

استخدامات الشباب الجامعي تطبيق الواتس آب في الحصول على  
الأخبار المحلية، والمعلومات، والإشباع المتحققة

**Uses of WhatsApp to obtain Local News and  
Information and the Achieved Gratification by Youth  
University**

إعداد

بشار محمد فتحي عمرو

إشراف

الدكتور أحمد عريقات

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2019

## تفويض

أنا بشار " محمد فتحي " حامد عمرو، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا واللكترونيا للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الإسم: بشار " محمد فتحي " حامد عمرو.

التاريخ: 20 / 06 / 2019.

التوقيع: 

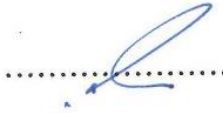


## قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: استخدامات الشباب الجامعي تطبيق الواتس آب في الحصول على الأخبار المحلية، والمعلومات، والإشباع المتحققة".

للباحث: بشار " محمد فتحي " حامد عمرو.

وأجيزت بتاريخ: 15 / 06 / 2019.

### أعضاء لجنة المناقشة:

التوقيع	جهة العمل	الصفة	الاسم
	جامعة الشرق الأوسط	رئيساً وعضواً داخلياً	د. هاني فايز البديري
	جامعة الشرق الأوسط	مشرفاً وعضواً داخلياً	د. أحمد علي عريقات
	جامعة البتراء	عضواً خارجياً	د. عبدالكريم علي الديبسي

**شكر وتقدير**  
**( وقل ربي زدني علما )**

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى المشرف الدكتور أحمد عريقات، الذي كان له الدور الكبير في مختلف مراحل إنجاز هذه الرسالة.

ويسعدني أن أشكر أعضاء لجنة المناقشة الذين تفضلوا بمتابعة هذه الرسالة.

كما أتقدم بالشكر إلى كل من سهل مهمة هذه الدراسة ممثلة برئاسة الجامعة، وكلية الإعلام،

والقبول والتسجيل وإلى مركز التحليل الإحصائي بجامعة الشرق الأوسط.

وإلى مختلف كليات الجامعة والطلبة الذين تفضلوا بتعبئة استبانة الدراسة.

لكم مني جزيل الشكر والعرفان

**الباحث**

## الإهداء ( لئن شكرتم لأزيدنكم )

أهدي هذه الرسالة إلى وطني العزيز الجميل المملكة الأردنية الهاشمية الذي أعطاني الكثير على  
مر العقود الماضية.

وإلى ولدي فادي الذي أكبر فيه.

وإلى شقيقاته بناتي لولو وديمة أصل الفرحة.

وإلى زوجتي نهى التي علمتني التضحية.

وإلى أبي فتحي وأمي لولو وأخي سامر أطال الله في أعمارهم.

وإلى الخال رفيق الدرب أمير رشدي الناظر.

إلى كل من ساهم في وصولي إلى هذه المرحلة من حياتي الأكاديمية والمهنية الإعلامية.

الباحث

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	العنوان
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر
هـ	الإهداء
و	فهرس المحتويات
ح	قائمة الجداول
ي	قائمة الملحقات
ك	الملخص باللغة العربية
ل	الملخص باللغة الانجليزية
<b>الفصل الاول: خلفية الدراسة وأهميتها</b>	
1	تمهيد
1	مشكلة الدراسة
2	أهداف الدراسة
2	اسئلة الدراسة
3	أهمية الدراسة
3	حدود الدراسة
4	محددات الدراسة
4	مصطلحات الدراسة
<b>الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة</b>	
6	الاطار النظري
15	الدراسات السابقة
28	موقع الدراسة من الدراسات السابقة
<b>الفصل الثالث: منهجية الدراسة : ( الطريقة والاجراءات )</b>	
29	منهج الدراسة
29	مجتمع الدراسة

30	.....	عينة الدراسة
30	.....	حجم العينة
31	.....	أداة الدراسة
32	.....	صدق الأداة
33	.....	ثبات الأداة
33	.....	المعالجة الاحصائية
<b>الفصل الرابع: نتائج الدراسة</b>		
35	.....	نتائج الدراسة
<b>الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات</b>		
55	.....	مناقشة النتائج
62	.....	أهم النتائج
63	.....	التوصيات
<b>المصادر والمراجع</b>		
65	.....	المراجع العربية
67	.....	المراجع الأجنبية
69	.....	المراجع الالكترونية
70	.....	الملحقات

## قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1 - 3	مجتمع الدراسة.	30
2 - 3	حجم العينة.	30
3 - 3	توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات.	31
4 - 3	معامل الارتباط بين الفقرات والأداء الكلي لمجالات الاستخدامات.	32
5 - 3	معامل الارتباط بين الفقرات والأداء الكلي لمجالات الاشباعات.	32
6 - 4	توزيع عينة الدراسة حسب متغير نوع الدراسة.	35
7 - 4	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية لاوقات استخدام الشباب الجامعي للواتس اب للحصول على الاخبار المحلية والمعلومات.	36
8 - 4	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدة استخدام الواتس اب للحصول على الاخبار المحلية والمعلومات.	36
9 - 4	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للجهاز المستخدم في تطبيق الواتس اب للحصول على الاخبار المحلية والمعلومات.	37
10 - 4	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لطبيعة الرسائل في تطبيق الواتس اب.	37
11 - 4	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمصادر رسائل الواتس اب للأخبار المحلية والمعلومات.	38
12 - 4	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمضامين رسائل الواتس اب.	38
13 - 4	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لطابع رسائل الواتس اب المستخدمة.	39
14 - 4	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاشباعات الحاجات المعرفية الناجمة عن استخدام تطبيق الواتس اب.	40
15 - 4	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاشباعات الحاجات الوجدانية / السيكولوجية الناجمة عن استخدام تطبيق الواتس اب.	41
16 - 4	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاشباعات الحاجات الشخصية الناجمة عن استخدام تطبيق الواتس اب	42



43	نتائج التحليل في المجال الرابع (إشباعات الحاجات الاجتماعية) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإشباعات الحاجات الاجتماعية الناجمة عن استخدام تطبيق الواتس اب.	17 - 4
44	نتائج التحليل في المجال الخامس (إشباعات حاجات الهروب من الواقع) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإشباعات حاجات الهروب من الواقع نتيجة استخدام تطبيق الواتس اب.	18 - 4
45	نتائج التحليل لاختبار (ت) للكشف عن فروق احصائية في درجة الاستخدام تعزى لمتغير الجنس.	19 - 4
46	نتائج التحليل لاختبار (ت) للكشف عن فروق احصائية في درجة الاستخدام تعزى لمتغير المستوى الدراسي.	20 - 4
48	نتائج التحليل التباين الأحادي للكشف عن فروق احصائية في درجة الاستخدام تعزى للسنة الدراسية.	21 - 4
50	نتائج التحليل: اختبار (ت) للكشف عن فروق احصائية في درجة الاستخدام تعزى لمتغير نوع الدراسة.	22 - 4
51	نتائج التحليل: اختبار (ت) للكشف عن فروق احصائية في درجة الاشباع تعزى للجنس.	23 - 4
52	نتائج التحليل: اختبار (ت) للكشف عن فروق احصائية في درجة الاشباع تعزى للمستوى الدراسي.	24 - 4
53	نتائج التحليل: اختبار تحليل التباين الأحادي للكشف عن فروق احصائية في درجة الاشباع تعزى للسنة الدراسية.	25 - 4
54	نتائج التحليل.	26 - 4

## قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
76	أسماء محكمي الاستبانة	1
77	الاستبانة	2
83	أمر الموافقة على موضوع الرسالة	3

## استخدامات الشباب الجامعي لتطبيق الواتس آب في الحصول على الأخبار المحلية والمعلومات والاشباعات المتحققة

إعداد: بشار محمد فتحي عمرو

إشراف: الدكتور أحمد عريقات

### الملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة استخدامات الشباب الجامعي لتطبيق الواتس آب في الحصول على الأخبار المحلية والمعلومات والاشباعات المتحققة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في دراسته، وتم تطبيق العينة الطبقية العمدية التي بلغت 350 مفردة. كما تألف مجتمع الدراسة من طلبة جامعة الشرق الأوسط وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي: أكثر متابعة في رسائل الواتس آب من قبل الطلبة هي الرسائل النصية بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (2.54)، وأعلى ما يتابعه الطلبة في مصادر رسائل الواتس آب هي التعليقات بمتوسط حسابي منخفض بلغ (2.10) تبعثها اشتراكات المجموعات (1.94) ويليهما اشتراكات الخدمات الاخبارية (1.91)، وأن الرسائل الاجتماعية في تطبيق الواتس آب هي أعلى ما يتابعه الطلبة بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (2.35)، ونالت الرسائل المؤثرة في تطبيق الواتس المرتبة الاولى في المتابعة بمتوسط حسابي مرتفع (2.39)، وأعلى الاشباعات حاجات معرفية / ومعلوماتية التي يحققها الشباب الجامعي هي مشاركة الآخرين الأفراح والاحزان بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (2.65)، وفي اشباعات الحاجات الوجدانية / السيكولوجية تصدر التعبير عن الحب والانتماء للوطن بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (2.48)، أما الحاجات الشخصية فجاءت في المرتبة الاولى تطوير التخصص المهني بمتوسط حسابي متوسط بلغ (2.31)، ما يشبع حاجات الشباب الاجتماعية هو الشعور بالتميز حيث نال متوسط حسابي مرتفع بلغ (2.33)، وبالنسبة لحاجات الهروب من الواقع يشبع تطبيق الواتس آب ذلك بمتوسط (2.56).

**Uses of Whatsapp to Obtain Local News and Information and the  
Achieved Gratification by Youth University**

**Prepared by: Bashar Mohammad Fathi Amro**

**Supervised by: Dr. Ahmad Oraiqat**

**Abstract**

The study aimed to know the uses of university youth to apply the WhatsApp in obtaining local news, information and innovations. The study relied on the descriptive approach in its study. The study group consisted of 351 students. The study found a number of results: The most follow-up in the messages of the WhatsApp by the students is the text messages with an average of 2.54 followed by images (2.47) followed by the voice (2.28) The highest level of follow-up among the students in the Whatsapp messages sources was the comments with an average of 2.10, followed by group subscriptions (1.94) followed by news subscriptions (1.91), and social messages in the application of the Whatsapp are the highest followed by students with an average of 2.35, Then cultural (2.27), then religious (2.14), then mathematical and artistic (2.12) and legal (2.02) and economic (2.05) and political (2.02), and received the messages affecting the application of Watts first place in follow-up (2.39), and then the task for a large segment of people (2.27) and then new (2.21) and then development (2.04), and higher needs (2.65), then achieve a quick communication with others (2.58), then identify what is going on quickly (2.53), improve the English language (2.49), and in the bursts of emotional needs / The psychology expresses the expression of love and belonging (2.48) and then helping others to succeed in their lives (2.45) (2.44). Personal needs came in the first place: the development of professional specialization (2.31), the expression of socially unacceptable behaviors (2.27) and the identification of laws and regulations approved by the state (2.25), which satisfies the needs of young people Is the sense of excellence where the average (2.33) is obtained, and for the needs of escape from reality the application of the WhatsApp is filled with an average of (2.56) .

## الفصل الأول

### خلفية الدراسة وأهميتها

#### تمهيد

أدى اتساع رقعة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى إحداث تطور في عملية نقل المعلومات وتبادلها بين الأفراد في المجتمع. وقد أشارت الدراسات الحديثة التي تناولت استخدام الشباب مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمعات النامية إلى أن 78% من الشباب الأردني من سن 18 - 36 عامًا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (Pew 2017).

يمثل استخدام التطبيقات الحاسوبية كالواتس آب، وتويتر، وإنستجرام مرحلة مهمة في عملية الاتصال الرقمي؛ فقد تمكّن من الوصول إلى الملايين من الناس في ذات الوقت.

يجمع تطبيق الواتس آب في خدماته المقدمة والمتبادلة بين مستخدميه العديد من محتويات وسائل الاتصال، وهو بذلك يقدم لمستخدميه العديد من الإشباعات.

#### مشكلة الدراسة

أصبحت تطبيقات الاتصال الرقمي تمثل أهمية في حياة الشباب لا سيما الجامعي وتشغل حيزًا زمنيًا في حياته اليومية، وتركز هذه الدراسة على كشف طبيعة استخدامات الشباب الجامعي لتطبيق الواتس اب في الحصول على المعلومات التي لم يكشف عنها من قبل.

ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الآتي: ما طبيعة استخدامات الشباب الجامعي لتطبيق الواتس اب في الحصول على الاخبار المحلية والمعلومات؟ وما هي الاشباعات المتحققة من تلك الاستخدامات؟

## أهداف الدراسة

تتمثل أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

- 1\_ التعرف على أنماط استخدامات الشباب الجامعي تطبيق الواتس آب في الحصول على الأخبار المحلية، والمعلومات، والإشباع المتحققة لهم نتيجة الاستخدام.
- 2\_ التعرف على الموضوعات المستخدمة في هذا التطبيق من قبل طلبة الجامعات.
- 3\_ التعرف على ما يفضله طلبة الجامعات أثناء استخدامهم هذا التطبيق.
- 4\_ التعرف على دوافع طلبة الجامعات لاستخدام تطبيق الواتس آب.
- 5\_ التعرف على الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي تطبيق الواتس آب.

## أسئلة الدراسة وفروض الدراسة

السؤال الأول: ما درجة استخدام الطلبة تطبيق الواتس آب؟

السؤال الثاني: ما طبيعة الرسائل التي يتناقلها الطلبة عبر تطبيق الواتس اب؟

السؤال الثالث: ما نوع الاخبار والمعلومات التي يتناقلها الشباب الجامعي عبر تطبيق الواتس اب؟

السؤال الرابع: ما نوع الإشباع؟

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في درجة استخدام الطلبة

لتطبيق الواتس آب للحصول على الاخبار الملوية والمعلومات تعزى إلى متغيرات الدراسة؟

الفرضية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في درجة إشباع الحاجات

التي يحققها الشباب الجامعي من تطبيق الواتس آب تُعزى إلى متغيرات الدراسة؟

## أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في:

### 1\_ الأهمية النظرية:

المساهمة في بناء منظومة معرفية في مجال استخدامات تطبيقات الحاسوب من قبل الشباب الجامعي، وإثراء المكتبة البحثية في علوم الإعلام والاتصال بدراسات تتناول وسيلة الاتصال الحديثة -الإنترنت- ومحتواها من تطبيقات حاسوبية ومواقع الكترونية.

### 2\_ الأهمية العملية:

محاولة إجراء دراسات تواكب التطورات التي تحدث على وسائل الاتصال الرقمي وخصوصاً الإنترنت وتطبيقات الحاسوب التي فرضت نفسها على تلك الوسائل.

## حدود الدراسة

الحدود الزمانية: تم تطبيق هذه الدراسة المسحية في الفصل الدراسي الثاني 2018-2019

وبالتحديد من 1 / 3 / 2019 إلى 15 / 4 / 2019.

الحدود المكانية: تم تطبيق هذه الدراسة في جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

الحدود البشرية: تم تطبيق هذه الدراسة المسحية على طلبة جامعة الشرق الأوسط.

## محددات الدراسة

من القيود التي تحد من تعميم نتائج الدراسة على مجتمع الدراسة اقتصرها على طلبة جامعة الشرق الأوسط على استخدام تطبيق الواتس آب دون غيره من مواقع التواصل الاجتماعي.

## مصطلحات الدراسة

الواتس آب:

هو تطبيق يقوم على استخدام الإنترنت لإرسال الرسائل النصية، والصور، والرسائل الصوتية، ومقاطع الفيديو. تُتاح إمكانية استخدامه من خلال تحميله على الأجهزة الخاصة سواء الهواتف الذكية أو أجهزة الكمبيوتر. وقد حقق التطبيق نجاحًا كبيرًا منذ إنشائه في عام 2009م على يد شخصين كانا يعملان في شركة ياهو؛ نظرًا لما يتمتع به من مجانية خدمات الاتصال إلى جانب دعمه من قبل العديد من منصات التشغيل مثل ويندوز، والعديد من الأجهزة المحمولة مثل الآيفون، والأندرويد، وغيرها (العقلة 2018).

## الاستخدام

تعريف مفهومي: نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكررًا ويندمج في ممارسات الفرد وعاداته يمكن حينئذٍ الحديث عن الاستخدام (أبو أصبع، 2005).

