

اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو الأنشطة الاتصالية الجامعية كمصدر للمعلومات الثقافية

د. زهير ياسين طاهات *
د. خلف لافي الحمّاد**
د. أحمد حسين محمدين***

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو الأنشطة الاتصالية الجامعية التي تنظمها الجامعة، ومدى اعتبارها مصدراً للمعلومات الثقافية بالنسبة لهم، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي قامت على المنهج المسحي، وتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة اليرموك، وتم سحب عينة عشوائية حصصية بواقع (60) طالباً وطالبة من كل كلية بمختلف السنوات الدراسية، لتبلغ عينة الدراسة (420) طالباً وطالبة، وتم استبعاد (20) منها لعدم استكمال البيانات فيها، ليصبح حجم العينة (400) مفردة. واعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات باعتبارها أكثر الوسائل استخداماً في مثل هذه البحوث، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة (72.3%) من أفراد العينة دعوا لضرورة الاستمرار في الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية، وأظهرت الدراسة أيضاً أن الذين لا يحضرون الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية في الجامعة بلغت نسبتهم (32.2%)، مقابل (29.2%) من أفراد العينة يحرصون على الحضور. وبينت النتائج أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة اعتبروا أن مواعيد فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية غير مناسبة، كما أوضحت النتائج أن نسبة (40.75%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية غير مناسب.

- الكلمات المفتاحية: الاتجاه، الأنشطة الاتصالية الجامعية، المعلومات الثقافية.

* رئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام- جامعة اليرموك

** رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام-جامعة اليرموك

*** الأستاذ المشارك بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة البترا

Abstract

This study aimed to examine the attitudes of Yarmouk university's students toward the communicative activities that are organized in the campus. This study is considered one of the descriptive studies that is based on the survey method. The study population consisted of students from Yarmouk University, and a random quota sample of (60) students was drawn from each college of different academic years, so that the study sample reached (420) students, and (20) of them were excluded for not completing their data, so the size of the sample becomes (400) Single.

The study relied on the questionnaire method as a basic tool for collecting data as it is the most used method in such research, The study found that (72.3%) of the respondents called for continuing the activities of the university cultural communication. The study showed that those who do not attend the communication activities at the university reached (32.2%) compared to (29.2%) of the sample are keen to attend.

The results showed that more than half of the study respondents considered that the dates of the activities of the cultural communication activities were not appropriate. The results also showed that 40.75% of the sample of the study found that the place where the activities of communication activities are held is not suitable.

Keywords: Trend ,University communication activities ,Cultural information

مقدمة:

إن الجامعة كمؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتعليمية، يقع على عاتقها مسؤولية تعليم الطلبة وتزويدهم بالعلم والمعرفة، إضافة إلى صقل شخصياتهم وتنمية مواهبهم ومنحهم القدرة على التعبير عن الطاقات الكامنة عندهم في مختلف المجالات الثقافية والاجتماعية والفنية والرياضية والترويحية، والحرص على تنمية اتجاهاتهم وتكوينها نحو القضايا والمسائل الوطنية والإنسانية، من حيث التكوين العاطفي سواء كان الشعور سلبياً أم إيجابياً، أو من حيث التكوين الفكري الذي يتسم بالثبات من أجل تشكيل سلوك مرتبط بالاتجاه⁽¹⁾ لذلك تولي مؤسسات التعليم العالي اهتماماً كبيراً بالأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية لتوفير المهارات والخبرات لطلابها، والعمل على تنمية مواهبهم، وتعزيز قدراتهم⁽²⁾ لأنه من خلال الاتصال الثقافي يتم تبادل المعلومات والأفكار والانطباعات.

وتنظم جامعة اليرموك الأنشطة الاتصالية الثقافية لإيمانها بدور الجامعة في استثمار أوقات فراغ الطلبة دون أن يعتمد ذلك على التلقين والمواظب، بل من خلال الممارسة الكافية للترويج عنهم من خلال البرامج الهادفة والقضاء على الأمية الترويحية⁽³⁾.

وتعتمد العملية الاتصالية الثقافية الجامعية على مجموعة من الأحداث والأنشطة المتسلسلة والمترابطة لتحقيق أهداف مخططة⁽⁴⁾ وتسعى الجامعة لتحقيق أهداف الترويج من خلال النشاطات الاتصالية الثقافية اللامنهجية أسوة بالدول المتقدمة، التي تضمنت إستراتيجياتها استغلال وقت فراغ الطلبة، والترويج عنهم بما هو مفيد⁽⁵⁾ وعدم استغلال أوقات الفراغ بما هو غير مفيد يؤدي إلى بروز نزعات عرضية منحرفة، أقلها العنف الجامعي⁽⁶⁾ وقد أدى تنظيم الأنشطة الاتصالية الثقافية، باستخدام تكنولوجيا اتصال متطورة إلى سرعة تبادل المعلومات ونقلها للطلبة⁽⁷⁾.

ومن أجل ذلك تحرص الجامعة على عقد الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية المتمثلة في عقد الندوات والمؤتمرات وورش العمل، والمحاضرات التثقيفية ليعتد دور مؤسسات التعليم العالي حدود قاعات الدرس المتخصصة من أجل تزويد الطلبة بالثقافة العامة الأساسية، وتنمية القيم والاتجاهات من خلال هذه الأنشطة التي تنفذها إدارات الجامعات⁽⁸⁾ ويحتاج الطلبة في المراحل الجامعية المختلفة وبشكل أساسي للبرامج اللامنهجية الموازية للبرامج المنهجية، أو ما يطلق عليها الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية، والتي تساعدهم في توفير الخبرات، وتزودهم بالمعارف والمعلومات⁽⁹⁾.

