

اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي في محافظة حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية

د. سلمان بن مطلق السبيعي
جامعة حفر الباطن - السعودية

المخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي في محافظة حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية، اتبعت الدراسة منهجية مسحية من خلال عينة عشوائية من (٢١١) طالبًا وطالبة أجابوا على استبانة الدراسة. وقد أسفرت النتائج عن عدم وجود فروق دالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة تعزى لمتغيري النوع والتخصص، في حين كانت الفروق في متغير السنة الدراسية في اتجاه طلاب السنة الرابعة. وفي ضوء النتائج قدم الباحث مجموعة من التوصيات.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات. الإعلام الرقمي. حفر الباطن. السعودية.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي في محافظة حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية

د. سلمان السبيعي

جامعة حفر الباطن - السعودية

مقدمة:

يشهد العالم اليوم تطورًا علميًا وتكنولوجيًا متلاحقًا، إذ لا تكاد تخلو ساعة إلا وفيها العديد من الاكتشافات والتطورات والمنجزات العلمية، التي توفر للإنسان خدمات عظيمة وتوفر سبل الراحة والسرعة في مجالات الحياة المختلفة.

ومن أهم هذه المخترعات والمنجزات الإعلام الرقمي الذي بات من أكثر وسائل الإعلام وأكثر المخترعات أهمية للمجتمع بشكل عام وفتة الشباب على وجه الخصوص، وبخاصة أنه بفضل التكنولوجيا أصبح من أكثر الوسائل جذبًا وإبهازًا للشباب إذا ما قورن بالإعلام التقليدي (المصري وأبو جبر، ٢٠١٧).

ويرى إبراهيم والهوراني (٢٠١٧) إن للإعلام الرقمي مكانة متميزة وأدوارًا متعددة في تنشئة الشباب وتثقيفه وإرساء القيم والعادات الاجتماعية والثقافية وتغيير سلوك الأفراد إلى الأفضل عن طريق اهتمامه بنشر الوعي وتبصير الشباب بقضايا المجتمع وإبراز قيم التماسك الاجتماعي.

وتشتمل وسائل الإعلام الرقمي على الحاسبات الإلكترونية وعالم الإنترنت، والدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي بصفقتها أدوات فاعلة لنقل الإعلام ونشره بين قطاع كبير من الشباب، حيث بات يطلق على هذا الإعلام مسمى (الإعلام الرقمي الحديث) Miler & (Lifer, 2010).

كما إن الإعلام الرقمي هو ذلك الإعلام الذي يقوم على الوسائل والتطبيقات التكنولوجية الحديثة التي تمثلت في شبكات التواصل الاجتماعي التي مكنت جمهور الشباب من أن يصبح جزءًا فاعلاً من الرسالة الاتصالية، وظهور مفاهيم مثل المواطن الصحفي، أو

د. سلمان بن مطلق السبيعي

صحافة المواطن، التي غدا فيها عنصر الشباب كائنًا اتصاليًا جديدًا من نوعه (المصري، ٢٠١٤).

ويتميز الإعلام الرقمي مثل مواقع التواصل الاجتماعي، والفيسبوك، وتويتر، والانستغرام، والسكايب، ولينكدين، وسناب شات وغيرها بأنه وسيلة اتصال سريعة ومؤثرة، فقد يسرت احتياجات جمهور الشباب، نظرًا لسهولة الانضمام إليها واستخدامها، وثراء محتواها الإعلامي (Makin, 2018).

علاوة على إنها غدت وسيلة إعلانية متاحة لترويج ونشر الأفكار والسلع والخدمات والبضائع، بالإضافة إلى تزويد المستخدمين بالأخبار والمعلومات، فضلًا عن توفر التسلية والترفيه في كافة مواقع الإعلام الرقمي (المصري وأبو جبر، ٢٠١٧).

وقد ربط العديد من الباحثين بين درجة قوة تأثير الإعلام الرقمي وتكوين الاتجاهات لدى الشباب نحو القضايا المختلفة (العجمي، ٢٠١٥)، كما تباينت نتائج الدراسات في تناول اتجاهات الشباب نحو الإعلام الرقمي (Jarrett, 2013)، وأهداف وغايات استخدامه (النمر، ٢٠١٤). كما بينت الدراسات أن اتجاهات الشباب نحو الإعلام الرقمي تتأثر بعدة عوامل اجتماعية واقتصادية وثقافية ونفسية، علاوة على منظومة القيم السائدة لديهم، والمحتوى الإعلامي المقدمة لهم Stevens, Matthews, Woods & Brawner, (2017)، ومن خلال هذه الدراسات يلاحظ توصيتها بضرورة دراسة اتجاهات الشباب نحو الإعلام الرقمي كظاهرة حديثة ومؤثرة في قطاع مهم من قطاعات المجتمع العربي.