تعريف إجرائي: استخدام الطلبة في جامعة الشرق الأوسط تطبيق الواتس آب للحصول على

الأخبار المحلية والمعلومات.



## الإشباع

تعريف مفهومي: بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما؛ إذ يُقصد بالإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر (بو غازي، 2009).

تعريف إجرائي: إشباع رغبات الطلبة في جامعة الشرق الأوسط في الحصول على الأخبار المحلية والمعلومات في تطبيق الواتس آب.

## الأخبار المحلية

هي الاخبار التي تغطي الموضوعات المتعلقة بالبيئة المحلية ، حيث أن الاخبار تقتصر على الولاية والمقاطعة والبلدية كمصدر لأخبارها (حسن 2006).

وإجرائياً تعرف الأخبار المحلية بأنها مجموعة الأحداث المحلية في الأردن .

## الشباب الجامعي

### مفهوم اجرائي :

طلبة جامعة الشرق المسجلين في الفصل الدراسي الثاني من العام 2018 / 2019 ويصل عددهم إلى نحو ثلاثة آلاف وثمانمئة وخمسة طالب وطالبة

## الفصل الثاني الأدب النظري والدراسات السابقة

### المبحث الأول: الإطار النظري

#### نظرية الاستخدامات والإشباع

تُعد نظرية الاستخدامات والإشباع من النظريات التي ركزت على كيفية استخدام الأفراد وسائل الاتصال. وتفترض النظرية أن الجمهور يقوم بدور نشط في العملية الاتصالية، كما تفترض أن الجمهور مدفوع لتحقيق أهداف معينة عندما يدخل في عملية اتصالية يستخدم فيها وسائل الاتصال. وأن استخدام وسائل الاتصال يشبع الحاجات أو الدوافع الموجودة لدى الأفراد.

تعود جذور هذه النظرية إلى أربعينيات القرن العشرين الميلادي عندما كانت البحوث العلمية الاجتماعية المبكرة تركز على الاتصال الجماهيري وتبحث دوره الوظيفي في المجتمع.

ولا تزال هذه النظرية خاضعةً للتنقيح والتعديل حتى الآن وخصوصًا فيما يتعلق بنشاط الجمهور؛ فقد عدَّ آلان روبن Alan Robin النظرية، ولم تُعد النظرة إلى الجمهور قائمة على أن أفرادهم متشابهون في النشاط (عندما فرَّق بين الدوافع النفعية للتعرض لوسائل الاتصال والدوافع الاعتيادية). كما أوضح بعض الباحثين أن بعض الأفراد لديهم حاجات محددة ربما تشبعها وسائل الاتصال أو لا تشبعها، وتم وضع العديد من القوائم الخاصة بالإشباع التي تحققها وسائل الاتصال. (درويش 2006).

وقد نجح أليكس تان Alex Tan في تطوير نموذج عام للحاجات التي تشبعها وسائل

الاتصال للأفراد ومن بينهم طلاب الجامعات الذين هم موضع دراستنا. من هذه الحاجات:

- 1 \_ الحاجات المعرفية: وتتمثل في حاجات الأفراد إلى المعلومات، والمعرفة، وفهم البيئة. وترتبط هذه الحاجات بالفضول والدوافع الاستكشافية للعالم، وهو ما يحتاج إليه الطالب الجامعي.
- 2 \_ حاجات التكامل الشخصي: وتتمثل في حاجات الطالب الجامعي البشرية الأساسية الخاصة بزيادة الثقة والمصداقية، والاستقرار، وتحقيق المكانة. وهذه الحاجات تنشأ من رغبة الأفراد الجامعيين في تقدير الذات أو تحقيق الذات.
- 3 \_ حاجات التكامل الاجتماعي: وتتمثل في الحاجات الخاصة بتقوية الاتصال مع الأسرة، والأصدقاء، والعالم ومن ذلك الجامعة. وهذه الحاجات قائمة على رغبة الطلبة الجامعيين في الاندماج مع جامعتهم (درويش 2006).

### تاريخ الدراسات المتعلقة بنظرية الاستخدامات والإشباعات

تعتمد الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباعات الذي تبلور في بداية السبعينيات من

القرن

العشرين الميلادي بوصفه ردًّا فعلٍ لمفهوم قوة وسائل الإعلام للسيطرة على جمهور وسائل

الاتصال الجماهيرية.

وتُعنى هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة تطبيقية منظمة.

يُظهر هذا المدخل إيجابية الجمهور، ويعدّه جمهورًا نشطًا لا مستقبلًا سلبيًا لوسائل الاتصال

الجماهيرية؛ إذ ينتقي الأفراد الوسائل التي يتعرضون لها، وكذلك المضمون الذي يشبع

رغباتهم وحاجاتهم النفسية والاجتماعية عبر قنوات المعلومات والترفيه المتوفرة (عبد الحميد،

2000).

إن استخدام وسائل الاتصال يكون واضحًا حينما نوجه اهتمامنا إلى ما يفعله الجمهور بتلك

الوسائل لا إلى ما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور (Reed 1982 & Edwar). وفي إطار الدراسات الخاصة باستخدام وسائل الإعلام والتعرض لها من مختلف الفئات، ركزت هذه الدراسات على الأسباب الخاصة بهذا التعرض، في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدامات. وقد تمت صياغة هذه الأسباب في عدة أطر كان أهمها إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد نحو حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام ضمن الإطار العام للعلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات. ومن هنا كانت صياغة هذه البحوث في إطار مدخل عام أُطلق عليه مدخل الاستخدامات والإشباع (عبد الحميد، 2000).

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباع ثلاثة أهداف هي:

1 \_ تفسير كيفية استخدام الأفراد ووسائل الاتصال المختلفة التي تشبع احتياجاتهم (Kats & Blumler 1974).

2 \_ فهم دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض (مكاوي والسيد، 1988).

3 \_ مساهمة النتائج في الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري (عبد الحميد، 2000). ووفقاً لمنظور الاستخدامات والإشباع يتم النظر إلى الأفراد بوصفهم مدفوعين بمؤثرات نفسية، واجتماعية، وثقافية لاستخدام وسائل الإعلام لتحقيق نتائج خاصة يُطلق عليها الإشباع، ويتم ذلك في الإطار (James & Severin 1992) للفرد الاجتماعي.

يسعى مدخل الاستخدامات والإشباع إلى قياس مجموعة من الفروض هي:

1 - أن جمهور المتلقين هو جمهور إيجابي ونشط في استخدامه وسائل الإعلام، وهو استخدام

موجه لتحقيق أهداف معينة يحددها الأفراد.

2 - يملك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

3 - تختلف درجة إشباع الحاجات المختلفة وفقاً لاختلاف وسائل الإعلام.

4 - ونظراً لأن الجمهور وحده هو الذي يمكنه تقدير حاجاته واهتماماته وتحديدها فهو يختار الوسائل والمضامين التي تُشبع هذه الاحتياجات.

5 - الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في أي مجتمع من خلال استخدام الجمهور وسائل الاتصال المختلفة لا من خلال محتوى الوسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

وبوجه عام تقوم دوافع التعرض لوسائل الإعلام على محورين أساسيين هما (القليبي، 1998):

1\_ دوافع طقوسية: وتعني التعرض للوسيلة بهدف تضيئة الوقت، والاسترخاء، والهروب من

النمط اليومي، والألفة مع الوسيلة، والصدقة، والتواصل الاجتماعي.

2\_ دوافع نفعية: وتعني التعرض لوسيلة معينة بهدف إشباع الحاجة إلى المعلومات والمعرفة

والخبرات، والتعرف على الذات، ومراقبة البيئة المحيطة لتحقيق منفعة شخصية.

تنقسم الإشباعات الناتجة عن التعرض لوسائل الاتصال إلى قسمين هما: (Wenner

( 1985

1\_ إشباعات المحتوى: وهي الإشباعات الناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الاتصال، وهي

نوعان:

\_ إشباعات توجيهية: وتتمثل في الحصول على المعلومات، وتأكيد الذات، ومراقبة البيئة. وهي

إشباعات ترتبط بكثرة التعرض، والاهتمام، والاعتماد على وسائل الاتصال.

\_ إشباعات اجتماعية: ويقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الأفراد وشبكة علاقاته الاجتماعية.

2\_ إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة دون الارتباط بمضمون أو خصائص الرسالة الاتصالية، وتكون في نوعين هما:

إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات.

إشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد، والتخلص من الملل، وعدم الشعور

بالوحدة. وتزداد فاعلية هذه الإشباعات مع تزايد عزلة الفرد وضعف علاقاته الاجتماعية.

وقد طوّر أليكس تان Alex Tan قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الناس بالنسبة للرسائل الإعلامية، وهي:

1 \_ حاجات معرفية.

2 \_ حاجات وجدانية.

3 \_ حاجات شخصية.

4 \_ حاجات اجتماعية.

5 \_ الهروب من الواقع (موسوي، 2004).

ملائمة النظرية للدراسة :

كون تطبيق الواتس أب هو أحد أدوات وسيلة الاتصال الرقمية " الإنترنت " ، فإن إستخدام الشباب

الجامعي لهذا الوسيلة وتعرضهم إلى محتوى هذا التطبيق من أخبار محلية ومعلومات ، فإن تحقق

دوافع التعرض الذي يقوم على الإستخدام لذلك التطبيق لإشباع حاجات لدى الشباب الجامعي .

**المبحث الثاني: الأدب النظري**

**الواتس أب:**

هو تطبيق تراسل فوري محتكر ومتعدد المنصات للهواتف الذكية والحواسيب .  
 وإضافةً إلى الرسائل الأساسية يستطيع المستخدمون إرسال الصور، والرسائل الصوتية، والفيديو،  
 والوسائط.

### سلبيات تطبيق الواتس آب:

1 \_ أثبتت العديد من الأبحاث أن تطبيق الواتس آب يؤثر في العلاقات الاجتماعية بين الأشخاص الذين يستخدمونه وبين الأهل والأقارب والأصدقاء؛ فعلى الرغم من أن تلك التقنية تعمل على التواصل بشكل دائم ومستمر بين الأصدقاء والأهل فإنها تُلغي الاتصال المواجهي تمامًا؛ مما يؤدي إلى شعور الشخص بعزلة وخاصةً الأشخاص الذين أدمنوا استخدام تلك التقنية، حيث أصبحوا أكثر تعرُّضًا للإصابة بالعزلة عن العالم الخارجي والاعتماد بشكل كلي على تلك التقنية لمعرفة الأخبار وتطورات الأحداث، ومن ثمَّ يصبح الشخص غير قادر على التعامل مع ضغوط الحياة اليومية؛ لأنه اعتاد الوصولَ إلى الأشياء بسهولة دون تعب.

2 \_ يُعد هذا التطبيق وسيلة لضياع الوقت في أمور غير نافعة؛ حيث أصبح بعض الأشخاص يستخدمونه بشكل مستمر ليلاً ونهارًا، ومن ثمَّ لا يلتفتون إلى أمور أخرى بديلة قد تكون أكثر نفعًا لقضاء أوقات فراغهم، أو العمل على ممارسة الهوايات التي يحبونها، أو تنمية مهاراتهم والتفكير في مستقبلهم.

3 \_ كما أن هناك احتمالاً لوجود العديد من الثغرات التي تمكّن الآخرين من التجسس على مستخدم الواتس آب وتسريب الفيديوهات والمعلومات المتبادلة بين الأطراف المختلفة، ومن ثمَّ فهو سلاح ذو حدين؛ ولذلك يجب استخدامه بطريقة صحيحة وسليمة تساعد في التواصل مع الآخرين دون قطع العلاقات الاجتماعية، وتوفير وقت لممارسة ببعض الهوايات والتفكير في المستقبل.

4 \_ عدم التحقق؛ إذ لا يطلب تطبيق الواتس أب التحقق من رقم الهاتف أو الهوية عند الاشتراك، في حين ترسل التطبيقات التي تهتم بمحاربة السبام والتحرش رسائل قصيرة أو بريدًا إلكترونيًا إلى المشترك في العادة وتطلب منه النقر على رابط لتأكيد الاشتراك (رقم الهاتف، والهوية).

#### مزايا تطبيق الواتس أب:

1 \_ تقريب المسافات بين الأهل والأصدقاء، حيث يستخدمه عدد كبير من الأشخاص المغتربين والذين لا يستطيعون التواصل بشكل مستمر مع الأهل والزوجة والأبناء، ومن ثمَّ يصبح الواتس أب من ضروريات الحياة التي لا يمكنهم الاستغناء عنها للتواصل مع الآخرين ومعرفة أخبارهم.

2 \_ يلجأ بعض الأشخاص إلى استخدام الواتس أب نظرًا لأنه خدمة مجانية توفر فواتير الهاتف التي أصبحت مرتفعة جدًا، فيرسلون الرسائل النصية إلى الأصدقاء لمعرفة أحوالهم، والحديث معهم لفترة طويلة مجانًا.

3 \_ التخصيص؛ إذ يستطيع المستخدمون تغيير وضعهم وتعديله إلى ما يريدون تمامًا كما هو الحال في تطبيق الدردشة على شبكة الإنترنت، كما يمكنهم أيضًا مشاركة مواقعهم على خرائط جوجل، وتحميل صورة الملف الشخصي، واستخدام الرموز في الدردشات، أو تغيير مظهر المحادثة. يسمح خيار مجموعة الدردشة بما يصل إلى 10 أشخاص في محادثة واحدة.

4 \_ يتيح برنامج الواتس أب إمكانية إرسال العديد من الصور، والفيديوهات، والرسائل الصوتية، والوسائط المتعددة؛ مما يزيد من درجة التفاعل بين الأصدقاء والأهل.

5 \_ يُعد برنامج الواتس أب من أسهل التطبيقات استعمالًا، ومن ثمَّ يمكن لأي شخص التعامل معه بسهولة.

6 \_ يستخدم بعض الأشخاص هذا التطبيق لتبادل الأفكار والمعلومات. (صلاح، 2014).



### الوسائط المتعددة:

تعريف: هي توظيف إمكانيات الحاسوب الرقمي من صوت، ونص، وصور ثابتة ومتحركة بشكل تفاعلي وتكاملي.

من خلال التعريف السابق نرى أن تطوّر تقنية الحاسوب التناظري (ANALOG SYSTEM) إلى التقنية الرقمية (DIGITAL SYSTEMS) قد ساعد في تطوّر إمكانيات الوسائط المتعددة، فلم يعد هناك حاجة إلى شيفرة خاصة لتحويل الرسوم أو الأصوات إلى صيغة رقمية. وقد حل مكانها ما يعرف ببطاقة الصوت (CARD SOUND) وبطاقة الصورة؛ وذلك لتشفير إمكانيات الحاسوب من صوت وصور متحركة، وإعادة عرضها، وتخزينها بشكل مباشر.

### عناصر الوسائط المتعددة:

1 \_ النص المكتوب (TEXT): مهما تطورت وسائل الاتصال فلا غنى عن لغة الكتابة أو النصوص المكتوبة. ويمثل النص المكتوب في برمجيات الوسائط المتعددة حجر الأساس؛ فهو يستخدم في المجالات الآتية داخل البرمجية:

العناوين الرئيسية التي تشرح محتويات البرمجية وتوضحها.

التعليمات والإرشادات التي تشرح للمستخدم طريقة الاستخدام وكيفية التحرك داخل البرمجية.

القوائم الرئيسية التي تحدد البدائل التي سيختار منها المتعلم ما يناسبه.

المحتوى الرئيسي؛ أي الشرح التفصيلي لمحتويات البرمجية.

2 \_ الرسوم والصور الثابتة (IMAGES&GRAPHICS) وهي جميع الصور الفوتوغرافية

والرسوم التوضيحية سواء أكانت ثنائية الأبعاد (مسطحة) أم ثلاثية الأبعاد (مجسمة). ويُفهم من

ذلك أن العنصر البصري هو الذي يدركها سواء كانت ملونة أم غير ذلك، ولا تتضمن عنصر

الحركة أو الصوت؛ فهي كالرسوم والصور التعليمية الثابتة في الكتب المدرسية أو التي يرسمها المدرس على السبورة العادية.

وقد تكون هذه الصور والرسومات صغيرة الحجم أو كبيرة الحجم، وقد تكون لإنسان أو طائر أو نبات أو جماد، وقد تكون رسمًا هندسيًا منتظمًا أو غير منتظم.