فالمرحلة الجامعية تُعد من المراحل الهامة في حياة الشباب، وتسعى المؤسسات التعليمية لتنمية الاحتياجات والرغبات والميول والاستعدادات الخاصة بالطلبة، إضافة إلى تنمية المهارات والعادات السلوكية الصحيحة لديهم. ولذلك تبحث هذه الدراسة في اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية، والتعرف

إلى أسباب عزوف بعضهم عن المشاركة فيها، والبحث عن الحلول والمقترحات التي تحفزهم وتحثهم على المشاركة في هذه الأنشطة.

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت اتجاهات طلبة الجامعات نحو الأنشطة الاتصالية، وقد تنوعت في موضوعاتها ما بين الأنشطة الاتصالية العامة والأنشطة الاتصالية الجامعية، ويستعرض الباحثون هذه الدراسات على النحو التالي:

- دراسة (جهاد عبد اللطيف محمد، 2018) (10)

استهدفت الدراسة الكشف عن طبيعة الأنشطة الاتصالية التي تمارسها المؤسسات الجامعية المصرية، والتعرف إلى دور هذه الأنشطة في تثقيف طلاب الجامعات سياسياً، انطلاقاً من أهمية الدور المنوط بالجامعات المصرية في التأثير على الجيل الحالي، وقد تم تطبيق الدراسة في ثلاث جامعات حكومية، هي: جامعة القاهرة، وجامعة المنصورة، وجامعة أسيوط، وذلك من خلال استمارتي استبيان؛ إحداهما موجهة إلى عينة عشوائية من طلاب الجامعات المذكورة، بلغت (705) مفردة، والأخرى موجهة إلى عينة مسحية لأخصائيي النشاط الثقافي في جامعات العينة بلغت (110) مفردة.

وأسفرت الدراسة عن عدد من النتائج، من أبرزها أن جامعات العينة لا تمارس أنشطة تثقيف سياسي وفقاً لأغلب طلاب العينة، وبالنسبة لمن يعتقدون أن هناك أنشطة تثقيف سياسي في جامعتهم، فليس لديهم معرفة بهذه الأنشطة، كما توصلت النتائج إلى أن الأنشطة الطلابية المختصة بالتثقيف السياسي في الجامعات ليست حقيقية بالكامل، ولا صورية بالكامل، إنما يعتبر أخصائيو النشاط الثقافي موضع العينة أنها ما بين هذا وذاك، وذلك رغم إيمان غالبية أخصائيي النشاط الثقافي موضع العينة بأهمية أنشطة التثقيف السياسي في المرحلة الجامعية.

- دراسة (رشا حامد عطية الطنطاوي، 2017) (11)

تدور مشكلة الدراسة حول المشكلات التي تعوق ممارسة الطالبات الجامعيات للأنشطة الطلابية بالجامعة، لأن مشاركة الفتيات تحظى بأهمية خاصة في المجتمعات النامية لإحداث التغيير المطلوب عن طريق التعبير عن رغباتهن بشكل فردي، أو من خلال جماعات المجتمع المحلي، وذلك لإعداد الفتاة وإثراء مهاراتها وقدراتها لزيادة مشاركتها في المجتمع، مع الكشف عن دور كل من الجامعة والأسرة، وجماعة الرفاق، والمسجد، والإعلام، والنادي في تشجيع الفتيات على المشاركة في الأنشطة داخل الجامعة، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي الذي يعتبر من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، كما اعتمدت على أداة الاستبيان والتي طبقت على عينة عشوائية بلغ قوامها (360) مبحوثة. وقد أثبتت نتائج الدراسة وجود مجموعة من المشكلات التي تعوق الطالبات عن

ممارسة الأنشطة داخل الجامعة، كما أكدت الدور الكبير للمؤسسات الاجتماعية (الأسرة، وجماعة الرفاق، والجامعة، والمسجد، والنادي، والإعلام) في مواجهة المشكلات التي تعوق الطالبات عن ممارسة الأنشطة داخل الجامعة.

- دراسة (أمل على محمود سلطان، 2016) (12)

هدفت الدراسة إلى وضع إستراتيجية مقترحة لتفعيل دور الجامعة، وبصفة خاصة جامعة أسيوط في تنمية الثقافة الإعلامية لدى الطلاب، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي لمناسبتة لطبيعة الدراسة وأهدافها، واستعانت باستمارة لتحليل محتوى عينة من المقررات الثقافية وأدلة وخطط الأنشطة الطلابية بالكليات النظرية والعملية بجامعة أسيوط، من أجل معرفة مدى احتواء مضمون تلك المقررات والأنشطة الطلابية على مفاهيم ومعارف ومهارت الثقافة الإعلامية، كما استعانت الدراسة بأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بلغت (550) عضو ومعاون، وعينة من الطلاب في الفرق النهائية بلغت (1457) طالباً وطالبة ببعض الكليات النظرية والعملية بجامعة أسيوط؛ للكشف عن الواقع الحالي للثقافة الإعلامية بالجامعة، هذا بالإضافة إلى المقابلة الشخصية المفتوحة مع بعض القيادات الأكاديمية والمسؤولين عن الأنشطة الطلابية؛ لمعرفة دور الأنشطة الجامعية في تنمية الثقافة الإعلامية لدى الطلاب، ومعوقات هذا الدور وكيفية التغلب عليها.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها أن العملية التعليمية بعناصرها الكثيرة في الجامعة، والتي تتمثل في الأهداف التعليمية والمقررات الدراسية، وطرق التدريس والتقييم والأنشطة الطلابية، والمعلم تسهم إسهاماً ضعيفاً في تنمية الثقافة الإعلامية لدى طلابها مقارنة بالعملية التعليمية بالجامعات في الدول موضع الدراسة التي تهتم كثيراً بتعليم ونشر الثقافة الإعلامية بين الطلاب، كما قدمت الدراسة إستراتيجية مقترحة لتفعيل دور الجامعة في مصر في تنمية الثقافة الإعلامية لدى طلابها في ضوء نتائج التحليل النظري والدراسة الميدانية.