وفي هذا السياق تناولت العديد من الدراسات موضوع الإعلام الرقمي؛ حيث هدفت دراسة حسن (٢٠٠٩) للتعرف على طبيعة وحدود التأثير الذي أحدثته وسائل الإعلام الحديثة "الفضائيات ومواقع التواصل الاجتماعية والمدونات" على طبيعة وشكل العلاقات الاجتماعية والاتصالية داخل الأسرة المصرية مقارنة بالأسرة القطرية بحكم أن هذه الوسائل وفرت فرصاً عديدة للإعلام البديل. تكونت الدراسة من عينة كمية عشوائية متعددة المراحل حجمها "٦٠٠" مفحوص، وعينة كيفية أجريت على ست مجموعات نقاشية. توصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها: أن هناك إقبالاً كبيراً من جانب الشباب على المواقع الاجتماعية بشبكة الإنترنت، حيث احتل "الفيس بوك"، و"يوتيوب"، و"ماي سبايس" مواقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لأفراد العينة الذين يعتبرون أن أصدقاءهم المرجح الأول لهم في

اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي في محافظة حفر الباطن

حالة حدوث مشكلة لهم. كلما شعر الأفراد بالخصوصية في استخدام جهاز الكمبيوتر زاد انعزالهم عن الواقع وانخفض مستوى تفاعلهم الاجتماعي، كذلك يزداد التفاعل الاجتماعي بوجود الأب والأم وينخفض بغيابهما سواء كان غيابا طبيعيا أو نفسيا. كما بينت النتائج أن هناك استخداما لرسائل الجوال بشكل اجتماعي الأمر الذي أثر إلى حد كبير على طبيعة ومستوى التفاعل الاجتماعي داخل كل من الأسرة المصرية والقطرية.

وهدفت دراسة إبراهيم والهوراني (٢٠١٧) إلى معرفة تأثير تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمي البديل على سلوكيات وأخلاق الشباب المصري. اتبعت الدراسة منهجية وصفية ضمن عينة من الشباب المصري أجابوا على استبانة الدراسة، حيث: أظهرت النتائج أن درجة تأثر سلوكيات أفراد العينة أثناء استخدامهم مواقع الإنترنت التفاعلية، حيث جاء (الإعلام الجديد له تأثير كبير على ردود أفعالهم في أثناء متابعة الأخبار أو التواصل مع الأصدقاء) في المرتبة الأولى، ووجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الجديد وبين له تأثير هذه الوسائل على سلوكياته.

كما أجرت فاستلي (Vastly, 2017) دراسة هدفت إلى الكشف عن اتجاهات واستخدامات الشباب الروسي نحو مواقع التواصل الاجتماعي الإخبارية. اتبعت الدراسة منهجية مسحية من خلال عينة عشوائية تم تطبيقها على (١٤) شابًا جامعيًا من جامعة سان بطرسبرج أجابوا على استبانة الدراسة، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة خبرية رقمية توفر مزايا المحتوى المتنوع والاتصال الشخصي، مما يجعلها ثرية بالمعلومات والأخبار، كما إن اتجاهات الشباب نحوها إيجابية كونها تسهل إمكانية الوصول لمعلومات معينة، بالإضافة إلى السرعة والخصوصية.

وهدفت دراسة المصري وأبو جبر (٢٠١٧) إلى التعرف على العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستوى المعرفة بقضايا الشباب، وتحليل مستويات المعرفة التي يحققها الإعلام الرقمي في زيادة وعي وإدراك الجمهور لقضايا الشباب، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (١٦٨) مبحوثًا من محافظات قطاع غزة، وبينت النتائج أن الجمهور الفلسطيني يعتمد في الترتيب الأول على الإنترنت كمصدر في الحصول على المعلومات، وأن ما نسبته ٧٤.٧% يستخدمون شبكة الفيس بوك وأن الجمهور الفلسطيني يهتم بمتابعة قضايا الشباب الفلسطيني، وأن الإعلام الرقمي يشكل معارف

د. سلمان بن مطلق السبيعي

الجمهور بقضايا الشباب بشكل متوسط، وهي نسبة تشير إلى مساهمة الإعلام الرقمي في زيادة معرفة الجمهور بقضايا الشباب.