3 \_ الصوت (SOUND) وهو من العناصر المهمة جدًا في برنامج الوسائط المتعددة؛ فدون وجود مؤثرات صوتية صحيحة يفقد البرنامج وقعه المطلوب، ويُعزى ذلك إلى أن المؤثرات الصوتية والموسيقى تعزز كثيرًا من عنصر التفاعل في برنامج الوسائط المتعددة.

فالنقر مثلاً على زر في البرنامج سيأتي بشاشة جديدة أو موضوع جديد، أما إذا صاحب هذا النقر صوتٌ يشير بوضوح إلى ما حدث فسيكون الأمر مختلفًا.

4 \_ الرسوم المتحركة (ANIMATION) وهي سلسلة من الصور الثابتة تُعرض بتعاقب معين وبسرعة معينة لتعطي حركة وهمية كما هو الحال في الأفلام السينمائية.

5 \_ الصور المتحركة (VIDEO) تختلف الصور المتحركة عن الرسوم المتحركة في أن الأولى تنقل الواقع كما هو؛ المباني الحقيقية، والأشخاص الحقيقيين، والبيئة الحقيقية. أما الرسوم المتحركة فترسم الواقع بنوع من التحريف -زيادة أو نقصًا- أو بشكل كاريكاتوري؛ مثل أفلام الكرتون.

وبناءً على ذلك يمكن تعريف الصور المتحركة بأنها مجموعة من اللقطات الثابتة للأشياء الحقيقية يتم عرضها بسرعة معينة لتظهر وكأنها متحركة. ( سلامة ، 2018 ).

## المبحث الثالث: الدراسات السابقة

### أولاً الدراسات العربية:

دراسة السيد (2014) بعنوان دور وسائل الإعلام الجديد في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري بعد ثورتي 25 يناير 2011 و30 يونيو 2013.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري بعد ثورتي 25 يناير 2011 و30 يونيو 2013. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي بتوزيع استمارة الدراسة على عينة عمدية من مجتمع البحث المؤلف من الشباب المصري الذي يستخدم وسائل الإعلام الجديد (الفيديو، واليوتيوب، والمدونات، والمنديات، والواتس آب، وتويتر) بمهارة في قرية سودة التابعة لمركز فاكوس بمحافظة الشرقية، ومدينة بنها بمحافظة القليوبية في مصر.

وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات والمقترحات من أجل استخدام وسائل الإعلام الجديد الاستخدام الأمثل وبما يتناسب مع قيمنا العربية، وعاداتنا، ومبادئنا الدينية الثابتة. وتوصل البحث إلى نتائج أهمها أن موقع الفيسبوك جاء في مقدمة وسائل الإعلام الجديد الأكثر استخدامًا وانتشارًا بين الشباب في المدن والقرى المصرية، يليه موقع اليوتيوب، والواتس آب، والفيبر، ثم التويتر.

دراسة عبد الفتاح (2015) بعنوان فاعلية استخدام تطبيق الواتس آب كتقنية اتصال تعليمي لتطوير مهارات الطلبة الكتابية

هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية استخدام تطبيق الواتس آب كتقنية اتصال تعليمي لتطوير مهارات الطلبة الكتابية، وقد استخدم الباحث المنهج شبه التجريبي، حيث خضع طلبة من

المستوى الرابع لتجربة علمية لقياس فاعلية الواتس آب. وقد شارك في الدراسة ثلاثون طالباً من طلبة كليات القاسم الخاصة.

توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

يمكن للواتس آب تحسين فاعلية المشاركة في حصص اللغة الإنجليزية بعد استخدام تطبيق الواتس آب؛ إذ يمكنه أن يزود الطلبة بفرصة للتدريب على اللغة مجاناً.

يضيف الواتس آب علاقات شاملة وشخصية بين الطلبة والمدرسين، وهو يُعد فرصة للطلبة لكي يحسنوا حياتهم الاجتماعية، ويمكنهم من المقارنة بين أفكارهم وأفكار غيرهم.

كما تكمن أهمية استخدام الواتس آب في أن وجود الاتصالات بعد حصص المدرسة كان أمراً صعباً في الماضي.

وخرجت الدراسة بالتوصيات التالية:

تشجيع الطلبة على استخدام هذا التطبيق وتطبيقات أخرى في تعلم اللغة الإنجليزية.

جعل الهواتف الذكية جزءاً من العملية التربوية.

تبني تطبيق الواتس آب في تعليم مهارات أخرى كالاستماع والمحادثة من خلال تبادل

الملفات

بين الطلبة والمدرسين.

**دراسة عمشة، وظبيان (2016) بعنوان: استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لثراء مبتكرات شبكات التواصل التفاعلية.**

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لثراء مبتكرات شبكات

التواصل التفاعلية، واستخدمت الدراسة منهج المسح، و أداة الاستمارة لجمع البيانات على 25

متغيراً. وتمثل مجتمع الدراسة في طلبة الجامعات الأردنية الحكومية (جامعة اليرموك وجامعة

العلوم والتكنولوجيا) والأهلية (جامعة جدارا وجامعة إربد الأهلية) من الفئة العمرية (18-28) عامًا، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظريات الاستخدامات والإشباع، وانتشار المستحدثات لإثراء وسائل الإعلام.

وقد توصل الباحث إلى النتائج التالية:

استحوذ استخدام شبكات الإنترنت المختلفة على ما نسبته 92.7% بصورة دائمة. جاءت شبكة التواصل التفاعلية بنسبة 90.3% بصورة دائمة.

فيما احتل الفيسبوك المرتبة الأولى في نسبة التفضيل، تبعه الواتس آب، ثم اليوتيوب.

أظهرت النتائج أن بداية تبني هذه الشبكات كان في عام 2007م، وازدادت كثافة الاستخدام في 2011م إلى عام 2014م.

اختلفت استخدامات الطلبة لهذه الوسائل من ترفيهي، إلى مصدر لسماع الأخبار، إلى الاستخدام من أجل بناء علاقات جديدة.

**دراسة سعدان، والمتميمي (2017) بعنوان دوافع استخدام طلبة الجامعات ... الهواتف الذكية والإشباع المتحققة**

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات الهواتف الذكية والإشباع المتحققة، والتعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات الخليجيين واليمنيين الهواتف الذكية وما تحققه من إشباع. والكشف عن معدل استخدام طلبة الجامعات في اليمن والخليج الهواتف الذكية. والتعرف على عادات الاستخدام وأنماطه. والكشف عن الفروق التي تميز استخدام الهواتف الذكية بين كل من طلبة الجامعات الخليجيين ونظرائهم من الطلبة اليمنيين.

وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي المسحي. كما اعتمدت الدراسة على الاستبيان، حيث تم تصميم استبيان إلكتروني. وتحدد مجتمع البحث في طلبة الجامعات الخليجيين واليمنيين في الجامعات الموجودة في عواصم السعودية، والإمارات، واليمن.

وتوصل البحث إلى نتائج من بينها:

تصدّر تطبيقات التواصل الاجتماعي استخدام طلبة الجامعات الخليجيين واليمنيين الهواتف الذكية بنسبة تزيد على 90%.

وفيما يخص دوافع الاستخدام فقد تصدر دافع الحصول على المعلومات أهم الدوافع العينية لدى عينة الدراسة.

دراسة التويجري (2017) بعنوان أنماط تعرض الشباب السعودي للإعلام الجديد والإشباع المتحققة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط تعرض الشباب السعودي للإعلام الجديد والإشباع المتحققة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي والاستبيان أداة للدراسة، حيث وُزع على (493) طالباً.

وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر البرامج التي يتعرض لها الشباب هي:

السناب شات. التويتتر. الواتس آب.

## ثانياً الدراسات الأجنبية:

دراسة يوبا وايور (2014) بعنوان تأثير استخدام تطبيق الواتس آب في أداء الطلبة في المراحل الدراسية بعد الثانوية في غانا.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام تطبيق الواتس آب في أداء الطلبة في المراحل الدراسية بعد الثانوية في غانا.

وقد استخدمت الدراسة المسح منهجاً في دراستهما، وصمما استبياناً ليكون أداةً لهذه الدراسة، وتم توزيعه على عينة مكونة من خمسمائة طالب. كما استخدمنا المقابلة، حيث أُجريت مع خمسين طالباً.

وخرجت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن الطلبة يستخدمون تطبيق الواتس آب وقتاً طويلاً، وقد أدى هذا الاستخدام إلى حدوث عدة مشكلات تربوية وتعليمية منها تدمير مهاراتهم في قواعد اللغة، وضعف التركيز في دروسهم، ومشكلات عدم التوازن بين دروسهم وبين استخدام التطبيق، حيث أبعدهم عن أداء واجباتهم.

دراسة أجاد، وليم (2014) بعنوان ملاءمة أم إزعاج؟ معضلة الواتس آب.

هدفت الدراسة التي أجريت في بروناي إلى التعرف على معضلة الواتس اب وزيادة المعرفة بشأن تأثير الواتس آب مع التركيز على التحديات التي يواجهها الشباب أثناء استخدامهم الواتس آب.

وهدفنا الدراسة إلى فحص كيفية استخدام الشباب الواتس آب محلياً، لا سيما في أوساط الكليات الجامعية على مستوى البكالوريوس في جامعة دار السلام في بروناي.

وسعت الدراسة إلى المساهمة وتوسيع المعرفة المحدودة في هذا المجال على أن تكون نتائجها مفيدة للسياسيين، والتربويين، وقطاع التسويق، والأهالي، والطلاب أنفسهم.

وقد وُظفت في الدراسة أدوات ذات قاعدة كمية، حيث تم توزيع استبيان إلكتروني بشكل عشوائي على طلبة البكالوريوس في جامعة دار السلام، وتألّف الاستبيان من 33 سؤالاً بإجابات مغلقة أو مفتوحة. وقد أجابت الأسئلة عن خمسة محاور:

المتغيرات الديموغرافية، ودوافع استخدام الواتس آب، وحجم تكرار استخدامه، وموضوعيته، والتحديات التي يواجهها الطلبة خلال استخدامهم الواتس آب.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

من حيث المتغيرات الديموغرافية بلغت العينة 158 طالباً، وصلت نسبة الإناث منهم إلى 79%. وقد تراوحت الأعمار في العينة بين 18 و23 عاماً. وقد جاء في صدارة العينة طلبة كلية الأعمال، تبعهم طلبة كلية الآداب والعلوم الاجتماعية. وجدت الدراسة أن 156 طالباً من العينة يستخدمون الهواتف المحمولة الخاصة بهم. كما وجدت أن تطبيق الواتس آب هو الأكثر استخداماً بين تطبيقات التراسل الاجتماعي بنسبة 96%، يليه الفايربر. أظهرت الدراسة أن أغلب طلبة العينة يستخدمون الواتس آب أكثر من ثلاث ساعات في اليوم، وقد جاءت النسب على النحو التالي: إرسال الرسائل النصية: 98%. إرسال الصور: 94%. المعلومات (الأخبار، والأحداث، والأمور المتعلقة بالتعليم) 62%.

عبرت العينة عن اعتقادها بوجود تحديات كبيرة للواتس آب، منها المشكلات المتعلقة ببرد الشخص المتصل به أو عدم رده. ومنها أيضاً احتمال تحول الاستخدام إلى نوع من سلوك



الإدمان. وقد أجمع الطلبة على أن الواتس آب أزعج حياتهم التعليمية مع الوضع في الحسبان أن ذلك لم يؤثر في أنشطتهم الاجتماعية والبدنية.

وعند سؤالهم عن مشاركتهم في مجموعات الواتس آب وُجد أن نحو 67% منهم يعيدون

إرسال أو نشر موضوعات تتعلق بالأحداث، والأخبار، والإعلانات إذا كانوا يعتقدون أنها أخبار مفيدة أو صحيحة، وقد رأوا أنهم يستخدمون الواتس آب بصورة طبيعية ولا يتعلقون به إلى حد كبير. وإضافة إلى إظهار الدراسة حجم استخدام الواتس آب فقد وجدت أن مزاياه -كما يراها الطلبة - تصب في النواحي التعليمية بغض النظر عن اتصالهم بأصدقائهم وعائلاتهم.

كما أن الطلبة يواجهون قضايا حساسة نتيجة استخدامهم للواتس آب، والذي يتضمن الحاجة إلى رسائل فورية، والتعرض لرسائل صحيحة، أو مزورة، أو غير قانونية، والسلوك الإدماني في الاستخدام. يتسم الطلبة بالحذر، ويشعرون بالمسؤولية عند نشر مضامين على الواتس آب.

**دراسة فينا ولوشاكا (2016) بعنوان أثر استخدام تطبيق الواتس آب في الطلبة في جامعة منغالور**

هدفت الدراسة التي أجريت في الهند لمعرفة أثر استخدام تطبيق الواتس اب في الطلبة في جامعة منغالور إلى ما يلي: استقصاء كثافة استخدام تطبيق الواتس آب بين مستخدميهم. ومعرفة تكرارات استخدامه. وحجم استخدامه. ومعرفة الإيجابيات الناجمة عنه. واستكشاف الاستخدامات المختلفة له. وتحديد دوافع الاستخدام. واختبار الإشباع المتحققة منه.

ولتحقيق هذه الغاية استخدم الباحثان المنهج المسحي على طلبة جامعة منغالور، كما استخدموا الاستبيان أداة للدراسة، حيث تم توزيع 200 استبيان على عينة من الطلبة من مختلف الكليات.

وتوصل الباحثان إلى أن تطبيق الواتس آب سريع وسهل الاستخدام، ويمكن الاعتماد عليه بوصفه تطبيقًا للتواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية.

أظهرت الدراسة بوضوح أن الطلبة بدأوا يرسلون الصور ومقاطع الفيديو من خلال هذا التطبيق، وأنهم يقومون بالدرشة مع الأصدقاء لأغراض تتعلق بالنواحي الأكاديمية وبشكل منتظم. وبناءً على ذلك يقترح أن يتم هذا التطبيق للتعليم والأنشطة البحثية نظرًا لفوائده الكبيرة.

### دراسة بهات وارشاد (2016) بعنوان تأثير الواتس آب في الشباب

هدفت الدراسة التي أجريت في الهند لمعرفة تأثير الواتس اب في الشباب بشكل رئيسي إلى فحص كثافة استخدام تطبيق الواتس آب بين شباب إقليم أغرا. وكذلك استقصاء طريقة وكيفية تأثيرها في التعليم، والحياة النفسية، والاعتيادية، والأسرية، وتكاليف الشباب. وكذلك تقييم ما إذا كان تأثير استخدام تطبيق الواتس آب بين الشباب إيجابيًا أم سلبيًا.

وقد استخدم الباحثان المناهج النوعية في دراستهما مع الاستعانة بمناهج كمية حيث تم إجراء مسح على عينة عشوائية في أغرا، وتألفت العينة العشوائية من شباب تتراوح أعمارهم بين 17 و30 عامًا من بين أكثر المستخدمين للواتس آب. واستخدمت أداة المقابلة للوصول إلى هؤلاء الشباب في مدارسهم، وكلياتهم، ومناطق عملهم.

وتوصل الباحثان إلى عدد من النتائج من بينها أن أغلبية الشباب وبالتحديد 72% قد انضموا إلى الواتس آب؛ لأنه مصدر جيد للاتصال، ويمكنهم التواصل مع الأشخاص الذين تربطهم علاقة بهم من خلال تكلفة منخفضة للمكالمات الهاتفية والرسائل القصيرة. كما توصلوا إلى أن استخدام الواتس آب يُعد من بين الأعلى استخدامًا، حيث يستخدمه الشباب 30 مرة يوميًا. وكشف 48% من أفراد العينة أنهم يستخدمون التطبيق للدرشة، والترفيه، وتبادل الصور. ومن الملاحظ

أيضاً أن نسبة 63% من أفراد العينة يستخدمون الواتس أب أكثر من 50 مرة في اليوم. وأن نسبة 40% يضعون الأصدقاء المقربين على لائحة الواتس أب الخاصة بهم.

ووجدت الدراسة أن 47% من أصل 68% من أفراد العينة أوضحوا أن استخدام الواتس أب يستهلك أوقاتهم الدراسية، وأنه سبب أخطاء في مهارات اللغة وضعف الاتصال؛ مما يشير إلى نتائج سلبية للتطبيق. ذكر 57% من أفراد العينة أن التطبيق يجتاح حياتهم الواقعية، وهو سبب قوي للعزلة الاجتماعية، واعترف 67% أنهم أصبحوا مدمنين للتطبيق، وأن عواطفهم تعتمد عليه؛ مما يؤثر في حالتهم النفسية. ووجدت الدراسة أن 71% يرون أن الواتس أب يتدخل في خصوصياتهم.