- دراسة (شيماء على عبد الظاهر، 2016) (13)

تستهدف الدراسة التوصل لبرنامج مقترح من منظور الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية لتنمية المهارات الحياتية لدى الطالبات الجامعيات من خلال تحديد الأنشطة الطلابية التي تشارك فيها طالبات الجامعة، وذلك من أجل تحديد الأسباب التي تجعل الطالبات تشارك في الأنشطة الطلابية، وتحديد الأنشطة التي تنمي المهارات الحياتية لدى الطالبات الجامعيات، مع تحديد دور الأخصائي الاجتماعي في تنمية المهارات الحياتية لدى طالبات الجامعة، وقد استعانت الباحثة في دراستها بمنهج المسح الاجتماعي الذي يعد من أحد المناهج الرئيسية في البحوث الوصفية، وذلك من خلال المسح الاجتماعي الشامل للأخصائيين العاملين برعاية الشباب بالكليات وعددهم (30) مفردة، والمسح الاجتماعي بالعينة لطالبات كليتي الخدمة الاجتماعية والصيدلة بالفرقة الثالثة والرابعة وعددهن (130) مفردة.

وقد أوضحت نتائج الدراسة أن هناك مجموعة من أدوار الأخصائي الاجتماعي كمارس عام في مجال الأنشطة الطلابية لتنمية المهارات الحياتية للطلّابات التي بلغت قوة نسبية (91%)، بينما جاء دوره (كموجه للتفاعل لتنمية المهارات الحياتية لدى الطّابات) في الترتيب الثاني، وأخيراً جاء دوره كمحدد لأوجه استفادة الطّابات من الأنشطة الطلابية في المركز الرابع والأخير، وبينت نتائج الدراسة أن هناك مجموعة من المعوقات التي تعوق الطّابات عن تنمية مهارتهن الحياتية من وجهة نظر الأخصائي الاجتماعي، حيث جاءت (قلة الإمكانيات المادية المخصصة لممارسة النشاط) من أكثر المعوقات التي تعوق الطّابات الجامعيات عن تنمية مهارتهن الحياتية في المرتبة الأولى، بينما جاء في الترتيب الخامس والأخير (ضعف المهارات الحياتية لدى مسؤولي رعاية الشباب).

- دراسة (محمود محمد مهني قناوي، 2015) (14)

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية، من خلال التعرف إلى الحجم الحقيقي لتعرض الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي، ونوعية هذه المواقع وأسباب تفضيل الشباب لبعضها على البعض الآخر، واستكشاف الدوافع الأساسية لاستخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي بوجه عام وكمصادر للمعلومات الثقافية بشكل خاص.

وأظهرت النتائج أن أسباب تفضيل استخدام هذه المواقع يرجع بشكل أساسي إلى سهولة الاستخدام بنسبة (52.4%)، ويليه بشكل متساو سببان آخران هما انتشار هذه المواقع وتنوع محتواها بنسبة (21%) لكل منهما، وأخيراً جاذبية التصميم، وإن كان أكثر من (60%) من الطّابات يدعن سهولة الاستخدام مقابل نحو (48%) من الطّلاب، كما أظهرت النتائج أن أكثر من نصف المبحوثين يرغبون في متابعة الشؤون العامة والأخبار وأحوال الأصدقاء والمعلومات الثقافية بالترتيب التنازلي، بينما كانت الموضوعات الترفيهية والرياضية والفنية وقصص المشاهير والحوادث والقضايا تحظى بنسبة أقل، في حين تتقارب الاتجاهات رغم اختلاف النوع، إلا أن الطّابات ارتفعت لديهن نسبة الإهتمام والبحث عن المحتوى الترفيهي ليصل إلى نحو (54%) بينما انخفض لديهن الإهتمام بالرياضة مقابل الطّلاب.

- دراسة (حنان جنيد، 2015) (15)

استهدفت الدراسة البحث في دور مواقع الإنترنت في تحقيق الأهداف الاتصالية للمنظمة، وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية للجامعات الحكومية والخاصة في مصر والإمارات، حيث تم إجراء البحث على عينة تتمثل في (12) موقعاً رسمياً للكليات والجامعات الحكومية والخاصة بمصر والإمارات للدراسة التحليلية.

وخلصت الدراسة إلى تجدد مواقع الجامعات الخاصة من حيث الألوان والتصميم وعرض الصور، وهو ما يؤدي إلى جذب الطلبة، كما تنوعت المضامين المفضلة

التي ترتفع بين مواقع الجامعات الخاصة، وتتمثل في: المضامين المتحررة، والمضامين الشبابية، والألوان الجاذبة للموقع، والتصميم الحديث للموقع، مع إمكانية التفاعل مع الزملاء، وإمكانية التفاعل مع الأساتذة، وكذلك وجود روابط كثيرة بالموقع تساعد في الوصول للمناهج.

وأضافت النتائج تعدد أسباب تفضيل الدخول على مواقع الجامعة ما بين أسباب تتعلق بالمتريدين على المواقع من زملاء وأساتذة، وإمكانية التفاعل مع الأساتذة وإدارة الكلية، وأسباب تتعلق بمساحة الحرية في عرض الآراء على هذه المواقع، وحرية عرض المعلومات، وأسباب تتعلق بلغة المواقع، أو ما تقدمه من خدمات، أو مضامين، وأسباب تعليمية وثقافية تتعلق بالمنهج والامتحانات، للاطلاع على بنوك الأسئلة، وغيرها من الخدمات الدراسية.