وأجرت قناوي (٢٠١٨) دراسة في مصر هدفت إلى التعرف على تأثير شائعات المواقع الإخبارية على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها من خلال عدة أهداف فرعية تمثلت في التعرف على إدراك المستخدمين لمفهوم الشائعات وكيفية التعامل معها ، معرفة الدور الذى يقوم به النوع والعمر والمؤهل العلمي في تأثير الشائعات على الوعي الاجتماعي للمستخدمين ، والتعرف على تأثير شائعات المواقع الإخبارية على الوعي الاجتماعي للمستخدمين وكيفية مواجهتها والتصدي لها، وذلك من خلال تطبيق صحيفة استبيان إلكترونية على ٤٠٠ مفردة من مستخدمي المواقع الإخبارية، وقد توصلت الدراسة إلى: أن غالبية أفراد العينة يرون أن الشائعة هي أنها نشر معلومة غير مؤكدة وغير معروفة المصدر وتقوم على الإثارة ونشر الأخبار التي تستهوى الجمهور عند نقص المعلومات، كما توصلت إلى أن غالبية أفراد العينة يتعاملون مع الشائعة على أنها خبر صحيح إلى أن يثبت العكس ، وتوصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق دالة إحصائية تعزى إلى متغيري (الجنس والعمر) بين أفراد العينة في مدى تأثير شائعات المواقع الإلكترونية على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها ، كما أكدت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية ترجع إلى متغير المستوى التعليمي في مدى تأثير شائعات المواقع الإلكترونية على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها لصالح المستويات التعليمية العليا (التعليم الجامعي وفوق الجامعي)، وأن أهم أليات مواجهة الشائعات عبر المواقع الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة وهى : توفير المعلومات الرسمية بشفافية كاملة لكافة المواقع الإخبارية.

وتأسيسًا على ما سبق تتناول الدراسة الحالية اتجاهات الشباب الجامعي في محافظة حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية نحو الإعلام الرقمي؛ وبخاصة في ظل عدم توفر دراسات في بيئة الدراسة المحلية حول هذا الموضوع، وانتشار استخدام وسائل الإعلام الرقمي بين فئة الشباب.

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

تقوم الدراسة الحالية على إشكالية التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي في محافظة حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية نحو الإعلام الرقمي، وهذا بناء على فرضية توفر المحتوى وتنوعه في وسائل الإعلام الرقمي كتويتر مثلاً، وعدم وجود الحواجز المبررة وغير المبررة التي تفرضها المجتمعات على الشباب ، هذا طبعاً بالإضافة إلى جملة من الأسباب الأخرى التي يفرضها الواقع المعيش للشباب الجامعي، وعدم توفر دراسات محلية حول الموضوع. لذلك تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في الإجابة عن الأسئلة البحثية التالية:

- (١) ما اتجاهات الشباب الجامعي في محافظة حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية نحو الإعلام الرقمي؟
- (٢) هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الشباب الجامعي في محافظة حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية نحو الإعلام الرقمي تعزى لمتغيرات الجنس، والتخصص، والسنة الدراسية؟

أهمية الدراسة

تبرز أهمية الدراسة في الكشف عن اتجاهات الشباب الجامعي في محافظة حفر الباطن نحو الإعلام الرقمي وذلك من خلال ما تقدمه الدراسة من نتائج هامة للجهات المعنية في مؤسسات التعليم العالي السعودي وهيئات الإعلام القديم والجديد. كما تبرز أهمية الدراسة في أهمية تحديد اتجاهات الشباب السعودي نحو الإعلام الرقمي لمعرفة نوع الإعلام الذي يتعاطون معه، وذلك لتقديم التوصيات المناسبة التي يمكن أن تشرك الشباب في مساعدة القائمين على الإعلام الرقمي في تقديم المحتوى الإخباري والترفيهي والتعليمي الذي يناسب حاجات الشباب.

التعريفات الاصطلاحية والإجرائية

الإعلام الرقمي: تُعرّف الرمحي (٢٠١٨: ١٤) الإعلام الرقمي بأنه "البيئة الإعلامية القائمة على تكنولوجيا الاتصالات والمستخدم في الحواسيب الشخصية، والصحف الإلكترونية، وتلفاز الواقع، ومواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر وغيرها". ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها

د. سلمان بن مطلق السبيعي

وسائل نقل الخبر الرقمية كمواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر والتي تتيح سهولة الانضمام والاستخدام والتفاعل لدى المستخدم.

الاتجاهات: يُعرّف الزبيدي (٢٠١٤: ٣٢) الاتجاهات بأنها " حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي، تنظم من خلالها خبرة الفرد وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثيرها هذه الإجابة". وإجراءياً يعرفها الباحث بأنها التصورات المعرفية والسلوكية والانفعالية التي يتبناها الشباب السعودي نحو الإعلام الرقمي كما تعكسها أداة الدراسة ضمن الأبعاد التالية:

المعرفي: ويشير إلى المعلومات التي لدى الفرد والمتعلقة بالإعلام الرقمي.