أما فيما يتعلق بتوصيات الدراسة فهي ضرورة الاهتمام بعنصر الوقت عند استخدام الإنترنت والواتس أب، وضرورة أن يهتم الناس بحياتهم على اعتبار أنها هي الأساس لا الواتس أب. كما أوصت شركات الاتصالات بتخفيض تكلفة المكالمات الهاتفية والرسائل النصية حتى يمكن تقليل استخدام الواتس أب. أوصى الباحثان بأن يتم استخدام الواتس أب من خلال الواي فاي لتقليل الاستخدام، وضرورة عدم استخدام الهواتف المتحركة في الصفوف المدرسية.

### دراسة سينتاكيا (2017) بعنوان تأثير استخدام الواتس أب في نجاح العملية التعليمية

هدفت الدراسة التي أجريت في تركيا حول تأثير استخدام الواتس اب في نجاح العملية التعليمية إلى استكشاف تأثير استخدام الواتس أب للتعليم، كما حاولت تحديد آراء الطلبة تجاه هذه العملية.

وسعت الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية: هل هناك اختلاف في درجات الطلبة

التحصيلية عند استخدام الواتس آب مقارنة بالبيئة التقليدية؟ ما آراء الطلبة في تطبيق الواتس آب؟

وقد وُظفت في الدراسة مناهج تجريبية كمية ونوعية مختلطة للاستفادة من البحث، وتم جمع

المعلومات وملاحظتها ودراستها ومناقشتها، حيث تم جمع المعلومات الكمية ثم النوعية.

تألفت العينة من طلبة في المرحلة الثانوية المدرسية تراوحت أعمارهم بين 15 و 16 عامًا.

وتوصلت الدراسة بالنسبة للمعلومات الكمية إلى نتيجة مفادها ارتفاع نسب نجاح الطلبة سواء

في البيئة التقليدية أو بيئة استخدام الواتس آب بوصفه وسيلة مساندة. إن لكلا أسلوبي التعليم

التقليدي والتعليم باستخدام الواتس آب تأثيرات مختلفة في الطلبة، مع وجود تأثير أقوى لبيئة التعليم

المساندة من قبل الواتس آب. وفيما يتعلق بالنتائج النوعية فقد تم التوصل إلى أن الطلبة عبّروا عن

اعتقادهم بأن التطبيق له تأثير إيجابي في الدوافع والحاجات. ووجدت الدراسة أن الواتس آب زاد

من استعداد الطلبة لدراسة برامج مُلحة. وأوضحت الدراسة أن الطلبة عبّروا عن اعتقادهم بأن

الصور المرسل على الواتس آب لها مساهمة إيجابية في تعليمهم. وفيما يتعلق بسلبيات الواتس آب

فقد أوصى الطلبة بالاهتمام بمسألة تنظيم أوقات إرسال رسائل الواتس آب اهتمامًا خاصًا، وكذلك

إغفال الرسائل المزعجة.

دراسة روزنفيلد، وسينا، وسارنيه، وأفيدوف، وكراوس (2018) بعنوان أنماط استخدام الواتس

آب وتوقعات المتغيرات الديموغرافية بغض النظر عن محتوى الرسالة.

هدفت الدراسة إلى تقديم بحث شامل عن استخدام شبكة تطبيق التراسل الواتس آب بوصفه

تطبيقًا ينمو بسرعة ليحل محل الرسائل القصيرة sms. ولفهم كيفية استخدام الناس الواتس آب تم

تحليل نحو ستة ملايين رسالة من 100 مشترك من الطلاب تتراوح أعمارهم بين 18 و34 عامًا علمًا بأن الهدف هو بناء نماذج توقعات ديموغرافية تتعلق بالمعلومات لا محتوى الرسائل.

وقد استخدم الباحثون في دراستهم المنهج التحليلي، ووجدوا اختلافات في استخدام الواتس آب بين الأشخاص استنادًا إلى أجناسهم وأعمارهم. وجدت الدراسة أن متغيرات الجنس والعمر مختلفة، ويختلف معها عادات الاستخدام في مختلف الرسائل والمجموعات. وقد لوحظ أن هناك اختلافات في سلوك المستخدمين ونماذج التوقعات. ووجدت الدراسة أيضًا أن المستخدمين الشبان أكثر استخدامًا للتطبيق، وأن المستويات الدراسية والأعمار تُعد عوامل إيجابية في توقُّع مدى تكرار إرسال الأشخاص الرسائل. كما وجدت أيضًا أن الإناث أكثر استخدامًا للواتس آب من الذكور، وأن الاستخدام يكون لأغراض عامة أو لأغراض تتعلق بالعائلة. أما الرجال فيستخدمون الواتس آب لأغراض عامة. وجدت الدراسة البحثية أن الذكور أعضاء في مجموعات كبيرة ويرسلون رسائل قصيرة.

### دراسة شهيد (2018) بعنوان تحليل محتوى مناقشات الواتس آب

هدفت الدراسة التي أجريت في باكستان لدراسة تحليل متوى مناقشات الواتس اب إلى تحديد تكرار وموضوعات مستخدمي الواتس آب في مدينة كراتشي الباكستانية. وتحديد تكرار الرسائل يوميًا من قبل الطلاب والمحترفين. وتحديد تكرار الملفات الإعلامية. ومعرفة عدد الرسائل طوال فترات النهار والليل. واستكشاف الحاجة والمنفعة من تطبيق الواتس آب. وتحليل الاختلاف بين الطلبة والمحترفين في نقاشات الواتس آب.

استخدمت الدراسة تحليلات كمية ونوعية مختلطة، حيث تم اختيار 50 محادثة بشكل يمثل كل منطقة من مناطق كراتشي، وكانت المناقشات المختارة خاصة بنحو 25 طالباً جامعياً و 25 محترفاً، وتم اختيار العينة من مختلف التخصصات الأكاديمية.

توصلت الدراسة إلى أن كل شخص يعيش في كراتشي يرسل 33 رسالة يومياً. وأنه يتم تقاسم 430 كلمة كل يوم. وأن كل فرد من أفراد العينة يرسل 3 ملفات إعلامية. وأنه يتم إرسال 66,327 رسالة يومياً من قبل 2,023. وأنه يتم تشارك 869,404 كلمات من قبل العدد نفسه وللفترة ذاتها. وأنه تم إرسال 6163 ملفاً إعلامياً من قبل العدد نفسه خلال الفترة نفسها. وأنه تم إرسال 23620 رسالة قبل الساعة الثانية عشرة ظهراً وتم إرسال 42707 رسالات بعد الساعة الثانية عشرة ظهراً.

### تقرير معهد رويترز لدراسة الصحافة (2018)

هدف التقرير السنوي إلى استكشاف البيئة المتغيرة حول الصحافة عبر العديد من مدن العالم في الوقت الذي ازداد فيه القلق مما يسمى بالأخبار المفبركة ودور شركات التقنية في تسهيل انتشار الأخبار غير الصحيحة. ومعرفة قلق الجمهور فيما يتعلق بالأنواع المختلفة للمعلومات على الأنترنت. وتقديم الدليل عن حالة صناعة الصحافة عبر 37 دولة. وإلقاء نظرة على العلاقة بين الناشرين ومستخدمي الخدمة. كما تم الاطلاع بمزيد من التفصيل على الشكل المتغير لوسائل التواصل الاجتماعي والأهمية المتزايدة لتطبيقات التراسل في مجال الأخبار.

وفي هذا الصدد أُجريت سلسلة الدراسات على مجموعات مركزة في أربع دول هي (الولايات المتحدة، والمملكة المتحدة، وألمانيا، والبرازيل). وجرى التحدث إلى العديد من مستخدمي الفيسبوك والواتس أب حول كيفية استخدامهم الشبكات من أجل الحصول على الأخبار، وقد جلب ذلك الكثير

من المعرفة المتعلقة بكيفية مقاومة الناس تبادل الأخبار حول آخر التطورات وتزايد اختيارهم المساحات الآمنة والخاصة.

وقد استُخدم في تقرير معهد الصحافة لدراسة الصحافة أسلوب المسح من خلال استبيان إلكتروني قبل نهاية كانون الثاني/يناير 2018 ومطلع شباط/فبراير 2018، حيث اعتمدت على أهداف ذات صلة بالسن، والجنس، والإقليم الذي يمثل جميع السكان في كل دولة. وتعامل التقرير مع استهلاك الأخبار، حيث استُخدمت استمارة إلكترونية شاملة لمعرفة جميع جوانب استهلاك الأخبار. وفي الدول الأربعة المشار إليها سابقاً تم الحصول على إجابات تتعلق بوسائل الاتصال الاجتماعي وتطبيقات التراسل.

وتم التوصل إلى نتيجة تفيد انخفاض استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي في عدد كبير من الأسواق بعد سنوات من النمو المتواصل، وقد قُدِّرَ حجم انخفاض الاستخدام في الولايات المتحدة بستة في المائة، ويعود ذلك إلى انخفاض محدد في النشر أو التبادل على موقع الفيسبوك. ولوحظ أن هناك ارتفاعاً في استخدام تطبيقات التراسل للحصول على الأخبار، حيث يتطلع المستهلكون إلى مساحات خاصة للتفاعل. وتوصلت الدراسة إلى أن نحو نصف المستخدمين يلجؤون إلى الواتس آب للتزود بالأخبار كما هو الحال في ماليزيا والبرازيل، أما في إسبانيا وتركيا فقد وصلت النسبة إلى الثلث. ويمكن ملاحظة أن استخدام تطبيقات التراسل -بما فيها الواتس آب- قد زادت في جميع مجموعات الدراسة، وأن أكثر المستخدمين هم من تقل أعمارهم عن خمسة وثلاثين عاماً. ووجد التقرير أن مستخدمي الواتس آب يشاركون على الأرجح في مجموعات خاصة إخبارية بنسبة (24%) أو في مجموعات للتعليق على موضوعات إخبارية بنسبة (16%). وقد أوضح التقرير سبب الإقبال على تطبيقات التراسل، وهو أن المشاركين يمكنهم من خلال المجموعات التي تضم

أصدقاءهم وعائلاتهم وزملاءهم في العمل إجراء مناقشات بشكل أكثر تحرراً. ويشعر مستخدمو التواصل الاجتماعي وتطبيقات التراسل بأن الواتس آب يتمتع بخصوصية أكبر. يتباين استخدام الواتس آب للحصول على الأخبار، فهو يقل في الولايات المتحدة في مقابلة الفيسبوك، في حين يتزايد في ألمانيا والبرازيل. أخيراً رأى معهد رويترز أن تطبيق التراسل الواتس آب للحصول على الأخبار هو الأكثر هيمنةً في أمريكا الجنوبية، وجنوب شرق آسيا، ودول جنوب أوروبا.

### موقع الدراسة من الدراسات السابقة

لا بد من الإشارة إلى أن الدراسة قد تتفق مع الدراسات السابقة في بحث حجم استخدام تطبيق الواتس آب من قبل الشباب الجامعي والشباب بشكل عام. وتتفق أيضاً في أنها تبحث دوافع الاستخدام لهذا التطبيق، وكذلك التأثيرات الناجمة، والإشباع المتحققة. ولكن هذه الدراسة تختلف ليس في كونها تفردا إنما قصور في العينة من حيث التطرق إلى استخدام تطبيق الواتس آب في جامعة الشرق الأوسط. وتختلف في كونها تختص في بحثها باستخدام الواتس آب في الحصول على الأخبار المحلية والإشباع المتحققة. تستكمل الدراسة الدراسات السابقة الحديثة والتي تناولت الاعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي كلا على حدة ، حيث كانت تلك الدراسات تقوم على جمع المعلومات من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي والواتس آب



## الفصل الثالث الطريقة والإجراءات

### منهج الدراسة

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وقد تم استخدام منهج المسح فيها ويُعرف بأنه: الطريق أو مجموعة الطرق التي يستطيع الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية، والظروف المحيطة بها في بيئتها، والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصوّر العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة فيها والمتأثرة بها. كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب دراسة البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من استخدام هذا المنهج.

أما المسح فهو منهج علمي منظم يهدف إلى:

جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بمؤسسات إدارية، أو علمية، أو ثقافية، أو اجتماعية، أو اقتصادية كالمؤسسات التعليمية، والخدمية، والإنتاجية بقصد التعرف على أنشطتها، وسلوك العاملين فيها، ومواقفهم من مختلف القضايا خلال مدة زمنية معينة. (الطائي، وأبو بكر 2007).

### مجتمع الدراسة

يبلغ عدد طلبة جامعة الشرق الأوسط (3805 طلاب وطالبات) للفصل الدراسي الثاني من

العام الجامعي 2018 / 2019 حسب الجدول التالي:

جدول (1)  
مجتمع الدراسة

#	الكلية	أعداد الطلاب المسجلين
1	كلية الآداب والعلوم	182 طالبًا وطالبة
2	كلية الحقوق	289 طالبًا وطالبة
3	كلية الأعمال	1144 طالبًا وطالبة
4	كلية الهندسة	595 طالبًا وطالبة
5	كلية الصيدلة	365 طالبًا وطالبة
6	كلية الإعلام	268 طالبًا وطالبة
7	كلية العلوم التربوية	286 طالبًا وطالبة
8	كلية العمارة والتصميم	472 طالبًا وطالبة
9	كلية تكنولوجيا المعلومات	204 طلاب وطالبات

عينة الدراسة:

استخدمت العينة الطبقية العمدية .

حجم العينة:

351 مفردة بتوزيعها بالتساوي على الطلبة من مختلف السنوات الدراسية (المستويات) ونوع الدراسة (كليات علمية وإنسانية).

جدول (2) حجم العينة

#	الكلية	عدد الاستبيانات الموزعة
1	الآداب والعلوم	17 استبيانًا
2	الحقوق	29 استبيانًا
3	الأعمال	105 استبيانات
4	الهندسة	56 استبيانًا
5	الصيدلة	35 استبيانًا
6	الإعلام	24 استبيانًا
7	العلوم التربوية	25 استبيانًا
8	العمارة والتصميم	42 استبيانًا
9	تكنولوجيا المعلومات	18 استبيانًا
	المجموع	351

وزعت 351 مفردة الا انه وجدت ان احدى المفردات لم يتم تلقي اجاباتها

**توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات :**

**جدول ( 3 )**

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
52.9	185	ذكر
47.1	165	أنثى
100.0	350	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
85.7	300	بكالوريوس
14.3	50	ماجستير
100.0	350	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	السنة الدراسية
26.0	91	أولى
26.0	91	ثانية
22.6	79	ثالثة
19.4	68	رابعة
6.0	21	خامسة
100.0	350	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	نوع الدراسة
69.7	244	علمية
30.3	106	انسانية
100.0	350	المجموع

**أداة الدراسة:**

استخدمت الدراسة الاستبيان أداة لجمع المعلومات من مجتمع الدراسة .