- دراسة (حمد عبد الجبار محمد، 2014) (16)

استهدفت الدراسة تحديد متغيرات الثقافة الإلكترونية وواقعها لدى الشباب الجامعي، وتحديد أكثر أساليب تعبيرهم عن حاجاتهم تأثراً بالثقافة الإلكترونية، مع تحديد المعوقات التي تواجه ذلك انطلاقاً من أن الثقافة الإلكترونية تعد من الأسباب الكامنة للربيع العربي، وخاصة في النموذج المصري.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الثقافة الإلكترونية لدى الشباب الجامعي وأساليب التعبير عن الحاجات، وكذلك بين شبكات التواصل الاجتماعي وأساليب التعبير عن الحاجات لدى الشباب الجامعي، هذا إلى جانب وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية والثقافة الإلكترونية لدى الشباب الجامعي.

- دراسة (عبد الصادق حسن، 2014) (17)

استهدفت الدراسة البحث في تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية، من خلال البحث في تعرض الشباب الجامعي البحريني لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية، بالتطبيق على عينة قوامها (352) مفردة من الشباب الجامعي في الجامعة الأهلية وجامعة دلمون في مملكة البحرين، وقد استخدم الباحث البرنامج الإحصائي SPSS لمعالجة البيانات الإحصائية بالاعتماد على العديد من الاختبارات الإحصائية مثل T-test ، F- test ومعامل ارتباط بيرسون.

وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي طبقاً للمتغيرات الديموغرافية المختلفة في دوافع تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، مع وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع تعرضهم لهذه المواقع.

وبينت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب

الجامعي عينة الدراسة لوسائل الاتصال التقليدية ودوافع تعرضهم لهذه الوسائل، إلى جانب وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تعرضهم لوسائل الاتصال التقليدية.

- دراسة (هزاع مرشد أحمد، 2013) (18)

استهدفت الدراسة معرفة حدود وتأثيرات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والمتمثلة في الإنترنت والهاتف المحمول، على طبيعة العلاقات الاجتماعية كطلاب الجامعات في المجتمع اليمني، من خلال التعرف إلى دوافع استخدام طلبة الجامعات للإنترنت والهاتف المحمول، والكشف عن مدى تأثير استخدامها على حجم وقوة علاقاتهم الاجتماعية، والوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم وأفراد أسرهم، وكذلك دراسة تأثير النوع والخصائص الشخصية في ذلك، وقد أجريت الدراسة على عينة متعددة المراحل قوامها (400) مفردة من طلبة جامعة صنعاء ممثلة للجامعات الحكومية، وجامعة العلوم والتكنولوجيا من الجامعات الخاصة، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وصحيفة الاستقصاء بالمقابلة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلب طلبة الجامعات يستخدمون الإنترنت مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، حيث تعد دوافع البحث عن المعلومات أهم دوافع المبحوثين لاستخدام الإنترنت، يليها دافع الملازمة والدافع الاقتصادي المتمثل في رخص تكلفتها.

كما توصلت نتائج الدراسة أن معظم المبحوثين يتعرفون إلى أصدقاء جدد من خلال الإنترنت، وقد تبين أن أغلب المبحوثين يحققون علاقات اجتماعية أكبر من خلال الدردشة عن طريق الهاتف المحمول والفيديو مقارنة بالبريد الإلكتروني، كما أدى استخدام الهاتف المحمول والإنترنت إلى الحد من اللقاءات العفوية، حيث لم يُعد من المقبول إجراء الزيارات المفاجئة دون ترتيب مسبق.

- دراسة (عبد الله مهيب، 2012) (19)

استهدفت الدراسة البحث في استخدامات الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الاجتماعي والإشباع المتحققة بالتطبيق على عينة من طلاب جامعة عجمان بدولة الإمارات العربية المتحدة، حيث استخدم الباحث أداة الإستبيان لجمع البيانات بالتطبيق على عينة قدرها (100) مفردة من طلاب وطالبات جامعة عجمان، موزعة بنسبة (50% طلاب، 50% طالبات).

وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن الفئة العمرية (24-30) سنة تمثل أكثر الفئات استخداماً للمواقع الاجتماعية، كما كان موقع الفيس بوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بين الشباب بنسبة (59%).

كما بينت النتائج أن طلبة الجامعة يقضون أوقاتاً طويلة في تصفح هذه المواقع، حيث بلغت نسبة الطلبة الذين يقضون من 1-3 ساعات يومياً (69%)، وأن المبحوثين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من منازلهم بنسبة (43%)، وكانت أبرز أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، هي: البحث عن

الأصدقاء بنسبة (23%)، ثم اكتساب المعارف والمهارات بنسبة (21%)، ثم البحث عن المعلومات بنسبة (20%).

- دراسة (إيمان عادل عبد المنعم احمد، 2012) (20)

هدفت الدراسة إلى قياس فعالية تقنيات الاتصال المستخدمة بالجامعة المفتوحة، وذلك من خلال التطبيق على عينة من أساتذة وطلاب مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

وقد أظهرت الدراسة أن نسبة 95.7% من عينة الطلاب يستخدمون التقنيات الاتصالية التي يوفرها المركز، حيث جاء في مقدمة الوسائل التي يستخدمها الطلاب موقع مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح بنسبة (87.7%)، يليه المحاضرات المكتوبة والتطبيقات التي تباع بالمركز بنسبة (70%)، ثم محاضرات الفيديو كونفرانس بنسبة (47.8%)، يليه الأسطوانات التعليمية بنسبة (42.9%)، ثم المحاضرات التي تباع بالمكتبات الخارجية بنسبة (33.1%)، يليها المحاضرات التليفزيونية بنسبة (31.9%)، وأخيراً الكتاب المقرر بنسبة (29%).