السلوكي: ويتمثل في الأفعال التي يقوم بها الفرد أو يعمل على الدفاع عنها أو تسهيلها فيما يتصل بالإعلام الرقمي

الانفعالي: ويعبر عن تقويمات الفرد لكل ما يتصل بالإعلام الرقمي.

حدود الدراسة ومحدداتها

الحدود الزمانية: تم إجراء الدراسة في العام ٢٠١٨/٢٠١٩م

الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة في محافظة حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية.

الحدود البشرية: اقتصرت عينة الدراسة على الشباب والشابات الجامعيين من أعمار ١٨ سنة فما فوق.

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على البحث في اتجاهات الشباب نحو الإعلام الرقمي وبخاصة موقع تويتر.

الطريقة والإجراءات:

يتناول هذا الجزء من الدراسة وصفاً لمجتمع الدراسة وعينتها، وطريقة اختيارها، والإجراءات التي تم استخدامها من قبل الباحث لتحقيق أهداف الدراسة، بالإضافة إلى أداة الدراسة، والإجراءات التي تم اتباعها للتأكد من صدقها، وثباتها، وإجراءات التطبيق، والطرق الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات وتحليلها.

مجتمع الدراسة وعينتها: تكون مجتمع الدراسة من جميع الشباب الجامعي الدارسين في المرحلة الجامعية (الكلية التقنية، وجامعة حفر الباطن) بالمنطقة الشرقية بالمملكة العربية

اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي في محافظة حفر الباطن

السعودية، والبالغ عددهم (٢٤٢٣٦) شابًا وشابة. وتم اختيار عينة عشوائية طبقية مكونة من (٢١١) طالبًا وطالبة من مجتمع الدراسة الأصلي لغايات تطبيق الدراسة الحالية، ويبين الجدول (١) التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة

جدول (١)

التكرارات والنسب المئوية حسب متغيرات الدراسة

النسبة	التكرار	الفئات	
45.0	95	ذكر	الجنس
55.0	116	أنثى	
68.2	144	إنساني	التخصص
31.8	67	علمي	
29.9	63	سنة أولى	المستوى الدراسي
33.6	71	سنة ثانية	
14.7	31	سنة ثالثة	
21.8	46	سنة رابعة	
100.0	211	المجموع	

أداة الدراسة: لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بالعودة إلى الأدب النظري والدراسات السابق مثل دراسات (المصري وأبو جبر، ٢٠١٧؛ إبراهيم، ٢٠١٧؛ الرمحي، ٢٠١٨) لإعداد أداة الدراسة الحالية التي تكونت من (٣١) فقرة تقيس اتجاهات الشباب الجامعي في محافظة حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية نحو الإعلام الرقمي.

صدق الأداة:

أ. **صدق المحكمين:** تم التأكد من صدق الأداة وذلك بعرض الصورة الأولية للأداة على (٨) محكمين من المتخصصين في الإرشاد النفسي والتربوي والقياس والتقويم في الجامعات السعودية، وقد طلب من المحكمين إبداء رأيهم عن مدى وضوح فقرات الأداة بنائياً، ومدى صلاحية كل فقرة من فقرات الأداة في قياس ما وضعت لقياسه، ومدى انتماء كل فقرة للمجال الخاص بها، ودرجة دقة وسلامة الصياغة اللغوية ووضوح الفقرات. كما طلب أيضاً من المحكمين إدخال أي تعديلات على صياغة فقرات الأداة أو حذف بعضها أو الإضافة إليه، وقد حظيت الأداة بموافقة المحكمين مع إدخال بعض التعديلات اللغوية والإملائية، وقد استقرت الأداة على (٢٧) فقرة بعد تعديل بعضها وتعديل الأخطاء النحوية والإملائية.

د. سلمان بن مطلق السبيعي

ب. صدق الاتساق الداخلي: لاستخراج دلالات صدق الاتساق الداخلي للمقياس، استخرجت معاملات ارتباط فقرات المقياس مع الدرجة الكلية ومع المحور التي تنتمي إليه في عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة تكونت من (٣٠) طالباً وطالبة، حيث أن معامل الارتباط هنا يمثل دلالة للصدق بالنسبة لكل فقرة في صورة معامل ارتباط بين كل فقرة وبين الدرجة الكلية من جهة، وبين كل فقرة وبين ارتباطها بالمحور التي تنتمي إليه، وبين كل محور والدرجة الكلية من جهة أخرى

جدول (٢)

صدق الاتساق الداخلي للأداة

معامل الارتباط مع الأداة	معامل الارتباط مع البعد	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة	معامل الارتباط مع البعد	رقم الفقرة
.370°	.471**	١٩	.621**	.502**	1
.533**	.432°	20	.4٣1°	.4٣0°	2
.456°	.621**	٢١	.384°	.3٧8°	3
.419*	.4٨2**	٢٢	.593**	.3٥7°	4
.423°	.723**	٢٣	.4٢9°	.6٨2**	5
.4٢2*	.8٢1**	٢٤	.524**	.395*	6
.453°	.375*	٢٥	.5٤4**	.5٦5**	7
.608**	.439**	٢٦	.730**	.513**	8
.498**	.521**	٢٧	.6٣2**	.5٤0**	9
			.530**	.5٢3**	10
			.395*	.430**	11
			.393*	.480**	12
			.705**	.401*	13
			.594**	.492**	14
			.529**	.566**	15
			.444°	.542**	16
			.828**	.382°	17

*دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥). **دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠١).

اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي في محافظة حفر الباطن

يتضح من الجدول (٢) أن معاملات ارتباط الفقرات بالبعد والدرجة الكلية كانت دالة إحصائياً عند مستويات الدلالة $\alpha = (0.05)$ و (0.01) ، لذلك لم يتم حذف أي منها، مما يشير إلى تمتع المقياس بصدق عالٍ وملائم لأغراض الدراسة الحالية.

ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة، فقد تم التحقق بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (test-retest) بتطبيق المقياس، وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين على مجموعة من خارج عينة الدراسة مكونة من (٣٠) طالباً وطالبة، ومن ثم تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين تقديراتهم في المرتين. وتم أيضاً حساب معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا، والجدول رقم (٣) يبين معامل الاتساق الداخلي وفق معادلة كرونباخ ألفا وثبات الإعادة واعتبرت هذه القيم ملائمة لغايات هذه الدراسة.

جدول (٣)

معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات والدرجة الكلية

الاتساق الداخلي	ثبات الإعادة	الأداة ككل
٠.٨١	٠.٩١	

المعيار الإحصائي:

تم اعتماد سلم ليكرت الخماسي لتصحيح أدوات الدراسة، بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته الخمس (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة) وهي تمثل رقمياً (٥، ٤، ٣، ٢، ١) على الترتيب، وقد تم اعتماد المقياس التالي لأغراض تحليل النتائج: من ١.٠٠ - ٢.٣٣ قليلة، من ٢.٣٤ - ٣.٦٧ متوسطة، من ٣.٦٨ - ٥.٠٠ كبيرة

وهكذا: وقد تم احتساب المقياس من خلال استخدام المعادلة التالية:

الحد الأعلى للمقياس (٥) - الحد الأدنى للمقياس (١)

عدد الفئات المطلوبة (٣)

$$1.33 = \frac{5-1}{3}$$

ومن ثم إضافة الجواب (١.٣٣) إلى نهاية كل فئة.

د. سلمان بن مطلق السبيعي

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول ومناقشتها: ما اتجاهات الشباب الجامعي في محافظة حفر الباطن نحو الإعلام الرقمي؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الشباب الجامعي في محافظة حفر الباطن نحو الإعلام الرقمي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الشباب الجامعي في محافظة حفر الباطن نحو الإعلام الرقمي مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

المرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	١٦	أشعر أن الإعلام الرقمي يزودني بمعلومات عن قضايا مهمة	3.69	1.084	متوسط
٢	١٣	أعتبر أن وسائل الإعلام الرقمي تشكل متفناً للشباب للتعبير عن آرائهم بحرية.	3.68	٠.905	متوسط
٣	٢٠	أثق بأخبار ومعلومات الإعلام الرقمي.	3.67	1.011	متوسط
٤	١١	أعتقد أنني متعلق بتطبيقات الإعلام الرقمي كـتويتر	3.67	٠.948	متوسط
٥	٢٧	أنصح الشباب بالدخول إلى تطبيقات الإعلام الرقمي.	3.66	1.089	متوسط
٦	٢٤	أعتقد أن مواقع الإعلام الرقمي مسلية.	3.65	1.019	متوسط
٧	٢٦	يحوز الإعلام الرقمي على الكثير من اهتمامي.	3.65	1.037	متوسط
٨	٢	أعتقد أن الإعلام الرقمي مفيد لي.	3.64	1.122	متوسط
٩	٤	أشعر أن الإعلام الرقمي يخاطب الشباب بلغة مفهومة.	3.64	1.057	متوسط
١٠	١٥	أعتقد أن الإعلام الرقمي يوسع مداركي السياسية والاجتماعية.	3.64	٠.943	متوسط
١١	٢٣	أرى أنه لا بد من توظيف الإعلام الرقمي في كافة مناحي الحياة.	3.64	1.140	متوسط
١٢	٢٢	أشجع زملائي على الاستفادة من تطبيقات الإعلام الرقمي مثل تويتر.	3.64	1.093	متوسط
١٣	٢٥	أثق بالأشخاص الموجودين على مواقع الإعلام الرقمي.	3.64	٠.947	متوسط
١٤	٥	أشعر أن الإعلام الرقمي وسيلة فعالة للتعرف إلى أخبار العالم	3.63	1.031	متوسط
١٥	٨	أعتقد أن الإعلام الرقمي طور مفاهيمي السياسية.	3.63	٠.939	متوسط
١٦	١	أعتقد أن الإعلام الرقمي طور مفاهيمي الاجتماعية.	3.61	1.147	متوسط
١٧	٩	أثر الإعلام الرقمي في تجديد حياتي وكسر الروتين والملل لدي.	3.59	1.058	متوسط
١٨	٦	أشعر بضعف مهاراتي في التواصل الحقيقي مع الآخرين.	3.56	٠.941	متوسط
١٩	٧	أصبحت أشعر بالاعتزاز عن محيطي الحقيقي بسبب الإعلام الرقمي.	3.55	٠.957	متوسط
٢٠	٣	أشعر بالندم لدخولي مواقع الإعلام الرقمي.	3.52	1.084	متوسط
٢١	١٧	أرى أن تطبيقات الإعلام الرقمي مضيعة للوقت.	2.77	1.358	متوسط
٢٢	١٩	أشعر أن استخدام الإعلام الرقمي المفرط سبب للقلق.	2.76	1.228	متوسط
٢٣	٢١	أشعر أن كثرة المعلومات في وسائل الإعلام الرقمي تشتت أفكاري.	2.75	1.187	متوسط
٢٤	١٠	أشعر أن الإعلام الرقمي يؤثر سلبيًا على تحصيلي العلمي.	2.74	1.454	متوسط
٢٥	١٤	أشعر أن استخدام الإعلام الرقمي يكسب الفرد عادات غير أخلاقية.	2.73	1.173	متوسط
٢٦	١٢	أؤيد إغلاق وسائل الإعلام الرقمي كمواقع التواصل الاجتماعي.	2.72	1.435	متوسط
٢٧	١٨	أرى أن الإعلام الرقمي عالم وهمي لا علاقة له بواقع الحياة.	2.69	1.285	متوسط
		الدرجة الكلية	3.39	٠.618	متوسط

اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي في محافظة حفر الباطن

يبين الجدول (٤) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (٢.٦٩ - ٣.٦٩)، حيث جاءت الفقرة رقم (١٦) والتي تنص على " أشعر أن الإعلام الرقمي يزودني بمعلومات عن قضايا مهمة " في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٣.٦٩) وبدرجة متوسطة، بينما جاءت الفقرة رقم (١٨) ونصها " أرى أن الإعلام الرقمي عالم وهمي لا علاقة له بواقع الحياة " بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (٢.٦٩) وبدرجة متوسطة. وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (٣.٣٩) وبدرجة متوسطة. وتبدو هذه النتيجة مبررة؛ فتوسط اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي يدل على إقبالهم عليه وعلى التطبيقات ذات الصلة مثل فيسبوك وتويتر وغيرها، حيث عن الإعلام الرقمي يوفر للشباب محتوى إخباري متنوع من كافة أنحاء العالم، وهذا المحتوى الثري يسهل على الشباب الوصول إليه وتناقله، حيث غنه - بحسب رأي العينة - منقس للشباب للتعبير عن آرائه المجتمعية والسياسية بحرية، علاوة على كونه وسيلة مفيدة للتعلم والاطلاع، ومصدر موثوق للإخبار.

كما يمكن القول أن توفر وسائل الدخول إلى مواقع الإعلام الرقمي كالحواسيب والأجهزة الذكية في أي مكان وزمان، تزيد من استخدام الشباب له واستقاء الأخبار منه، وبالتالي من المنطقي أن تكون اتجاهاتهم حول إيجابياته أكثر من سلبياته، وفي ذلك يؤكد ماكين (Makin, 2018) أن الإعلام الرقمي مثل مواقع التواصل الاجتماعي، والفيسبوك، وتويتر، والانستغرام، والسكايب، ولينكدن، وسناب شات وغيرها تتميز بأنها وسيلة اتصال سريعة ومؤثرة، فقد يسرت احتياجات جمهور الشباب، نظرًا لسهولة الانضمام إليها واستخدامها، وثراء محتواها الإعلامي.

واتفقت النتيجة مع نتيجة دراسة حسن (٢٠٠٩) التي بينت وجود اتجاهات جيدة حول وسائل الإعلام الرقمي كونها قدمت بديلًا جيدًا لوسائل الإعلام التقليدي. كما اتفقت النتيجة مع نتيجة دراسة إبراهيم والهوراني (٢٠١٧) التي بينت وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الجديد وبين له تأثير هذه الوسائل على سلوكياته. كما أشارت دراسة فاستلي (Vastly, 2017) أن مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة خبرية رقمية توفر مزايا المحتوى المتنوع والاتصال الشخصي، مما يجعلها ثرية بالمعلومات والأخبار، كما إن اتجاهات الشباب نحوها إيجابية كونها تسهل إمكانية الوصول لمعلومات معينة، بالإضافة إلى السرعة والخصوصية.