## صدق الأداة

تم التأكد من صدق الأداة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين ذوي الاختصاص وتم حساب معامل الارتباط بين الفقرة والأداء الكلي. وأظهرت النتائج كما في الجدول التالي

### جدول ( 4 )

معامل الارتباط بين الفقرات والأداء الكلي لمجالات الاستخدامات

النسبة المئوية	المجال
0.736	المجال الاول : أماكن الاستخدام
0.705	المجال الثاني : أوقات الاستخدام
0.784	المجال الثالث : مدة الاستخدام
0.628	المجال الرابع : الجهاز المستخدم في التطبيق
0.679	المجال الخامس : نوع الرسائل
0.773	المجال السادس : مصادر الرسائل
0.558	المجال السابع : مضمون الرسائل
0.797	المجال الثامن : طابع الرسائل

ويلاحظ من نتائج التحليل أن جميع معاملات الارتباط تعزز صدق الاتساق الداخلي لمجالات الاستخدام

### جدول ( 5 )

معامل الارتباط بين الفقرات والأداء الكلي لمجالات الإشباعات

النسبة المئوية	المجال
0.664	المجال الأول : الحاجات المعرفية / المعلوماتية
0.661	المجال الثاني : الحاجات الوجدانية / السلوكية
0.768	المجال الثالث : الحاجات الشخصية
0.707	المجال الرابع : الحاجات الاجتماعية
0.702	المجال الخامس : حاجات الهروب من الواقع

ويلاحظ من نتائج التحليل أن جميع معاملات الارتباط تعزز صدق الاتساق الداخلي لمجالات الإشباعات

## ثبات الأداة

جرى التحقق من ثبات أداة الدراسة المتعلقة من خلال حساب معامل قيم كرونباخ : وهو عامل جيد يظهر درجة ثبات الأداة لقياس أسئلة الدراسة المتعلقة بالاستخدامات والاشبهات . وقد بلغ ثبات الاداة في مجالات الاستخدامات 0.90

ويلاحظ من ذلك أن قيم معاملات الثبات للاستخدامات كانت مقبولة ومناسبة لأغراض هذه الدراسة كما بلغ ثبات الاداة في مجالات الاشبهات 0.94 ويلاحظ من ذلك أن قيم معاملات الثبات للاشبهات كانت مقبولة ومناسبة لأغراض هذه الدراسة

## المعالجة الاحصائية :

- 1 \_ التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية
- 2 \_ اختبار للبحث عن الفروق ذات الدلالة الاحصائية في الاجابة عن فرضيات الدراسة T-test
- 3 \_ تحليل التباين الاحادي لاختبار الفروق الموجودة بين المتوسطات بأكثر من مجموعتين ( one way anova )
- 4 \_ الكشف عن مواقع الفروق الدالة احصائيا ISD
- 5 \_ برنامج SPSS
- 6 \_ معامل كرونباخ الفا
- 7 \_ مقياس ليكرت الثلاثي

8 \_ المعيار المستخدم للحكم على درجة الاستخدامات والاشباعات ، واعتمادا على مقياس ليكرت الثلاثي ( دائما ، أحيانا ، نادرا ) ، ولتحديد الاستخدامات والاشباعات تكون قيم المتوسطات الحسابية التي خلصت لها الدراسة على النحو الآتي :

1.00 \_ 1.64 ضعيف

1.65 \_ 2.32 متوسط

2.33 \_ 3.00 مرتفع

## الفصل الرابع

### النتائج

#### استخدامات الطلبة لتطبيق الواتس آب

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والدرجة لفقرات استخدام الواتس آب حسب ترتيب الاستبيان.

#### الجدول رقم (6)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأماكن استخدام الشباب الجامعي لتطبيق الواتس اب للحصول على الاخبار المحلية والمعلومات

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسب المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
متوسطة	0.73	2.13	34.3	120	الجامعة	1
مرتفعة	0.65	2.45	54.0	189	المنزل	2
متوسطة	0.77	2.08	34.3	120	العمل	3
متوسطة	0.77	2.15	37.7	132	المقهى	4
متوسطة	0.75	2.15	37.1	130	وسيلة النقل	5
متوسطة	0.74	2.18	37.7	132	غير ذلك	6
متوسطة	0.53	2.19				الكلي

ويلاحظ من نتائج التحليل أن قيم المتوسط الحسابية تراوحت بين (2.08 - 2.45) بانحراف معياري بين (0.65 - 0.77). وبلغت قيمة المتوسط الحسابي الكلي لفقرات المجال الأول (2.19) . وفي قراءة سريعة للجدول رقم (6) نجد ان المنزل مكان مفضل لمتابعة رسائل الواتس بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (2.45) يليه متابعة الرسائل في مواقع غير محددة بمتوسط حسابي متوسط بلغ (2.18) يليه المقهى ووسيلة النقل بمتوسط حسابي متوسط بلغ (2.15) يليه مكان الجامعة بمتوسط حسابي متوسط بلغ (2.13) يليه مكان العمل بمتوسط حسابي بلغ (2.08).

### الجدول رقم (7)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية لآوقات استخدام الشباب الجامعي للواتس اب للحصول على الاخبار المحلية والمعلومات

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسب المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
متوسطة	0.75	2.10	34.6	121	الصباح	1
متوسطة	0.69	2.06	27.4	96	الظهر	2
متوسطة	0.74	2.07	32.0	112	العصر	3
مرتفعة	0.74	2.35	52.0	182	المساء	4
متوسطة	0.72	2.15	35.4	124	وقت متأخر	5
متوسطة	0.53	2.15			الكلي	6

في الجدول رقم ( 7 ) جاء وقت الاستخدام في فترة المساء في المرتبة الاولى بمتوسط ارتفاع

بلغ ( 2.35 ) يليه الوقت المتأخر من الليل بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.15 ) تليه فترة

الصباح بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.10 ) تليه فترة العصر بمتوسط حسابي متوسط بلغ

( 2.07 ) تليه فترة الظهر بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.06 )

### الجدول رقم (8)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدة استخدام الواتس اب للحصول على الاخبار المحلية والمعلومات

الدرجة	الانحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	النسب المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
متوسطة	0.74	2.29	36.0	126	ربع ساعة	1
متوسطة	0.68	2.05	26.3	92	نصف ساعة	2
متوسطة	0.80	1.84	33.1	116	ساعة فأكثر	3
متوسطة	0.51	2.06			الكلي	4



يظهر الجدول رقم ( 8 ) أن أفضل مدة استخدام جاءت مدة ربع ساعة بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.29 ) تليه مدة نصف ساعة بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.05 ) تليه مدة ساعة فأكثر بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 1.84 )

#### الجدول رقم ( 9 )

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للجهاز المستخدم في تطبيق الواتس اب للحصول على الاخبار المحلية والمعلومات

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسب المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
متوسطة	0.84	2.00	28.6	100	جهاز الكمبيوتر	1
مرتفعة	0.56	2.70	76.6	268	هاتفى الشخصي	2
مرتفعة	0.50	2.35			الكلية	3

وفي الجدول السابق رقم ( 9 ) جاء استخدام الهاتف الشخصي كجهاز مفضل بمتوسط حسابي مرتفع بلغ ( 2.70 ) يليه جهاز الكمبيوتر بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.00 )

طبيعة الرسائل التي يتناقلها الطلبة عبر تطبيق الواتس اب

#### الجدول رقم (10)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لطبيعة الرسائل في تطبيق الواتس اب

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسب المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
مرتفعة	0.62	2.45	61.7	216	النصية	1
متوسطة	0.66	2.28	39.7	139	الصوتية	2
مرتفعة	0.57	2.47	51.7	181	الصور	3
مرتفعة	0.65	2.37	47.1	165	الفيديو والوسائط المتعددة	4
مرتفعة	0.45	2.41			الكلية	5

في قراءة سريعة للجدول رقم ( 10 ) جاءت الصور كرسائل مفضلة بمتوسط حسابي مرتفع بلغ ( 2.47 ) والرسائل النصية بمتوسط حسابي مرتفع ( 2.45 ) والفيديو بمتوسط حسابي مرتفع أيضا بلغ ( 2.37 ) والرسائل الصوتية بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.28 )

### الجدول رقم (11)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمصادر رسائل الواتس اب

للأخبار المحلية والمعلومات

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسب المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
متوسطة	0.80	1.91	36.9	129	اشترك خدمة اخبارية / وكالات / صحف	1
متوسطة	0.79	1.94	34.0	119	اشترك خدمة مجموعات	2
متوسطة	0.73	2.10	32.6	114	التعليقات	3
متوسطة	0.63	1.98			الكلي	4

في الجدول رقم ( 11 ) جاءت التعليقات كمصدر مفضل للرسائل بمتوسط حسابي متوسط

بلغ ( 2.10 ) يليها اشترك خدمة مجموعات بمتوسط متوسط حسابي بلغ ( 1.94 ) ثم اشترك

الخدمة الاخبارية بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 1.91 )

نوع الأخبار والمعلومات التي يتناقلها الشباب الجامعي عبر تطبيق الواتس اب

### الجدول رقم (12)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمضامين رسائل الواتس اب

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
متوسطة	0.77	2.12	36.9	129	القانوني	1
متوسطة	0.72	2.02	27.7	97	السياسي	2
متوسطة	0.77	2.05	32.3	113	الاقتصادي	3
مرتفعة	0.71	2.35	40.6	142	الاجتماعي	4
متوسطة	0.78	2.12	36.6	128	الرياضي والفني	5
متوسطة	0.68	2.27	36.9	129	الثقافي	6
متوسطة	0.77	2.14	40.9	143	الديني	7
متوسطة	0.49	2.15	38.0	133	الكلي	8

يظهر الجدول رقم ( 12 ) أن الرسائل ذات المضمون الاجتماعي جاءت بمتوسط حسابي مرتفع بلغ ( 2.35 ) ثم الثقافي بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.27 ) ثم الديني بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.14 ) ثم القانوني والرياضي والفني بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.12 ) ثم الاقتصادي بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.05 ) ثم السياسي بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.02 )

### الجدول رقم (13)

التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لطابع رسائل الواتس اب المستخدمة

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
مرتفعة	0.68	2.39	50.9	178	المؤثر	1
متوسطة	0.70	2.27	41.7	146	المهم لقطاع كبير من الناس	2
متوسطة	0.77	2.21	5.4	124	الجديد	3
متوسطة	0.67	2.04	25.4	89	التموي	4
متوسطة	0.52	2.23			الكلي	5

وفي هذا الجدول رقم ( 13 ) الرسائل ذات الطابع المؤثر مفضلة بمتوسط حسابي مرتفع بلغ

( 2.39 ) ثم المهم لقطاع كبير من الناس بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.27 ) ثم الجديد

بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.21 ) ثم التتموي بمتوسط حسابي متوسط بلغ ( 2.04 )

## إشباعات الحاجات التي يحققها الشباب الجامعي من تطبيق الواتس آب؟

### جدول رقم (14)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإشباعات الحاجات المعرفية الناجمة عن

استخدام تطبيق الواتس اب

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
مرتفعة	0.68	2.49	60.8	211	أقوم بتحسين لغتي الانجليزية	1
متوسطة	0.76	2.25	34.9	122	اتعرف على المزيد من الاشخاص	2
مرتفعة	0.55	2.65	69.4	243	اشارك الآخرين الافراح والاحزان	3
مرتفعة	0.60	2.58	64.3	225	احقق التواصل بوسيلة سريعة مع الآخرين	4
مرتفعة	0.64	2.45	54.0	189	اشعر بالمتعة من خلال التواصل مع الآخرين	5
مرتفعة	0.58	2.53	58.3	204	اتعرف على ما يدور حولي بسرعة	6
مرتفعة	0.63	2.46	53.7	188	اطلع على كل جديد	7
مرتفعة	0.65	2.37	47.4	166	اتبادل الخبرات مع الآخرين	8
متوسطة	0.79	2.24	31.1	109	اشعر بوجود صداقة حقيقية	9
مرتفعة	0.43	2.45			الكلي	10

يظهر الجدول رقم (14) أن مشاركة الآخرين الأفراح والاحزان بمتوسط حسابي مرتفع بلغ

( 2.65 ) يليه التحقيق التواصل بوسيلة سريعة مع الآخرين بمتوسط حسابي مرتفع ( 2.58 ) ثم

التعرف على ما يدور بسرعة بمتوسط حسابي مرتفع بلغ ( 2.53 ) ثم تحسين اللغة الانجليزية

بمتوسط حسابي مرتفع ( 2.49 ) ثم الاطلاع على كل ما هو جديد بمتوسط مرتفع ( 2.46 ) ثم

الشعور بالمتعة من خلال التواصل مع الآخرين بمتوسط حسابي مرتفع ( 2.45 ) ثم تبادل

الخبرات مع الآخرين بمتوسط مرتفع ( 2.37 ) ثم التعرف على مزيد من الاشخاص ( 2.25 ) ثم

الشعور بصداقة حقيقة ( 2.24 )

## جدول رقم (15)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاشباع الحاجات الوجدانية / السيكولوجية الناجمة عن استخدام تطبيق الواتس اب

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
مرتفعة	0.67	2.48	58.3	204	اعبر عن حبي وانتمائي للوطن	1
مرتفعة	0.65	2.44	53.4	187	اعرف اخبار الناس	2
مرتفعة	0.67	2.44	55.1	193	اتبادل الاخبار والمعلومات	3
متوسطة	0.74	2.15	128	36.6	ابحث عن فرصة عمل	4
متوسطة	0.72	2.28	40.0	140	اتعرف كيف يفكر الآخرون	5
متوسطة	0.71	2.26	41.7	146	اعرف كيف صورة بلدي في عيون الآخرين	6
متوسطة	0.72	2.02	27.7	97	أعبر عن رأيي دون تحمل مسؤولية	7
متوسطة	0.71	2.15	34.3	120	اتخلص من ضغوط العمل	8
متوسطة	0.73	2.29	37.1	130	اشعر بوجودي كجزء من العالم	9
مرتفعة	0.63	2.45	53.1	186	اساعد الآخرين على النجاح في حياتهم	10
مرتفعة	0.65	2.42	51.7	181	أشبع الفضول وحب الاستطلاع	11
متوسطة	0.67	2.30	42.3	148	أدعم افكار اجتماعية معينة	12
متوسطة	0.41	2.31			الكلي	13

يظهر الجدول رقم (15) أن التعبير عن الحب والانتماء للوطن بمتوسط حسابي مرتفع ( 2.48 )

تليه مساعدة الآخرين على النجاح في حياتهم بمتوسط حسابي مرتفع ( 2.45 ) ثم معرفة

اخبار الناس وتبادل الاخبار والمعلومات بمتوسط مرتفع ( 2.44 ) ثم اشباع الفضول وحب

الاستطلاع بمتوسط حسابي مرتفع ( 2.42 ) ثم دعم افكار اجتماعية معينة بمتوسط حسابي

متوسط ( 2.30 ) ثم الشعور بالوجود كجزء من العالم بمتوسط حسابي متوسط ( 2.29 ) ثم

التعرف على كيفية تفكير الآخرين بمتوسط حسابي متوسط ( 2.28 ) ثم معرفة كيفية صورة البلد

في عيون الآخرين بمتوسط حسابي متوسط ( 2.26 ) ثم البحث عن فرصة عمل والتخلص من ضغوط العمل بمتوسط حسابي متوسط ( 2.15 ) ثم التعبير عن الآراء دون تحمل المسؤولية بمتوسط حسابي متوسط ( 2.02 )

### الجدول رقم (16)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاشباع الحاجات الشخصية  
الناجمة عن استخدام تطبيق الواتس اب

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسب المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
متوسطة	0.81	1.97	33.1	116	انشر ارائي السياسية	1
متوسطة	0.74	2.04	30.0	105	للتعبير عن ارائي بمسؤولي الدولة	2
متوسطة	0.80	2.06	34.9	122	ادعم افكار سياسية معينة	3
متوسطة	0.72	2.05	29.1	102	ادعم افكار دينية معينة	4
متوسطة	0.71	2.27	41.4	145	اعبر عن السلوكيات غير المقبولة اجتماعيا	5
متوسطة	0.74	2.08	32.0	112	اقلد نماذج من حياة الشعوب الاخرى	6
متوسطة	0.75	2.25	36.6	128	اتعرف على القوانين والقواعد التي تقرها الدولة	7
متوسطة	0.69	2.31	42.3	148	اطور تخصصي المهني	8
متوسطة	0.53	2.18			الكلي	9

يظهر الجدول رقم ( 16 ) أن تطوير التخصص المهني بمتوسط حسابي متوسط ( 2.31 )

ثم التعبير عن السلوكيات غير المقبولة اجتماعيا بمتوسط حسابي متوسط ( 2.27 ) ثم التعرف

على القوانين والقواعد التي تقرها الدولة بمتوسط حسابي متوسط ( 2.25 ) ثم تقليد نماذج من حياة

الشعوب الاخرى بمتوسط حسابي متوسط ( 2.08 ) ثم دعم أفكار سياسية معينة بمتوسط حسابي

متوسط ( 2.06 ) ثم دعم افكار دينية معينة بمتوسط حسابي متوسط ( 2.05 ) ثم التعبير عن آرائي بمسؤولي الدولة ( 2.04 ) ثم نشر الآراء السياسية بمتوسط حسابي متوسط ( 1.97 )

### الجدول رقم (17)

نتائج التحليل في المجال الرابع ( إشباع الحاجات الاجتماعية )