كما أظهرت نتائج الدراسة أن (78.8%) من الطلاب يرون أن التقنيات الاتصالية التي يستخدمها المركز في توفير المادة العلمية للطلاب تتكامل مع بعضها البعض في مقابل (21.1%) من المبحوثين أبدوا أن تلك التقنيات الاتصالية لا تتكامل مع بعضها البعض.

- دراسة (نعيم المصري، 2011) (21)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الطلبة الجامعيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي، وأثر ذلك على متابعتهم لوسائل الإعلام الأخرى، والتعرف إلى الآثار السلبية والإيجابية لاستخدام الطلبة لهذه المواقع، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (50) مفردة من طلبة الكليات الفلسطينية بقطاع غزة.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن ما نسبته (52%) من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تصل إلى ساعتين يومياً، وبينت الدراسة أن أهم سلبيات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تكمن في تغذية الأزمات السياسية، وتهيئة الفرصة لعمليات الاستقطاب من قبل الآخرين، وزيادة الاحتقان وتعميق الخلافات، وبنسبة وصلت إلى (78%)، أما أهم الإيجابيات فقد تمثلت في تعريف المستخدمين بموضوعات تساعدهم على النقاش مع الآخرين وبنسبة بلغت (47%)، وفيما يتعلق بتأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام والاتصال الأخرى، فقد أظهرت الدراسة أن هناك انخفاضاً ملحوظاً في مطالعة الكتب وقراءة الصحف والمجلات والاستماع للراديو ومشاهدة الفضائيات وبنسب تراوحت ما بين (76% - 84%).

- دراسة (Cristina Maria. Balteretu، 2010) (22)

استهدفت الدراسة التعرف على دوافع استخدام الطلبة الجامعيين في رومانيا لمواقع التواصل الاجتماعي، واعتمد الباحث على أداة المجموعات المركزة كأداة لجمع البيانات، بواقع ثلاث مجموعات تحتوي كل مجموعة على سبعة مشاركين ممن يدخلون مرتين على الأقل على هذه المواقع، وذلك في الفترة من أبريل إلى مايو 2009.

وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى الشباب هي Hi5، Facebook، MySpace، Tagged Netlog، وكانت دوافع استخدامهم لهذه الشبكات تتركز في: الاتصال بسهولة مع الأصدقاء، واكتشاف الكثير من المعلومات عن الآخرين، والبقاء على اتصال مع الأصدقاء، وكذلك التحدث مع الآخرين وتبادل الصور ومقطوعات الفيديو.

- دراسة (رضا أمين، 2009) (23)

هدفت الدراسة إلى معرفة خصائص مستخدمي موقع يوتيوب على الإنترنت من الشباب الجامعي، ومعرفة أنماط الاستخدام وأسسه ومدى انتشاره بين هذه الفئة العمرية الهامة، وإسهامهم في إنتاج الرسائل الإعلامية التي تبث من خلال الموقع، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (122) مفردة من الطلبة الدارسين في جامعات مملكة البحرين العامة والخاصة.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن الشباب الجامعي في مملكة البحرين يستخدمون الإنترنت بشكل كثيف، وقد تعرف كل الشباب الجامعي من عينة الدراسة في البحرين على تلك المواقع، التي تسمح لمستخدميها بمشاهدة وإرفاق مقاطع الفيديو وتبادل مشاهدتها على الإنترنت، والذي يأتي في مقدمتها موقع (يوتيوب).

كما توصلت نتائج الدراسة أن الوسائل التي عرف بها الشباب الجامعي موقع (يوتيوب) كانت: المواقع الإلكترونية الأخرى، ثم الأصدقاء، ثم الصحف الورقية، وأخيراً التلفزيون، وهو ما يشير إلى أهمية الإنترنت كمصدر رئيسي في الحصول على المعلومة، خاصة لدى الشباب، وقد تمثلت دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع (يوتيوب) في الرغبة بإمدادهم بالأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، ثم التسلية والترفيه والفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد، أما فيما يتعلق بالإشباع المتحققة فقد جاءت الإشباعات المعرفية في مقدمة الإشباعات التي تحققت لعينة الدراسة، تلاها تحقيق إشباع التسلية والترفيه وشغل أوقات الفراغ عند هؤلاء الطلبة.

- دراسة (Alice Hall، 2009) (24)

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بصفات الشخصية، وقد أجريت الدراسة على

عينة قوامها (101) مفردة ممن لديهم ملف شخصي واحد على الأقل في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك في شتاء 2007.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها أن نسبة (83%) من الباحثين لديهم حساب في موقعين من هذه المواقع، ونسبة (13%) لديهم حساب في أكثر من ثلاثة مواقع من هذه المواقع، وجاء موقع Facebook في مقدمة المواقع التي يقبل عليها الشباب، تلاه موقع Myspace، أما عن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جاء دافع الحفاظ على العلاقات القائمة في مقدمة الدوافع، تلاه قضاء الوقت، والحصول على المعلومات، وتعزيز العلاقة مع الآخرين.

- دراسة (Mark Urista & Others، 2009) (25)

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقعي Facebook، Myspace وقد اعتمد الباحث في دراسته الاستطلاعية على أداة مجموعات المناقشة المركزية مستخدماً عينة يبلغ قوامها (50) مفردة من طلبة Central California بالولايات المتحدة الأمريكية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي للموقعين قد تمثلت في أنها وسيلة فعالة للاتصال بالآخرين، وأنها وسيلة اتصال سهلة ومريحة في الاتصال بالأهل والأصدقاء، وأن دافع الفضول لدى هؤلاء الشباب جعلهم يقبلون على الاشتراك فيها لاكتشاف العالم المحيط بهم، وجعلهم أكثر شعبية وجاذبية في عيون الآخرين، بالإضافة إلى سهولة تشكيل وتعزيز العلاقات مع الآخرين من خلال إقامة اتصال فعال معهم، ورأى المشاركون في مناقشات المجموعات المركزة أن وجود الانفتاح والتحرر والشفافية جعل هذه المواقع أكثر شعبية، وأفاد المشاركون بأنهم حصلوا على الكثير من المعلومات الشخصية عن الأعضاء دون معرفتهم.