د. سلمان بن مطلق السبيعي

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني ومناقشتها: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي تعزى لمتغيرات الجنس، والتخصص، والمستوى الدراسي.

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي حسب متغيرات الجنس، والتخصص، والمستوى الدراسي والجدول أدناه يبين ذلك.

جدول (٥)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي حسب متغيرات الجنس، والتخصص، والمستوى الدراسي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			العدد
0.636	3.48	ذكر	الجنس	95
0.585	3.25	أنثى		116
0.621	3.36	إنساني	التخصص	144
0.616	3.34	علمي		67
0.623	3.23	سنة أولى	المستوى الدراسي	63
0.557	3.28	سنة ثانية		71
0.368	3.35	سنة ثالثة		31
0.757	3.62	سنة رابعة		46

يبين الجدول (٥) تبايناً ظاهرياً في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي بسبب اختلاف فئات متغيرات الجنس، والتخصص، والمستوى الدراسي ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام تحليل التباين الثلاثي جدول (٦).

جدول (٦)

تحليل التباين الثلاثي لأثر الجنس، والتخصص، والمستوى الدراسي على اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي

الدالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.016	5.859	2.096	1	2.096	الجنس
0.682	0.168	0.060	1	0.060	التخصص
0.012	3.750	1.342	3	4.025	المستوى الدراسي
		0.358	205	73.345	الخطأ
			210	80.224	الكلية

اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي في محافظة حفر الباطن

يتبين من الجدول (٦) الآتي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\square = 0.05$) تعزى لأثر الجنس، حيث بلغت قيمة ف 5.859 وبدلالة إحصائية بلغت 0.016، وجاءت الفروق لصالح الذكور.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\square = 0.05$) تعزى لأثر التخصص، حيث بلغت قيمة ف 0.168 وبدلالة إحصائية بلغت 0.682.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\square = 0.05$) تعزى لأثر المستوى الدراسي، حيث بلغت قيمة ف 3.750 وبدلالة إحصائية بلغت 0.012، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شفوية كما هو مبين في الجدول (٧).

يلاحظ من خلال النتائج السابقة أن اتجاهات الذكور نحو الإعلام الرقمي أعلى منها لدى الإناث، وربما يعزى ذلك إلى إقبال الذكور بشكل أكبر على استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي؛ وبخاصة في الجوانب الإعلامية والإخبارية، كما إن الإناث أقل اهتماماً بالأخبار التي قد تُبث على هذه المواقع، في حين أن الذكور أكثر اهتماماً به وبالتالي تتأثر اتجاهاتهم نحو الإعلام الرقمي بسبب هذا الاهتمام. كما بينت النتائج أن اتجاهات كافة الطلاب وبغض النظر عن تخصصاتهم كانت متشابهة نحو الإعلام الرقمي وربما يعود ذلك إلى تنوع محتوى الإعلام الرقمي، ومخاطبة مواقعه مثل تويتر لكافة الشباب على اختلاف ثقافتهم وتخصصاتهم، وبالتالي لا يوجد فروق في اتجاهاتهم نحو الإعلام الرقمي والمحتوى الذي يقوم بنشره، وبخاصة أن المواضيع السياسية والثقافية والاجتماعية تستهوي كافة شرائح الشباب الجامعي دون استثناء. وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة حسن (٢٠٠) التي بينت وجود إقبال كثيف من مختلف فئات الشباب على المواقع الإخبارية الإلكترونية.

جدول (٧)

المقارنات البعدية بطريقة شفوية لأثر المستوى الدراسي على اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي

سنة رابعة	سنة ثالثة	سنة ثانية	سنة أولى	المتوسط الحسابي	
				3.23	سنة أولى
			0.05	3.28	سنة ثانية
		0.07	0.12	3.35	سنة ثالثة
	0.27	*0.34	*0.39	3.62	سنة رابعة

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يتبين من الجدول (٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين سنة رابعة من جهة وبين كل من سنة أولى، وسنة ثانية من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح سنة رابعة. وربما يعود ذلك إلى أن طلاب السنة الرابعة هم من الخريجين الذين سيخرجون للحياة العملية خلال فترة زمنية قصيرة، وبالتالي هم أكثر اهتمامًا بالأخبار السياسية والثقافية والاجتماعية المحيطة بهم من باقي الطلاب الذين لا زالوا على مقاعد الدراسة، وتتحصر معظم اهتماماتهم إما بحاجاتهم التربوية التي قد تتوفر في المواقع الإلكترونية، أو لأغراض التسلية والترفيه عن النفس، وتختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة المصري وأبو جبر (٢٠١٧) ودراسة قناوي (٢٠١٨) التي بينت وجود فروقات بين العينات في الاتجاهات وأسباب متابعة الإعلام الجديد والإقبال عليه؛ وربما يعود الاختلاف لاختلاف طبيعة عينة الدراسة الحالية عن هذه الدراسات.

التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يلي:

١. أن توفر المؤسسات الجامعية السعودية منصات إخبارية رقمية موثوقة يمكن أن يستقي الطالب المعلومات منها، بحيث تصبح اتجاهاته نحو الإعلام الرقمي أفضل.
٢. توعية الشباب الجامعي بإيجابيات وسلبيات الإعلام الرقمي مع توفير قوائم لأكثر المواقع موثوقة وشفافية في نقل الخبر.
٣. تقديم مساقات حرة للطلبة حول الإعلام الرقمي لتعريفهم به أكثر، وكيفية الاستفادة منه في الحياة العلمية والعملية.
٤. إجراء المزيد من الدراسات حول الموضوع من خلال الكشف عن دور المؤسسات الجامعية في نشر ثقافة استخدام وسائل الإعلام الرقمي، والكشف عن مدى فاعلية هذه الوسائل.

المراجع:

المراجع العربية:

- النمر، أميرة. (٢٠١٤). استخدام طالبات الجامعات المصرية والسعودية لوسائل الإعلام الجديد وعلاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي لديهن: دراسة ميدانية بالتطبيق على ظاهريتي اضطراب صورة.
- المصري، إبراهيم. (٢٠١٤). الاتصال والعلاقات العامة. فلسطين: مكتبة فلسطين للنشر والتوزيع.
- المصري، إبراهيم وأبو جبر، عمرو. (٢٠١٧). العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية، ٤٢(٣)، ١٢١-١٣٨.
- قناوي، إيمان. (٢٠١٨). الشائعات في المواقع الإخبارية وتأثيرها على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها. مجلة البحث العلمي في الآداب، جامعة عين شمس، ٥(١٩)، ٢٩٨-٣٥٩.
- العجمي، سعود. (٢٠١٥). اتجاهات الشباب الجامعي نحو الصحافة الإلكترونية في الكويت. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، ٣(٣)، ٢٨٣-٣٢٩.
- الزبيدي، كامل. (٢٠١٤). علم النفس الاجتماعي. عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع.
- الرمحي، تمارا. (٢٠١٨). توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج الأخبار في التلفزيون الأردني. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- حسن، أشرف. (٢٠٠٩). أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية. المؤتمر العلمي الأول "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩، جامعة القاهرة، مصر.
- الجسم والعزلة الاجتماعية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. ١٣(١)، ١٨٥-٢٥٦.
- إبراهيم، محمد والحوراني، نهلة. (٢٠١٧). سلوكيات الشباب وعلاقتها بالممارسات التفاعلية للإعلام الجديد. دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠(٧٧)، ٤٧-٥٤.

ب- المراجع الأجنبية:

- Vastly, M. (2017). Use of Social Networks Sites by Young Adults in Russia. Unpublished Master's Thesis. University of Tampere . *School of social Sciences and Humanities*. USA.
- Steven, R., Matthews, S., Woods, M., & Brawnwe, B. (2017). The Digital Hood: Social Media Use among Youth in Disadvantaged Neighborhoods. *New Media Journal*, 19(6), 950-967.
- Miler, P., & Lifer, E. (2010). *Students and Social Networking Sites: The Posting Paradox*. *Behavior & Information Technology*, 29(4), 377-382.
- Makin, S. (2018). Searching for Digital Technology's Effects on Well-being. *New Media Journal*, 1(1), 22-56.
- Jarrett, L. (2013). Worlds of Development: The Experiences of Low-income, African-American Youth. *Journal of Children and Poverty*, 9(2), 157-188.

Attitudes of University Youth in Hafr Al-Batin Governorate in Saudi Arabia towards Digital Media

Abstract

The purpose of the study is to identify the attitudes of university youth towards digital media in Hafr al-Batin governorate in Saudi Arabia. The study adopted a survey approach through; a random sample of 211 students who responded the questionnaire. The results showed that there were no statistically significant differences in the attitudes of the sample due to gender and specialization variables. Meanwhile, the differences were in the study level variable for the attitudes of fourth year's students. Based on the results, the researcher presented a set of recommendations.

Key words: Attitudes. Digital media. Hafr al batin. Saudi Arabia