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإشباع الحاجات الاجتماعية

الناجمة عن استخدام تطبيق الواتس اب

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
متوسطة	0.71	2.33	38.3	134	اشعر انني مميز	1
متوسطة	0.73	2.18	132	37.7	احقق اشباعي العاطفي	2
متوسطة	0.71	2.30	39.4	138	اكون شخصا متحضرا في عيون الآخرين	3
متوسطة	0.76	2.13	129	36.9	اتجنب التعامل المباشر مع الآخرين	4
متوسطة	0.78	2.18	35.1	123	اكون راي عام يشعر به المسؤولون	5
متوسطة	0.81	2.02	33.4	117	اعتمد عليه لانه مصدر موثوق للمعلومات	6
متوسطة	0.78	2.12	36.6	128	اقلد نماذج من حياة الشعوب الاخرى	7
متوسطة	0.52	2.18			الكلي	8

يظهر الجدول رقم 17 أن الشعور بالتميز بمتوسط حسابي متوسط ( 2.33 ) ثم أن اكون

شخصا متحضرا في عيون الآخرين بمتوسط حسابي متوسط ( 2.30 ) ثم تحقيق الاشباع العاطفي

وتكوين رأي يشعر به المسؤولون بمتوسط حسابي متوسط ( 2.18 ) ثم تجنب التعامل المباشر

مع الآخرين بمتوسط حسابي متوسط ( 2.13 ) ثم تقليد نماذج من حياة الشعوب الاخرى بمتوسط

حسابي متوسط ( 2.12 ) ثم الاعتماد على هذه الوسيلة لانها مصدر موثوق للمعلومات بمتوسط

حسابي متوسط ( 2.02 )

### الجدول رقم (18)

نتائج التحليل في المجال الخامس (إشباع حاجات الهروب من الواقع)  
التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإشباع حاجات الهروب من  
الواقع نتيجة استخدام تطبيق الواتس اب

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	الفقرة	التسلسل
مرتفعة	0.60	2.56	62.3	218	اكسر حالة الملل	1
متوسطة	0.68	2.33	42.3	148	اتخلص من ضغوط الحياة	2
متوسطة	0.72	2.26	40.9	143	اتغلب على الاحساس بالوحدة	3
متوسطة	0.69	2.20	36.3	127	احصل على الراحة النفسية	4
متوسطة	0.68	2.22	37.1	130	احتاج لها لاني تعودت على ذلك	5
متوسطة	0.50	2.31			الكلي	6

يظهر الجدول رقم ( 18 ) أن كسر حالة الملل بمتوسط حسابي مرتفع ( 2.56 ) ثم التخلص من ضغوط الحياة بمتوسط حسابي متوسط ( 2.33 ) ثم التغلب على الاحساس بالوحدة بمتوسط حسابي متوسط ( 2.26 ) ثم التعود على الوسيلة بمتوسط حسابي متوسط ( 2.22 ) ثم الحصول على الراحة النفسية بمتوسط حسابي متوسط ( 2.22 )

فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في درجة استخدام الطلبة تطبيق الواتس اب

تعزى إلى متغيرات الدراسة؟



تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) ودرجة الحرية ومستوى الدلالة لدرجة استخدام الطلبة تطبيق الواتس آب حسب ترتيب الاستبيان. تم استخدام اختبار (ت) لعينتين مستقلتين للكشف عن الفرق.

### الجدول رقم (19)

نتائج التحليل لاختبار (ت) للكشف عن فروق إحصائية في درجة الاستخدام تعزى لمتغير الجنس

المجال	الجنس	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
1	ذكر	2.19	0.55	0.235	348	0.81
	أنثى	2.20	0.52			
2	ذكر	2.12	0.54	1.28	348	0.20
	أنثى	2.19	0.52			
3	ذكر	2.07	0.52	0.00	348	1.0
	أنثى	2.07	0.52			
4	ذكر	2.39	0.50	1.60	348	0.11
	أنثى	2.31	0.50			
5	ذكر	2.42	0.47	0.04	348	0.97
	أنثى	2.42	0.44			
6	ذكر	2.04	0.65	1.49	348	0.14
	أنثى	1.95	0.61			
7	ذكر	2.22	0.47	2.61	348	0.01
	أنثى	2.08	0.50			
8	ذكر	2.23	0.54	0.067	348	0.95
	أنثى	2.23	0.54			
الكلي	ذكر	2.20	0.35	0.77	348	0.44
	أنثى	2.18	0.35			

ويلاحظ من نتائج التحليل وجود فروق دالة إحصائية في درجة الاستخدام تبعاً للمحور السابع

من الاستبيان تُعزى إلى الجنس، حيث بلغت قيمة (ت) (2.61) بمستوى دلالة (0.01). وهذه

القيمة دالة عند (0.05). وقد كانت الفروق لصالح الذكور، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي

لهم في رسائل الواتس آب (2.22) في حين بلغت قيمة المتوسط الحسابي للإناث (2.08).

ولم تُظهر نتائج التحليل وجود أي فروقات في المجالات الأخرى لدرجة الاستخدام تعزى إلى

الجنس.

وللإجابة عن سؤال الدراسة المتعلق بدرجة الاستخدام تبعًا لمتغير المستوى الدراسي

(بكالوريوس، ماجستير) تم اختبار (ت) لعينتين مستقلتين.

للإجابة على هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت)

ودرجة الحرية ومستوى الدلالة لدرجة استخدام الطلبة تطبيق الواتس آب حسب ترتيب الاستبيان.

تم استخدام اختبار (ت) لعينتين مستقلتين للكشف عن الفرق

#### الجدول رقم (20)

نتائج التحليل لاختبار (ت) للكشف عن فروق احصائية في درجة الاستخدام تعزى لمتغير المستوى

الدراسي:

المجال	المستوى الدراسي	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
1	بكالوريوس	2.17	0.51	1.46	348	0.15
	ماجستير	2.29	0.60			
2	بكالوريوس	2.15	0.51	0.06	348	0.95
	ماجستير	2.15	0.62			
3	بكالوريوس	2.04	0.49	1.87	348	0.06
	ماجستير	2.19	0.62			
4	بكالوريوس	2.34	0.50	1.31	348	0.19
	ماجستير	2.44	0.49			
5	بكالوريوس	2.41	0.44	0.096	348	0.92
	ماجستير	2.42	0.51			

0.15	348	1.43	0.61	1.96	بكالوريوس	6
			0.73	2.10	ماجستير	
0.004	348	2.89	0.48	2.12	بكالوريوس	7
			0.50	2.34	ماجستير	
0.09	348	1.72	0.50	2.21	بكالوريوس	8
			0.58	2.35	ماجستير	
0.03	348	2.14	0.32	2.17	بكالوريوس	الكلية
			0.44	2.29	ماجستير	

ويلاحظ من نتائج التحليل ما يلي:

1\_ وجود فرق في الأداء في المجال السابع يُعزى إلى المستوى الدراسي، حيث بلغت قيمة (ت) (2.89) بمستوى دلالة (0.004)، وقد كان الفرق لصالح ماجستير، حيث كان المتوسط الحسابي أعلى مقارنة بطلبة البكالوريوس.

2\_ وجود فرق في درجة الاستخدام الكلية يعزى إلى المستوى الدراسي، حيث بلغت قيمة (ت) (2.14) بمستوى دلالة (0.03). وهذه القيمة دالة عند مستوى (0.05). وقد كان الفرق لصالح المستوى الدراسي ماجستير، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (2.29)، وهو أعلى مقارنة بطلبة البكالوريوس، حيث بلغت قيمته (2.17).

3\_ لم تكشف نتائج التحليل وجود فروق في باقي المجالات تُعزى إلى المستوى الدراسي.

للإجابة على السؤال الثالث تبعا للسنة الدراسية تم استخراج مصادر التباين والمتوسطات الحسابية وقيمة (ت) ودرجة الحرية ومستوى الدلالة لدرجة استخدام الطلبة تطبيق الواتس آب حسب ترتيب الاستبيان. تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova).

## الجدول رقم (21)

نتائج التحليل التباين الأحادي للكشف عن فروق احصائية في درجة الاستخدام تعزى للسنة الدراسية

المجال	مصدر التباين	المجموع	درجة الحرية	المتوسط	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
1	بين المجموعات	1.857	4	0.464	1.651	0.161
	داخل المجموعات	97.003	345	0.281		
	المجموع	98.860	349			
2	بين المجموعات	0.657	4	0.164	0.580	0.677
	داخل المجموعات	97.577	345	0.283		
	المجموع	98.234	349			
3	بين المجموعات	0.766	4	0.192	0.711	0.585
	داخل المجموعات	93.011	345	0.270		
	المجموع	93.778	349			
4	بين المجموعات	0.494	4	0.123	0.489	0.744
	داخل المجموعات	87.075	345	0.252		
	المجموع	87.569	349			
5	بين المجموعات	0.231	4	0.058	0.276	0.893
	داخل المجموعات	72.176	345	0.209		
	المجموع	72.407	349			
6	بين المجموعات	1.046	4	0.262	0.654	0.625
	داخل المجموعات	138.019	345	0.400		
	المجموع	139.065	349			
7	بين المجموعات	0.245	4	0,061	0.251	0.909
	داخل المجموعات	84.104	345	0.244		
	المجموع	84.348	349			

0.711	0.534	0.146 0.274	4 345 349	0.584 94.438 95.022	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	8
0.593	0.700	0.086 0.123	4 345 349	0.343 42.295 42.638	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	الكلي

ويلاحظ من نتائج التحليل عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.005) في درجة

الاستخدام تعزى إلى السنة الدراسية.

للإجابة على السؤال الثالث تبعا لمتغير نوع الدراسة تم استخراج المتوسطات الحسابية

والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) ودرجة الحرية ومستوى الدلالة لدرجة استخدام الطلبة تطبيق

الواتس آب حسب ترتيب الاستبيان. تم استخدام اختبار (ت) لعينتين مستقلتين للكشف عن الفرق

## الجدول رقم (22)

نتائج التحليل : اختبار ( ت ) للكشف عن فروق احصائية في درجة الاستخدام تعزى لمتغير نوع الدراسة

المجال	نوع الدراسة	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
1	علمية	2.19	0.53	0.22	348	0.83
	إنسانية	2.18	0.52			
2	علمية	2.18	0.51	1.61	348	0.11
	إنسانية	2.08	0.55			
3	علمية	2.08	0.49	1.21	348	0.23
	إنسانية	2.01	0.56			
4	علمية	2.32	0.50	1.61	348	0.11
	إنسانية	2.41	0.49			
5	علمية	2.42	0.45	0.31	348	0.76
	إنسانية	2.40	0.45			
6	علمية	2.01	0.62	1.01	348	0.32
	إنسانية	1.93	0.65			
7	علمية	2.14	0.49	0.62	348	0.54
	إنسانية	2.18	0.47			
8	علمية	2.22	0.52	0.63	348	0.53
	إنسانية	2.25	0.51			
الكلي	علمية	2.19	0.34	0.36	348	0.72
	إنسانية	2.18	0.35			

وبلاحظ من نتائج التحليل عدم وجود فروق دالة إحصائية (0.005) في درجة الاستخدام في

جميع مجالات الاستبيان تعزى إلى نوع الدراسة.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في درجة إشباع الحاجات التي يحققها الشباب الجامعي من تطبيق الواتس آب تعزى إلى متغيرات الدراسة؟

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) ودرجة الحرية ومستوى

الدلالة لدرجة استخدام الطلبة تطبيق الواتس آب حسب ترتيب الاستبيان. تم استخدام اختبار (ت)

لعينتين مستقلتين للكشف عن الفرق

### الجدول رقم (23)

نتائج التحليل: اختبار ( ت ) للكشف عن فروق احصائية في درجة الاشباع تعزى للجنس

المجال	الجنس	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
1	ذكر	2.45	0.42	0.37	348	0.71
	أنثى	2.44	0.44			
2	ذكر	2.32	0.40	0.47	348	0.64
	أنثى	2.30	0.43			
3	ذكر	2.15	0.56	0.72	348	0.47
	أنثى	2.11	0.50			
4	ذكر	2.22	0.51	1.74	348	0.08
	أنثى	2.13	0.53			
5	ذكر	2.32	0.50	0.24	348	0.81
	أنثى	2.30	0.51			
الكلي	ذكر	2.30	0.36	0.91	348	0.36
	أنثى	2.26	0.38			

ويلاحظ من نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود فرق في جميع المجالات والأداء الكلي

للإشباع المتحققة تعزى إلى متغير الجنس، حيث كانت جميع قيم (ت) غير دالة إحصائياً عند

(0.005).

وهذا يتضح من تقارب قيم المتوسطات الحسابية للأداء على جميع مجالات الإشباع

المتحققة تبعاً لمتغير الجنس.

وللإجابة عن سؤال الدراسة المتعلق بالإشباع المتحققة حسب متغير المستوى الدراسي تم

استخدام اختبار (ت) لعينتين مستقلتين. تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

وقيمة (ت) ودرجة الحرية ومستوى الدلالة لدرجة استخدام الطلبة تطبيق الواتس آب حسب ترتيب

الاستبيان.

### ويبين الجدول رقم (24)

نتائج التحليل: اختبارات للكشف عن فروق احصائية في درجة الاشباع تعزى للمستوى الدراسي

المجال	المستوى الدراسي	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
1	بكالوريوس	2.42	0.41	2.20	348	0.03
	ماجستير	2.57	0.48			
2	بكالوريوس	2.30	0.40	0.64	348	0.52
	ماجستير	2.34	0.46			
3	بكالوريوس	2.11	0.53	1.28	348	0.20
	ماجستير	2.22	0.55			
4	بكالوريوس	2.16	0.51	1.24	348	0.22
	ماجستير	2.26	0.57			
5	بكالوريوس	2.31	0.50	0.48	348	0.63
	ماجستير	2.34	0.54			
الكلية	بكالوريوس	2.27	0.35	1.51	348	0.13
	ماجستير	2.35	0.44			

ويلاحظ من نتائج التحليل وجود فرق في الإشباع المتحققة في المجال الأول (حاجات

معرفية/ معلومات) تعزى إلى المستوى الدراسي، حيث بلغت قيمة (ت) (2.20) بمستوى دلالة

(0.03) وهذه القيمة دالة عند (0.05)، وقد كان الفرق لصالح مستوى الماجستير حيث كان

المتوسط الحسابي لاستجاباتهم للحاجات المعرفية أعلى، ويساوي (2.57) مقارنة باستجابات طلاب

البكالوريوس حيث يبلغ المتوسط الحسابي لاستجاباتهم (2.43)، ولم تظهر نتائج التحليل

الإحصائي أي فروقات في مجالات الإشباع الأخرى.

وللكشف عن إمكانية وجود فروق في الإشباع المتحققة حسب متغير السنة الدراسية تم

استخدام تحليل التباين الأحادي. وتم استخراج مصادر التباين والمتوسطات الحسابية وقيم الفروق

ومستوى الدلالة .



## الجدول رقم (25)

نتائج التحليل: اختبار تحليل التباين الأحادي للكشف عن فروق احصائية في درجة الاشباع تعزى للسنة الدراسية

المجال	مصدر التباين	المجموع	درجة الحرية	المتوسط	قيم (ف)	مستوى الدلالة
1	بين المجموعات	1.76	4	0.441	2.419	0.048
	داخل المجموعات	62.892	345	0.182		
	المجموع	64.655	349			
2	بين المجموعات	0.999	4	0.250	1.434	0.222
	داخل المجموعات	60.080	345	0.174		
	المجموع	61.079	349			
3	بين المجموعات	0.940	4	0.235	0.810	0.520
	داخل المجموعات	100.149	345	0.290		
	المجموع	101.090	349			
4	بين المجموعات	1.135	4	0.284	1,023	0.396
	داخل المجموعات	95.742	345	0.278		
	المجموع	96.877	349			
5	بين المجموعات	0.580	4	0.145	0.558	0.693
	داخل المجموعات	89.630	345	0.260		
	المجموع	90.210	349			
الأداء الكلي	بين المجموعات	0.447	4	0.112	0.805	0.522
	داخل المجموعات	47.915	345	0.139		
	المجموع	48.363	349			

وبلاحظ من نتائج التحليل وجود فروق دالة إحصائياً في إشباع الحاجات/ المعلومات فقط تعزى إلى السنة الدراسية، حيث بلغت قيم (ف) (2.42) بمستوى دلالة (0.048)، وهذه القيمة دالة عند (0.05).

وللكشف عن الإشباع المتحققة حسب متغير نوع الدراسة تم استخدام اختبار (ت) لعينتين مستقلتين. تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) ودرجة الحرية ومستوى الدلالة لدرجة استخدام الطلبة تطبيق الواتس آب حسب ترتيب الاستبيان.