- دراسة (Jane Lewis & Anne West، 2009) (26)

استهدفت الدراسة الكشف عن دوافع استخدام الطلاب الجامعيين البريطانيين للفيس بوك، وقد تم إجراء الدراسة من خلال عمل مقابلات متعمقة مع (16) طالباً تم تحديدهم بأسلوب عمدي من طلاب الجامعات المقيمين في لندن، والمعروف عنهم كونهم مستخدمين نشطين لموقع الفيسبوك، ويتعاملون عن كثب في مجتمعهم الحقيقي مع طالب أو اثنين من أصدقائهم الذين يتواصلون معهم في الوقت ذاته عبر الموقع. وبينت نتائج الدراسة أن موقع الفيسبوك قد أصبح أداة هامة وضرورية للتفاعل الاجتماعي بين الطلاب الجامعيين البريطانيين في لندن، وأن معظم مستخدمي الفيس بوك من أفراد العينة يقضون معظم وقت استخدامه في تصفح صفحات أصدقائهم، أو صفحات أشخاص آخرين داخل الشبكة.

كما بينت أن دافع المرح والتسلية قد جاء في مقدمة دوافع استخدام أفراد العينة للموقع، حيث أشار غالبية أفراد العينة إلى أن تواصلهم عبر الفيسبوك غالباً ما يكون

للمرح وليس توأصلاً جاداً، فهم يعتبرونه شكلاً مكماً لأشكال أخرى من التوأصل، ووسيلة مفيدة للتوأصل مع الآخرين من أن لأخر.

- دراسة (سماح محمد سيد، 2009) (27)

هدفت الدراسة الى التعرف إلى دور المعسكرات الترويحوية في إكساب مهارات الاتصال لطلاب الجامعات المصرية، وذلك من خلال استخدام أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من الطلاب يبلغ عددها (400) مفردة. وتوأصلت نتائج الدراسة إلى أن المعسكرات تعتبر إحدى خدمات رعاية الشباب التي تقدم لطلاب الجامعات لإعدادهم إعداداً ثقافياً واجتماعياً وعلمياً، فهي وسيلة لتقوية شخصياتهم ونموهم، حيث تؤدي هذه الخدمة للشباب، فالشباب هم عماد الأمة ومصدر نهضتها، والمعسكرات وسيلة تربوية من وسائل التربية الحديثة تعمل على النهوض بالفرد، كما أنها أسلوب فعال في تدريب الشباب على استثمار وقت الفراغ استثماراً ببناء يعود على الوطن بالفائدة، فالمعسكرات أحد أهم مناشط الترويح الخلوي لما توفره من فرص طبيعية بعيدة عن التكلّف للاندماج مع الآخرين في بيئة خلوية بسيطة، مما يبعث التجديد في حياة الشباب، وأكدت الدراسة أن الاتصال الفعال مهارة حيوية للنجاح، ويجب أن تنمي من خلال برنامج تعليمي لما له من أهمية كبيرة بعد التخرج، لأن غالبية المشكلات الموجودة في العمل تتطلب زيادة في المهارات، وخصوصاً مهارات الاتصال.

دراسة (Phil Hoffman، 2008) (28)

استهدفت الدراسة الإجابة عن تساؤل رئيسي هو "هل يعكس سلوك الأفراد في المجتمعات الافتراضية صفاتهم الشخصية في مجتمعاتهم الحقيقية"، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة من خلال إجراء مقابلات مع ستة طلاب ينتمون إلى جامعات مختلفة، للكشف عن تأثيرات الفيسبوك في شعورهم نحو المجتمع الجامعي المنتمين إليه، وقام الباحث بتحليل بيانات المبحوثين في إطار توظيف النماذج العملية لنظرية الأطر.

وأصلت نتائج الدراسة إلى أن مستخدمي الشبكات الاجتماعية على الإنترنت يعتبرون المجتمعات الافتراضية الموجودة على هذه الشبكات الاجتماعية مجتمعات حقيقية تماثل مجتمعاتهم الواقعية، وأن سلوك الأفراد في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت يعكس بشكل كبير صفاتهم الحقيقية في مجتمعاتهم الواقعية.

كما وأصلت النتائج أن معظم المبحوثين يرفضون انضمام أي فرد يمثل مركز للسلطة في مجتمعهم الجامعي الحقيقي إلى مجموعاتهم الخاصة على موقع الفيسبوك؛ ويرجعون ذلك إلى أنهم يرغبون في أن يظل الموقع بمثابة الوسيلة التي تتيح لهم حرية التفاعل دون تدخل من الكلية أو الإدارة، ويكون موقعاً يخلو من العناصر السلطوية بكافة أشكالها، وأنهم يرغبون في ألا يطلع أي رمز من رموز السلطة على ما يحدث عبر هذا الموقع.

- دراسة (Pavica Sheldon، 2008) (29)

هدفت الدراسة التعرف إلى دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك في جامعة Louisiana بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد أجرى الباحث دراسته على عينة يبلغ قوامها (172) مفردة، منهم (160) مفردة لديها حساب على موقع Facebook و(12) مفردة ليس لديها حساب على الموقع.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الشباب الجامعي يستخدم موقع الفيسبوك لإشباع بعض الرغبات والاحتياجات التي لا توفرها وسائل الاتصال التقليدية، مثل البحث عن أصدقاء جدد خارج الواقع المحسوس الذي يعيشون فيه، والوصول إلى أصدقاء يصعب الوصول إليهم بطرق الاتصال التقليدية، وإقامة علاقات غرامية مع الآخرين، والبحث عن الرفقة والمصاحبة، وكشفت الدراسة أيضاً عن أن الطلاب أكثر استخداماً للموقع في كثير من الموضوعات السلبية، وغير الأخلاقية بالمقارنة بالطالبات، وأن الطالبات أكثر صدقاً في التعبير عن أنفسهن بالمقارنة بالطلاب، وأن الطالبات يكشفن الكثير عن المعلومات الشخصية عن أنفسهن بالمقارنة بالطلاب.

