: ثورة وثروة، ترجمة: الهلالي، وائل محمود محمد،
القاهرة ،إصدارات سطور الجديدة، الطبعة العربية الأولى، ٢٠١١ .

-موقع شركة الواتس أب (٢٠١٨) حول واتس أب، ١٨-٢-2023 على الرابط :
<https://www.whatsapp.com/about/?l=ar>

-اليوم (٢٠١٨) "تعرف على ما لا يستغني عنه سكان الكرة الأرضية يومياً" بتاريخ
١٨-2-2023، على الرابط:
[.http://elyowm.info/?q=node/12754](http://elyowm.info/?q=node/12754)

الملاحق

ملحق (١)

استمارة الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

دوافع اعتماد طلبة جامعة تكريت على وسائل الاعلام الجديد وعلاقته في التشكيل

اتجاهاتهم نحوها : طلبة جامعة تكريت انموذجا

طلبتنا الاعزاء:

تحية طيبة وبعد :

يقوم الباحثان بدراسة مدى اعتماد طلبة جامعة تكريت على وسائل الاعلام الجديد

وعلاقته في التشكيل اتجاهاتهم نحوها ولأغراض هذا البحث تم اعداد هذه الاستبانة

ارجو الاجابة على المحاور المذكورة فيها علما انها لأغراض البحث العلمي.

وارجو ملاحظة ان هذا المقياس :

- يهدف الى التعرف على مظاهر السلوك الذي يقوم به
- لا توجد اجابات صحيحة واجابات خاطئة وان اي اجابة تعتبر صحيحة طالما انها تعبر عن وجهة نظرك بصدق
- التأكيد على ان المعلومات التي سوف يحصل عليها الباحث ستبقى سرية وانها لأغراض البحث العلمي فقط

ولذلك فإن المرجو منك الاجابة على جميع فقرات الاستبانة دون ان تترك واحدة منها

ووضع اشارة صح في المكان الذي يمثل مستوى وضوح السمة التي تتمتع بها

شاكر لكم حسن التعامل

الباحثان

م. هدى خالد خضير

أ.م.د. عبدالرحمن محمود محمد

البيانات العامة

١- الجنس:

ذكر - انثى

٢- العمر:

٣- المستوى التعليمي:

٥- معدل ساعات الاستخدام اليومي:

- من ساعة الى ساعتين - اقل من ساعة يوميا

- اكثر من ثلاث ساعات يوميا - من ساعتين الى ثلاث ساعات يوميا

ثانيا: اسئلة الاستبانة

المحور الاول: دوافع استخدام الطلاب لوسائل الاعلام الجديدة

الرقم	السؤال	دائما	احيانا	ابدا
١	للحصول على اخبار والمعلومات			
٢	للبحث عن علاقات جديدة			
٣	للترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ			
٤	للحصول على معلومات علمية			
٥	تدقيق لمعلومات الدراسة			

٦	معدل ساعات الاستخدام اليومي		
٧	مدى استخدامك لبرنامج فيس بوك يوميا		
٨	مدى استخدامك لبرنامج واتس اب يوميا		
٩	مدى استخدامك لبرنامج التلكرام يوميا		

المحور الثاني: طبيعة المعلومات والايخبار التي يعتمد الطالب على وسائل الاعلام الجديدة للحصول عليها

الرقم	السؤال	دائما	احيانا	ابدا
١٠	سياسية			
١١	حول المجتمع			
١٢	حول المعلومات العلمية والمعارف المختلفة			
١٣	اخبار ترفيهية			
١٤	فنون ونكت وتسلية			

المحور الثالث: الفوائد والتأثيرات التي تتحقق من وسائل الاعلام الجديدة

الرقم	السؤال	دائما	احيانا	ابدا
١٥	تزيد من الثقافة			
١٦	تزيد من الاطلاع على الاخبار والمعلومات			
١٧	يزيد من الثقة بالنفس			
١٨	تؤثر على السلوك ايجابيا مع الاخرين			
١٩	تضيع الكثير من الوقت			
٢٠	تفيد في اكتساب مهارات جديدة			