#### ويبين الجدول رقم (26) نتائج التحليل:

المجال	نوع الدراسة	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
1	علمية	2.43	0.43	1.10	348	0.27
	إنسانية	2.48	0.40			
2	علمية	2.32	0.42	1.01	348	0.32
	إنسانية	2.27	0.40			
3	علمية	2.15	0.54	1.34	348	0.18
	إنسانية	2.07	0.50			
4	علمية	2.21	0.52	1.87	348	0.06
	إنسانية	2.10	0.53			
5	علمية	2.33	0.51	0.94	348	0.35
	إنسانية	2.27	0.50			
الكلي	علمية	2.29	0.38	1.03	348	0.30
	إنسانية	2.25	0.33			

وبلاحظ من نتائج التحليل عدم وجود فروق في الإشباع المتحققة تعزى إلى نوع الدراسة، حيث كانت جميع قيم (ت) غير دالة إحصائياً عند (0.05). وهذا يتضح من تقارب قيم المتوسطات الحسابية لاستجابات عينة الدراسة للإشباع المتحققة تبعاً لنوع الدراسة.

## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج والتوصيات

يلخص هذا الفصل النتائج التي توصلت لها الدراسة والتوصيات عن استخدامات الشباب الجامعي لتطبيق الواتس آب في الحصول على الأخبار المحلية والمعلومات والاشباعات المتحققة ، والمعتمدة في الفصل السابق

بالنظر إلى نسبة توزيع عينة المشتركين والمستخدمين لتطبيق الواتس آب بين طلبة جامعة الشرق الأوسط موضع الدراسة ، نلاحظ تقريبا بين استخدام الطلبة الذكور وال طالبات الاناث للتطبيق ، حيث بلغت على التوالي ( 52.9 ) و ( 47.1 ) مما يعني أن مشاركتهم كانت متساوية .

وبما أن الدراسة تعتمد على مقارنة مستوى الدراسة الجامعية الأولى ( البكالوريوس ) بالدراسة على مستوى ( الماجستير ) أيضا ، فإن هناك فارقا بلغ حوالي 70 % ولكن من حيث السنة الدراسية لوحظ تقارب في التوزيع بين السنوات الأربع الأولى مع تأخر في السنة الخامسة ، وهذا قد يعود إلى تخرج الطلاب بسرعة من الجامعة .

أما بالنسبة لتوزيع نوع الدراسة ، فقد لوحظ أن الكليات العلمية تقدمت على الكليات الانسانية بأكثر من النصف

وبالعودة إلى نظرية الاستخدامات والاشباعات ، نرى أن هذا التوزيع يتفق مع افتراضاتها بأن الجمهور يقوم بدور نشط في العملية الإتصالية ، مدفوعا لتحقيق أهداف معينة يشبعها تطبيق الواتس آب كأحد وسائل الاتصال

ويتفق ذلك مع ما قاله آلن روبن Alan Robin عام الاتصال بأن الأفراد ليسوا متشابهين

على اعتبار ان لهم حاجات محددة قد تشبعها وسائل الاتصال

ينطبق هذا على الطلبة الذين لديهم حاجات معرفية وتكامل شخصي واجتماعي

ففي المستوى الدراسي ( بكالوريوس ، ماجستير ) لوحظ أن توزيع طلبة البكالوريوس له مكان

متقدم ، وهم الذين لديهم رغبة في التكامل الاجتماعي لتقوية الاتصال مع والاندماج مع الجامعة

والاساتذة والطلبة

يتفق هذا مع دراسة السيد (2014) بأن تطبيق الواتس آب يضيف علاقات شاملة

وشخصية وفرصة لتحسين علاقاته الاجتماعية

كما يلاحظ ذلك من حيث السنة الدراسية فالذين يستخدمون الواتس آب بشكل اكبر هم في

السنتين الاولى والثانية من مرحلتهم الدراسية الجامعية .

وكذلك يمكن ملاحظة نوع الدراسة التي تلعب دورا آخر حيث تفوقت توزيعات اجابات

الكليات العلمية الذين يريدون تحقيق حاجات معرفية .

ويتفق هذا مع دراسة د. عمشة ود.ظبيان عن ثراء مبتكرات شبكات التواصل الاجتماعي

والتي استحوذت على نسبة مشاركة 92.7% وتطبيق الواتس آب في المرتبة الأولى

## عرض للنتائج على اسئلة الدراسة :

### درجة استخدام الطلبة لتطبيق الواتس آب

من حيث الاماكن لوحظ أن نسبة من الطلبة يتفقون على ان أنسب الاماكن لاستخدام الواتس

آب هو المنزل ، مما يعني أنهم يعطون أهمية له ، حيث يمكن التركيز على قراءة محتوياته بدلا

من قراءته في اماكن فيها انشغال بأمر أخرى

أما من حيث الاوقات فلوحظ أن فترات المساء هي الفترات التي حازت على المرتبة الأولى

كوقت طبيعي لذلك . وهو ما يؤكد أنهم يقرأون الواتس آب بتركيز كما ورد في سؤال الأماكن

بالنسبة للمدة لوحظ أن أعلى درجة سجلت للطلبة الذين يقضون مدة ربع ساعة يوميا

### لقراءة

الواتس آب ، مما يعني أن لديهم وعيا من حيث عدم التعارض مع باقي أمور حياتهم أو

الوقوع في خطر الادمان عليه . وكانت دراسة يوبا وايبور ( 2014 ) قد أشارت إلى ان الطلبة

يستخدمون التطبيق لوقت طويل مما أدى إلى عدد من المشاكل التربوية والتعليمية

بالنسبة للجهاز المخصص لاستخدام الواتس آب ، لوحظ أن الهاتف الشخصي كان الأبرز

بمتوسط حسابي بلغ ( 2.70 ) وهذا ما يتفق مع ما توصلت اليه دراسة سعدان والمتميمي (

2017 ) بتصدر تطبيقات التواصل الاجتماعي استخدامات طلبة الجامعات الخليجيين واليمنيين

للهواتف الذكية بنسبة تزيد على 90 % . وما وجده اجاد وليم بأن 156 من أصل 158

يستخدمون الهواتف الخاصة بهم .

أما عن الوسائط المستخدمة ، فقد كانت الرسائل النصية المستخدمة هي الأبرز بمتوسط حسابي بلغ ( 2.54 ) . وقد يعود هذا الى أن التطبيق ما زال جديدا حيث لم يمضي إلا نحو عقد على انطلاقه . وليست المشكلة في حد ذاته بل صعوبة الاستخدام . وكانت دراسة اجاد وليم قد وجدت أنه يتم استخدام الرسائل النصية بنسبة 98 %

بالنسبة للمصادر وجد أن المصدر الرئيسي الأبرز هو التعليقات على الواتس آب وليس الاشتراك في خدماته الاخبارية او مجموعاته . وقد يعود هذا إلى حداثة التطبيق

بالنسبة لمضمون الرسائل وجد أن الرسائل الاجتماعية لها الدور الاكبر . وهذا ما يتفق مع افتراضات نظرية الاستخدامات والاشباع بتحقيق حاجات التكامل الاجتماعي والشخصي أما بالنسبة للطابع الذي يستخدمه الطلبة من بين الرسائل الاخبارية فهو الرسائل المؤثرة

### **درجة اشباع الحاجات التي يحققها الشباب الجامعي من تطبيق الواتس آب**

وزعت هذه الحاجات التي يشبعها تطبيق الواتس آب إلى خمس حاجات كما هي واردة في نموذج اليكس تان Alex Tan ضمن نظرية الاستخدامات والاشباع :

1 \_ حاجات معرفية / معلومات

2 \_ حاجات وجدانية / سكولوجية

3 \_ حاجات شخصية

4 \_ حاجات اجتماعية

5 \_ حاجات الهروب من الواقع

وقد وجدت الدراسة في سؤال اشباع الحاجات أن مجال اشباع الحاجات المعرفية والمعلومات قد تصدره بشكل دائم مشاركة الآخرين في الأفراح والأحزان بمتوسط حسابي بلغ (

2.65 ( ) واستخدامه كوسيلة سريعة للتواصل مع الآخرين بمتوسط بلغ ( 2.58 ) تلاه استخدام التطبيق للتعرف على ما يدور بسرعة بمتوسط ( 2.53 ) وتحسين اللغة الانجليزية بمتوسط ( 2.49 )

هذه النتائج في المجال الاول تؤكد أن الشباب الجامعي يسعون للوصول إلى الاخبار بسرعة من أجل التفاعل ( الصفة الجديدة التي أضيفت إلى عالم الاتصال )

بل يذهب إلى أبعد من ذلك وهو ما توصل اليه اجاد وليم ( 2014 ) بأن الواتس آب لم يؤثر على نشاطاتهم الاجتماعية والجسمية ، وأن يصب في النواحي التعليمية وموجهة قضايا حساسة وأن الطلاب يشعرون بالمسؤولية .

في المجال الثاني ( اشباع حاجات وجدانية وسيكولوجية ) وجد أن التعبير عن الحب والانتماء للوطن هو الاله . ويتفق هذا مع دراسة السيد ( 2014 ) عن استخدامات الشباب لمنصات التواصل الاجتماعي في المدن والقرى المصرية لتغيير بعض القيم السياسية بعد ثورتي 25 يناير 2013 و 30 يونيو 2015

ويتبع هذا الاشباع معرفة اخبار الناس وتبادل الاخبار والمعلومات . وكان روزنفيلد ( 2018 ) قد وجد أن الشباب ومنهم الطلاب موضع دراستنا أكثر استخداما للتطبيق في مجال المعلومات في المجال الثالث أي الحاجات الشخصية وجدت الدراسة أن المتوسط يقف عند ( 2.31 ) و ( 2.25 ) لصالح تطوير التخصص المهني والتعرف على القوانين والقواعد التي تقرها الدولة .

وهذه النتيجة هي الاجابة الصحيحة والطبيعية على ما ورد في دراسة سيتنكايا ( 2017 ) بأن الواتس آب له مساهمة ايجابية في التعليم .

فالطلبة يريدون من الجامعة ومجموعات الواتس آب مساعدتهم . وقد وجدت دراسة يوبا وايور ( 2014 ) أن الواتس آب يسبب تدميرا لبعض الجوانب التعليمية ومن بينها تدمير قواعد اللغة ومشاكل عدم التوازن في دروسهم في المجال الرابع كان الشعور بالتميز الحاجة التي تتطلب الاشباع .

ولوحظ انخفاض تجنب التعامل مع الآخرين إلى ( 2.13 ) . وهذا ما يتفق مع دراسة بهات وارشاد ( 2016 ) التي وجد فيها أن 57 % يعتبرون أن الواتس آب يسبب العزلة الاجتماعية وفي المجال الخامس ( الهروب من الواقع ) احتل استخدام الواتس آب لكسر حالة الملل مرتبة أولى . ويدخل في هذا احتمال تحول استخدام الواتس آب إلى ادمان ، وهو ما حذرت منه دراسة اجاد وليم ( 2016 ) من احتمال تحوله إلى ادمان . ودراسة بهات وارشاد ، التي اعتبرت أن 57 % أصبحوا مدمنين على التطبيق . لكننا لا يمكننا كذلك اغفال دراسة سيتنكايا ( 2017 ) التي وجدت ارتفاع نجاح الطلبة في البيئة التقليدية وبيئة الواتس آب مع وجود تأثيرات متساوية

**توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى ( 0.05 ) في درجة استخدام الطلبة لتطبيق الواتس آب تعزى لمتغيرات الدراسة ؟**

جرى الكشف عن فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى ( 0.05 ) في درجة الاستخدام . ولوحظ لدى دراسة نتائج متغير الجنس أن هناك فروقا احصائية تبعا للمحور السابع ، وهو المتعلق بمضمون رسائل الواتس آب . وقد كانت الفروق لصالح الذكور ، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي ( 2.22 ) بينما بلغت القيمة عند الاناث ( 2.08 ) . وكانت دراسة روزنفيلد ( 2018 )



قد أكدت ان هناك اختلافات بين الاشخاص استنادا الى جنسهم حيث تختلف عادات استخدام مختلف الرسائل والمجموعات . كما وجدت مثل هذه الفروق حيث ورد فيها أن الاناث أكثر استخداما لرسائل عامة تتعلق بالعائلة ، بينما يستخدمها الرجال لأغراض عامة بحتة .

في باقي مجالات الاستخدام التي تناولتها الدراسة لم يكن هناك فروق أخرى في مجال متغير الجنس .

تبعا لمتغير المستوى الدراسي ( بكالوريوس ، ماجستير ) جاءت الفروق في المجال السابع أيضا وكذلك في درجة الاستخدام الكلية لهذا المجال ولصالح طلبة الماجستير . ويتفق هذا مع دراسة فينا ولوشاكا ( 2016 ) التي أوصت أن يتم استخدام هذا التطبيق للنشاطات البحثية . وكذلك دراسة روزنفيلد ( 2018 ) التي وجدت ان المستويات الدراسية عوامل ايجابية في تفاعل الطلبة مع الرسائل .

وحول متغيري السنة الدراسية ونوع الدراسة لم تكن هناك أي فروق دالة احصائيا

توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى ( 0.05 ) في درجة اشباع الحاجات التي يحققها الشباب الجامعي من تطبيق الواتس آب تعزى لمتغيرات الدراسة ؟

لم تجد الدراسة فروق احصائية دالة عند ( 0.05 ) في متغير الجنس . وقد يكون السبب في ذلك كما تراه دراسة سيتنكايا ( 2017 ) بأن الواتس آب له تأثير ايجابي على الدوافع والحاجات باختلاف الشخص المتعامل معها. وقد يكون السبب أن المساهمة الايجابية للواتس آب في التعليم تمنع وجود مثل هذه الفروق حيث الطلبة باختلاف جنسهم يستخدمونه للتعليم

تبعاً لمتغير المستوى الدراسي ( بكالوريوس ، ماجستير ) فقد كانت استجابة أعلى لطلبة الماجستير في مجال الأول الحاجات المعرفية / المعلومات . وقد تكون طبيعة طالب الماجستير الاقرب لدوافع التعرض النفعية . فقد اختار اشباع الحاجة من المعلومات والخبرات ومراقبة البيئة المحيطة

وعن متغير السنة الدراسية فإن هناك فروقا في الاستجابة في المجال الأول أيضا وهو الحاجات المعرفية / المعلومات . وعند تحديد الفروق لوحظ فرق في اشباعات هذا المجال لصالح طلبة السنة الثالثة عن السنة الثانية . وكذلك للسنة الثالثة عن السنة الرابعة ، وأيضا للسنة الثالثة عن الخامسة .

ويشير هذا الفرق الى حجم التفاعل الذي يقضيه الطالب في السنة الثالثة عندما يصبح مندمجا مع جامعته .

### أهم النتائج :

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

**1\_** في عادات الاستخدام ، يتفق الطلبة على أن أنسب الأماكن لمتابعة الواثس أب هو المنزل ، وأن المساء أنسب الاوقات لذك ، كما أن الطلبة يخصصون ربع ساعة يوميا ذلك .

**2\_** الهاتف الشخصي أعلى استخداما لهذا التطبيق من الحاسوب.

3\_ في تفضيلات الاستخدام ، فإن أكثر الرسائل متابعه هي النصية ، وكذلك تلك التي تأخذ صفة

التعليقات . ومن بين النتائج المهمة احتلت الرسائل بالمضامين الاجتماعية المرتبة الاولى .

ويفضل الطلبة الرسال ذات الطابع المؤثر أكثر من أي رسائل بطابع آخر .

4\_ في محور الاشباع المتحققة ، وجد الباحث أن مشاركة الآخرين الأفراح والأحزان يتصدر

الحاجات المعرفية / المعلوماتية . كما ان التعبير عن الحب والانتماء للوطن يتصدر الحاجات

الوجدانية / السيكولوجية. وبالنسبة للحاجات الشخصية فيشبعها تطوير التخصص المهني. وفي

الحاجاتا الاجتماعية يحتل اشباع الشعور بالتميز المرتبة الاولى.

## التوصيات

بالاستناد إلى النتائج خلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات :

1\_ إستخدام الجامعات تطبيق الواتس آب وإعطاء هذا التطبيق مزيد من الاهتمام والنشاط

2\_ استخدام تطبيق الواتس آب في مختلف تخصصات الجامعات وليس الاقتصار على

تخصصات بحد ذاتها .