- دراسة (Naemah Clark & Others، 2007) (30)

استهدفت الدراسة التعرف إلى دوافع استخدام الشباب الجامعي في جامعات شمال الولايات المتحدة الأمريكية لاستخدام موقع الفيسبوك، بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة يبلغ قوامها (2338) مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى أن دوافع استخدام موقع الفيسبوك لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة تتركز في أنها وسيلة سهلة للاتصال بالمقارنة بالاتصال المباشر، وطريقة سهلة لعمل البحوث، وكذلك وسيلة سهلة ورخيصة للاتصال بالأهل والأصدقاء، كما أفادت نسبة (90%) من المبحوثين بأنهم لا يجدون معارضة أو يجدون معارضة بسيطة من الأهل على استخدامهم للموقع، وأفاد (75%) من المبحوثين أن إدارة الجامعة لا تعارض، أو تعارض بدرجة بسيطة دخولهم على الموقع.

- دراسة (شيلا، 2007) (31)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أنشطة العلاقات العامة الحوارية عبر مواقع كليات المجتمع، وذلك من خلال اختيار (19) كلية في ولاية نيو جيرسي بالولايات المتحدة الأمريكية، وتحليل محتوى مواقعها الإلكترونية لتحديد القدرات الحوارية لهذه المواقع في بناء العلاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي.

وأشارت النتائج إلى أنه رغم تقديم كليات المجتمع لجمهورها المتعددة طرق الدخول والوصول إلى المعلومات على مواقعها إلا أنها لم تستند بشكل كامل من القدرات الحوارية، التي توفرها الإنترنت في بناء العلاقات مع الجماهير، حيث قدمت هذه المواقع معلومات مفيدة للجماهير، بالإضافة إلى سهولة استخدام الميزات المقدمة في المواقع، لكن وجدت هناك نقاط ضعف في القدرة على الحفاظ على الزوار، والحوار التفاعلي مع الجمهور.

- دراسة (مارديني، 1999) (32)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى الاتجاهات السائدة لدى طلبة جامعة اليرموك نحو الأنشطة الترويحية وأوقات الفراغ، والتعرف إلى تأثير بعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية، والتربوية على اتجاهات الطلبة نحو الترويح، وقد تكونت عينة الدراسة من (٢٠٠) طالب من طلبة كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك. وأوضحت نتائج الدراسة أن هناك اتجاهات إيجابية نحو ممارسة الترويح، وأنه يوجد فرق دال إحصائياً بين اتجاهات الطلبة نحو ممارسة الترويح وكل من المستوى المتدني والمستوى العالي فما فوق، كما أوضحت النتائج أنه لا توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات الطلبة نحو ممارسة الترويح وكل من متغير الدخل الشهري للأسرة ومتغير مكان الإقامة، وبينت الدراسة أيضاً أنه لا توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات الطلبة نحو ممارسة الترويح ومدى الممارسة الفعلية أو عدمها.

- دراسة (وسكي، 1996) (33)

هدفت الدراسة إلى البحث في العلاقة بين النشاطات الطلابية وانسجام الطلبة مع المنهاج المدرسي، وذلك من خلال فحص الاختلاف بين مستوى مشاركتهم في النشاطات الخارجية، حسب متغيرات النوع والوضع الاجتماعي والاقتصادي، ورضا الطلبة عن المناخ المدرسي، وقد تكونت عينة الدراسة من (569) طالب وطالبة من الصفين العاشر والحادي عشر من مدرسة فريمونت الثانوية في نبراسا. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فرق واضح بين مستوى مشاركة الطلبة في النشاطات ورضا الطلبة عن المناخ المدرسي، دون وجود فرق واضح بين وضع الطالب الاجتماعي والاقتصادي، ورضا الطالب عن المناخ المدرسي، وبين الذكور والإناث، ورضا الطالب عن المناخ المدرسي.

- دراسة (محسن، 1995) (34)

استهدفت الدراسة التعرف إلى اتجاهات طلبة الجامعات نحو ممارسة الأنشطة الطلابية، وقد طبقت الدراسة على عينة من طلبة جامعة النجاح بلغ عددها (400) مفردة بحثية من خلال استخدام أداة الاستبيان. وأبرزت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات اتجاهات طلبة جامعة النجاح نحو ممارسة الأنشطة الطلابية، تعزى إلى النوع الاجتماعي، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات اتجاهات طلبة جامعة النجاح نحو ممارسة الأنشطة الطلابية تعزى إلى المستوى الدراسي ومكان السكن أثناء الدراسة، وبينت أن أهم الأنشطة التي تقام في جامعة النجاح هي: الأنشطة العلمية، والأنشطة الرياضية، والأنشطة الاجتماعية، وكذلك الأنشطة السياسية والثقافية.

- دراسة (القرني، 1986) (35)

استهدفت الدراسة البحث في مفاهيم الطلبة حول برنامج الأنشطة اللامنهجية في

جامعة الملك سعود، من خلال البحث في العلاقة بين الخصائص الشخصية، وبين مشاركتهم في الأنشطة اللامنهجية، وقد بلغ حجم عينة الدراسة (493) طالباً تم جمع البيانات منهم من خلال استخدام أداة الاستبيان.