3\_ استخدام طلبة الجامعات لتطبيق الواتس آب داخل الجامعات ضمن تعليمات محددة

4\_ تنظيم دراسات حول أسباب استخدام الطلبة لتطبيق الواتس آب في أوقات محددة

5\_ حث الطلبة على زيادة مدة استخدامهم لتطبيق الواتس آب

6\_ دفع الطلبة لعدم التمسك فقط بمتابعة الرسائل النصية ، بل الاهتمام أيضا بالرسائل الصوتية والفيديو وباقي الوسائط المتعددة . ويتطلب هذا أن يبدأوا التفكير في الالمام وبكيفية استخدام هذه الادوات الاعلامية التي باتت واضحة المعالم في حياتنا .

7- دعم اشتراك الطلبة بمجموعات اخبارية محلية ومعلوماتية وتوفير وزيادة المجموعات من قبل الجامعات ، وعدم الاعتماد على التعليقات المجانية فقط . ويقتضي هذا توخي الحيلة والحذر من التضليل الاعلامي الذي قد تمارسه بعض المجموعات ، أو الاخبار الكاذبة التي قد يتم تسريبها

8\_ عدم اقتصار الاخبار المحلية والمعلومات التي يتداولها الطلبة على مواضيع محددة ، بل متابعة جميع القضايا والاخبار والمعلومات . ويقتضي هذا أن تقوم مجموعات الواتس آب بتنويع ما تنشره ليلبي مختلف طلبات الجمهور مثل أي وسيلة اعلامية .

9 \_ التوعية المستمرة بالتطورات في مجال تطبيق الواتس آب وما ينتظره الجمهور من اشباعات لحاجاتهم

10\_ التنبيه للحاجة لتعزيز استخدام تطبيق الواتس آب للتعبير عن الحب والانتماء للوطن حيث تؤكد ذلك حاجتهم لتطوير أنفسهم وتخصصهم المهني ضمن القوانين والقواعد التي تقرها الدولة.

11\_ لفت الانتباه إلى ضرورة التوعية بأن يكون تطبيق الواتس آب لصالح دعم مسيرة التعليم الوطنية والابتعاد عن ان يصبح وسيلة للإدمان عليه .

## المراجع

### المراجع العربية

- \_ أبو أصبع، خليل (2005)، إستراتيجيات الاتصال وتأثيراته، عمان: دار مجدلاوي.
- \_ التويجري، فيصل (2017). أنماط تعرُّض الشباب السعودي للإعلام الجديد والإشباعات المتحققة (رسالة ماجستير منشورة). جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية السعودية.
- \_ حسن ، سعد كاظم ( 2006 ) مصادر الاخبار المحلية في الصحف العراقية . دراسة تحليلية لمصادر الاخبار المحلية
- \_ درويش، عبد الرحيم (2006) مقدمة إلى علم الاتصال، القاهرة: مكتبة نانسي، دمياط.
- \_ سعدان، د. فؤاد، والميتمي، د. معين. (2017) المجلة العربية للإعلام والاتصال ع 18.
- \_ سلامة، عبد الحافظ الوسائط المتعددة في الإعلام والتعليم 2018 عمان: دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع.
- \_ السيد، محمد عبد البديع (2014). دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري بعد ثورتي 25 يناير 2011 و 30 يونيو 2013. المؤتمر العلمي الدولي لكلية الإعلام وفنون الاتصال، جامعة فاروس بالإسكندرية.
- \_ الطائي، د. مصطفى حميد، وأ. أبو بكر، خير ميلاد (2007) مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- \_ عبد الحميد، محمد (2000) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، ط 2.
- \_ عبد الفتاح، سعيد (2015) فاعلية استخدام تطبيق الواتس كتقنية اتصالية تعليمية لتطوير مهارات الكتابة للطلبة. مجلة التعليم والتدريب ع 6 ج 32 ص 115 - ص 127

\_ د. عمشة، وليد، ود. ظبيان، أروى (2016). استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لثراء مبتكرات شبكات التواصل الاجتماعي. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات ع42 ج2 ص322\_337.

\_ القليني، سوزان (1998) الاتصال وسائله ونظرياته. القاهرة: دار النهضة العربية ، ط1.

\_ مكاوي، حسن، السيد، ليلى (2001) الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

\_ الموسوي، محمد (2004)، النظرية الإعلامية، جامعة البحرين، مطبوعات كلية التربية.

### المراجع الأجنبية:

- \_ Annie Dayani Ahad, Syamimi Md Ariff Lim (2014) Convenience or Nuisance? The WhatsApp Dilemma, Procedia– Social and behavioral sciences ( 155 )(189 –196 )
- \_ Ms Bhatt ,Anshu and Dr Arshad, Mohd (2016 ) Impact of WhatsApp on youth: a Sociological Study. International journal of management and social sciences (4) (2) 376–386
- \_ Blumer , Jay G and Katz Elihu (1974 ) the Uses of Communication : Current Perspective in Communication . Sage Publications , London
- \_ Levent Cetinkaya ( 2017 ) The Impact of WhatsApp use on Success in Education Process , International Review of Research in Open and Distributed Learning (18)(17)(59–74)
- \_ Poushter, J, Bishop, C , and Chwe, H .( 2017) Social Media Use continues to Rise in Developing Countries but Plateaus Across Developed Ones , Pew Research Center
- \_ Reed,Black , H and Haroldsent Edwar ( 1982 ) . Concepts in Communications, Communication Arts Bo, NewYork
- \_ Rosenfeld , Avi, Sina , Sigal , Sarne , David , Avidov , Or , and Kraus, Sarit (2018 ) , WhatsApp usage patterns and prediction of demographic characteristics without access to message content , Demographic Research ( 39 ) ( 22 ) ( 647 – 670 )
- \_ Severin W, and James (1992) , Communication theory Origion . Methods and Uses in the Media . N.Y , Hasting house Publishers
- \_ Sana Shahid (2018 ) , Content Analysis of WhatsApp Conversations : An analytical Study to Evaluate the Effectiveness of Whatspp Application in Karachi, International Journal of Media , Journalism , and Mass communication (4)(1)(14–26)

Venna,G , and Lokesha,M (2016) The Effect of Whatsapp Messenger \_ Usage among Students in Mangalore University: A Case study .

International Journal of Library and Information studies 6(2) 121 – 129

\_Yeboah, J, and Ewur ,G,D (2014) The Impact of Whatsapp Messenger Usage on Students Performance in Tertiary Institutions in Ghana. Journal of Education and Practice 5(6)157–164

\_ Wenner , Lawrence A , and Rosengreen , K.E. ( 1985 ) , The Nature of News Gratification in Palmgreen> Media Research , London : Beverly Hills , Sage Publications



### المراجع الإلكترونية العربية:

\_ العقلة، إحسان (2018) . (ما هو واتس آب) . (أون لاين) (متوفر)  
: <https://mawdoo3.com>

\_ صلاح آية (2014) . (مراجعة عن واتس آب: مزايا وسلبيات تطبيق واتس آب) (أون لاين)  
(متوفر)

<https://www.ts3a.com/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82-%D9%88%D8%A7%D8%AA%D8%B3-%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%A7%D8%AA%D8%B3-%D8%A7%D8%A8/>

\_ بوغازي، فتيحة (2009) . (التأثير ونظرية الاستخدام والإشباع) . (أون لاين)، (متوفر):  
<http://audience-studies.overblog.com>

### المراجع الإلكترونية الأجنبية:

\_ تقرير معهد وكالة رويترز لعام 2018. (أون لاين)، (متوفر)

<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjGi6HWorXhAhWDKewKHRztCN4QFjAAegQIAxAC&url=http%3A%2F%2Fmedia.digitalnewsreport.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F06%2Fdigital-news-report-2018.pdf%3Fx89475&usg=AOvVaw38cR6lxUfJ3on0Mx2pXQMr>

## الملحقات

### ملحق رقم 1

#### 1. أسماء محكمي استبيان الدراسة

اسم المحكم	الرتبة الاكاديمية	مكان العمل
1	الأستاذ الدكتور تيسر أبو عرجة	أستاذ
2	الدكتور كامل خورشيد مراد	أستاذ مشارك
3	الدكتور رائد البياتي	أستاذ مشارك
4	الدكتور أشرف المناصير	أستاذ مساعد
5	الدكتورة حنان الكسواني	أستاذ مساعد

## ملحق رقم 2

### استبيان بحث علمي

يقوم الباحث حالياً بإجراء دراسة أكاديمية بعنوان استخدامات الشباب الجامعي تطبيق الواتس آب في الحصول على الأخبار المحلية، والمعلومات، والإشباع المتحققة منها؛ وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، وبإشراف الدكتور أحمد عريقات/ كلية الإعلام/ جامعة الشرق الأوسط. ويطلب للباحث أن يضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجياً تعيّنته كما ترونه مناسباً من وجهة نظركم، مع العلم أن البيانات الواردة ستوظف لأغراض هذه الدراسة والبحث العلمي فقط.

وشكراً لحسن تعاونكم

بشار عمرو

الهاتف المتحرك: 0790403894

## الاستبيان

### الجزء الأول: الأسئلة الديموغرافية

- وضع هذه الإشارة عند الإجابة عن الأسئلة التالية:

الجنس:

- ذكر

- أنثى

المستوى:

- بكالوريوس

- ماجستير

السنة الدراسية:

- الأولى

- الثانية

- الثالثة

- الرابعة

- الخامسة

نوع الدراسة:

- علمية

- إنسانية

### الجزء الثاني: أسئلة الدراسة

- وضع هذه الإشارة عند الإجابة عن الأسئلة التالية:

1 \_ أستخدم تطبيق الواتس آب للحصول على الأخبار المحلية والمعلومات في المكان التالي:

الرقم	الر	دائماً	أحياناً	نادراً
1	الجامعة			
2	المنزل			
3	العمل			
4	المقهى			
5	وسيلة النقل			
6	غير ذلك			

2 \_ أستخدم تطبيق الواتس آب للحصول على الأخبار المحلية والمعلومات في الأوقات التالية:

الرقم	دائمًا	أحيانًا	نادراً
1			الصباح
2			الظهر
3			العصر
4			المساء
5			وقت متأخر

3\_ أستخدم تطبيق الواتس آب للحصول على الأخبار المحلية والمعلومات لمدة

الرقم	دائمًا	أحيانًا	نادراً
1			ربع ساعة
2			نصف ساعة
3			ساعة فأكثر

4\_ يرتبط استخدامي تطبيق الواتس آب بـ:

الرقم	دائمًا	أحيانًا	نادراً
1			جهاز الكمبيوتر
2			هاتفني الشخصي

5\_ يعتمد استخدامي الواتس آب للحصول على الأخبار المحلية والمعلومات على:

الرقم	دائمًا	أحيانًا	نادراً
1			النصية
2			الصوتية
3			الصور
4			الفيديو والوسائط المتعددة

6\_ أعتد للحصول على رسائل الواتس آب للأخبار المحلية والمعلومات على المصادر التالية:

الرقم	دائمًا	أحيانًا	نادراً
1			اشتراك خدمة إخبارية/ وكالات، صحف
2			اشتراك خدمة مجموعات
3			التعليقات

7\_ أركز في رسائل الواتس آب للأخبار المحلية والمعلومات على المضمون

الرقم		دائمًا	أحيانًا	نادرًا
1	القانوني			
2	السياسي			
3	الاقتصادي			
4	الاجتماعي			
5	الرياضي والفني			
6	الثقافي			
7	الديني			

8\_ أتابع رسائل الواتس آب للأخبار المحلية والمعلومات ذات الطابع:

الرقم		دائمًا	أحيانًا	نادرًا
1	المؤثر			
2	المهم لقطاع كبير من الناس			
3	الجديد			
4	التنموي			

إشباعات الحاجات التي يحققها الشباب الجامعي من تطبيق الواتس آب

الحاجات				
المجال الأول: حاجات معرفية/ معلومات				
رقم السؤال	موافق	محايد	غير موافق	
س 1				أحسّن لغتي الإنجليزية
س 2				أتعرف على المزيد من الأشخاص
س 3				أشارك الآخرين الأفراح والأحزان
س 4				أحقق التواصل بوسيلة سريعة مع الآخرين
س 5				أشعر بالمتعة من خلال التواصل مع الآخرين
س 6				أتعرف على ما يدور حولي بسرعة
س 7				أطلع على كل جديد
س 8				أتبادل الخبرات مع الآخرين
س 9				أشعر بوجود صداقة حقيقية
المجال الثاني: حاجات وجدانية / سيكولوجية				
رقم السؤال	موافق	محايد	غير موافق	
س 1				أعبر عن حبي وانتمائي للوطن
س 2				أعرف أخبار الناس
س 3				أتبادل الأخبار والمعلومات
س 4				أبحث عن فرصة عمل
س 5				أعرف كيف يفكر الآخرون
س 6				أعرف صورة بلدي في عيون الآخرين
س 7				أعبر عن آرائي دون تحمل مسؤولية
س 8				أتخلص من ضغوط العمل
س 9				أشعر بوجودي كجزء من العالم
س 10				أساعد الآخرين في النجاح في حياتهم

			س 11	أشبع الفضول وحب الاستطلاع
			س 12	أدعم أفكارًا اجتماعية معينة
المجال الثالث : حاجات شخصية				
			رقم السؤال	
غير موافق	محايد	موافق	س 1	أنشر آرائي السياسية
			س 2	للتعبير عن آرائي في مسؤولي الدولة
			س 3	أدعم أفكارًا سياسية معينة
			س 4	أدعم أفكارًا دينية
			س 5	أعبر عن السلوكيات غير المقبولة اجتماعيًا
			س 6	أقلد نماذج من حياة الشعوب الأخرى
			س 7	أتعرف على القوانين والقواعد التي تقرها الدولة
			س 8	أطور تخصصي المهني
المجال الرابع: حاجات اجتماعية				
			رقم السؤال	
غير موافق	محايد	موافق	س 1	أشعر بأنني مميز
			س 2	أحقق إشباعي العاطفي
			س 3	أكون شخصًا متحضرًا في عيون الآخرين
			س 4	أتجنب التعامل المباشر مع الآخرين
			س 5	أكون رأيًا عامًا يشعر به المسؤولون
			س 6	أعتمد عليه لأنه مصدر موثوق للمعلومات
			س 7	أقلد نماذج من حياة الشعوب الأخرى
المجال الخامس: حاجات الهروب من الواقع				
			رقم السؤال	
غير موافق	محايد	موافق	س 1	أكسر حالة الملل
			س 2	أتخلص من ضغوط الحياة
			س 3	أتغلب على الإحساس بالوحدة
			س 4	أحصل على الراحة النفسية
			س 5	أحتاج إليها لأنني اعتدت ذلك

## ملحق رقم 3

## أمر الموافقة على موضوع الرسالة

**جامعة الشرق الأوسط**  
**MIDDLE EAST UNIVERSITY**  
 Amman - Jordan  
 عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي  
 Deanship of Graduate Studies & Scientific Research

الرقم: د.ع.د/ 5/ 637  
 التاريخ: 2019/1/5

د. احمد عريقات المحترم  
 قسم الإذاعة والتلفزيون  
 كلية الاعلام

تحية طيبة، وبعد،

**الموضوع: تعيين المشرف وإقرار عنوان الرسالة وحفظها**

بناءً على القرار رقم (2019-2018/08-637) تقرر تعيينكم مشرفاً **مشرفاً** على رسالة الماجستير التي سيقوم بإعدادها الطالب **بشار محمد فتحي عمرو** (401620006)، تخصص الاعلام الموسومة بالعنوان:

عنوان الرسالة	
استخدامات الشباب الجامعي لتطبيق واتس آب في الحصول على الأخبار المحلية والمعومات والشباعات المتحققة	(باللغة المكتوبة فيها)
Uses of WhatsApp to Obtain Local News and Information and The Achieved Gratification by Youth of University	(مترجماً إلى اللغة الانجليزية/الإنجليزية)

وذلك اعتباراً من بداية الفصل الدراسي الاول من العام الجامعي 2019/2018 ولمدة فصلين دراسيين، وحسب التعليمات المعمول بها في الجامعة.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

عميد الدراسات العليا والبحث العلمي

أ.د محمد أبو الهيجاء

لمختر:

- عميد الكلية المعنى
- دائرة القبول والتسجيل
- ملف الطالب