وأظهرت نتائج الدراسة أن العوامل التي تشجع على مشاركة الطلبة في الأنشطة اللامنهجية هي تحصيل الخبرة العلمية، وتنمية الاهتمامات ومهارات القيادة، وفهم مشكلات المجتمع، والمساعدة في القيام بالأعمال الأكاديمية الاستقلالية، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقات إيجابية بين المشاركة في الصفوف المدرسية العليا، والتحصيل في هذه الصفوف، وكذلك بين المشاركة في الصفوف المدرسية العليا، والمشاركة في الجامعة، وبينت الدراسة أن التكرار في المشاركة الجامعية قد ارتبط إيجابياً بثقافة الوالدين.

التعليق العام على الدراسات السابقة:

- 1 - اقتصرت الدراسات العربية التي اهتمت ببحث الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بدراسة التأثيرات المختلفة لاستخدام هذه الشبكات، ولم تتعمق هذه الدراسات في تفسير التأثيرات، والكشف عن المتغيرات والعوامل التي تسببت في حدوثها، وفي تحديد اتجاهها وشدتها وقوتها، كما أنها لم تتعمق في بحث الاستخدامات المختلفة لهذه الشبكات الاجتماعية.
- 2- حظيت بحوث شبكة الإنترنت – باعتبارها وسيلة اتصالية جديدة - باهتمام العديد من الباحثين، واختلفت الدراسات حول حدود تأثيرها، وأهمية المتابعة للإنترنت وفقاً لنوعها وطبيعتها.
- 3 - نلاحظ من استعراض الدراسات السابقة أن بعض الأبحاث التي أجريت على الطلبة الجامعيين وكيفية استخدامهم للإنترنت ولمواقع التواصل الاجتماعي اكتفت برصد الاستخدامات دون محاولة تفسيرها، أو ربطها بالإشباع المتحققة.
- 4 - استخدمت الدراسات السابقة مداخل علمية ونظريات مختلفة، ولكن مدخل الاستخدامات والإشباع استخدم في معظمها، حيث أثبت هذا المدخل صلاحيته لدراسة الإشباع المتحققة من استخدام الإنترنت عموماً والشبكات الاجتماعية خصوصاً، باعتبار أن الشبكات الاجتماعية تشبع الرغبات لدى المستخدمين، وتخلق دوافع جديدة ومجالات استخدام جديدة لهذه الشبكات.
- 5- اختلفت الدراسات السابقة في تحديد أهم الدوافع وراء استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، فمن الطبيعي أن تختلف الدوافع باختلاف بيئة فئة الدراسة للمبحوثين ومجتمعهم.

مدى الاستفادة من عرض الدراسات السابقة:

- 1- التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة ومتغيراتها، والإجراءات المنهجية الملائمة لموضوع الدراسة.
- 2 - تحديد الجوانب التي لم تهتم الدراسات السابقة ببحثها، من أجل تناولها بالبحث،

حتى يمكن لهذه الدراسة أن تضيف الجديد للتراث البحثي العربي في هذا المجال.

3 - صياغة تساؤلات وفروض الدراسة بناء على نتائج الدراسات السابقة، والتي ساعدت في تحديد التساؤلات والفروض البحثية.

4 - الاستفادة من هذه الدراسات في مناقشة نتائج هذه الدراسة، وتعميق التحليل والتفسير على ضوء النتائج التي توصل إليها الباحثون الآخرون، فضلاً عن تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة.

5 - ساعدت الدراسات السابقة في تحديد وبناء المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة بما يتلاءم مع طبيعة الظاهرة موضع البحث.

المشكلة البحثية:

تكمن مشكلة الدراسة في معرفة اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو الأنشطة الاتصالية الجامعية، والتعرف إلى مدى اختلاف الاتجاهات لديهم نحو ممارسة الأنشطة الطلابية، ومن هنا تتمحور مشكلة الدراسة على النحو التالي: رصد وتوصيف وتحليل اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو الأنشطة الاتصالية الجامعية التي تنظمها الجامعة، ومدى اعتبارها مصدراً للمعلومات الثقافية بالنسبة لهم.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في جانبين أساسيين، هما:

أولاً: الأهمية العلمية:

- أهمية مجتمع الدراسة المتمثل في فئة طلبة الجامعة، باعتبارهم طاقة بشرية هامة ومؤثرة في كيان المجتمع، حيث تبحث الدراسة في الوقوف على الأساليب التي تساهم في تشكيل الوعي الثقافي لدى طلبة الجامعة.

- التركيز على دور الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية - ورش العمل والندوات والمحاضرات والملتقيات - في زيادة الوعي الثقافي والمعرفي لدى طلبة الجامعة.

- محاولة الوقوف على بعض الجوانب، والنقاط المهمة والمؤثرة في عملية إعداد البرامج والأنشطة، وعلاقتها بتنمية وزيادة الوعي الثقافي لدى طلبة الجامعة.

- مساهمة هذه الدراسة في تزويد إدارة الجامعة بدراسة متخصصة باتجاهات الطلبة نحو الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية.

- البحث في موضوع من الموضوعات التي أغفلتها كثير من الدراسات الإعلامية، ومحاولة توجيه الباحثين إلى الاهتمام بإجراء الدراسات والبحوث في هذا المجال بصورة علمية وشاملة، بما يساهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.

ثانياً: الأهمية العملية:

- توفر هذه الدراسة للقائمين على الأنشطة الثقافية في الجامعات الأردنية عامة،

وجامعة اليرموك بصفة خاصة رؤية واضحة عن هذه الأنشطة يمكن أن تأخذها إدارة

الجامعة في الحسبان عند وضع خطة هذه الأنشطة، وتلافي أوجه القصور فيها،

وتحقيق الأهداف التي تسعى إليها الجامعة من إقامة مثل هذه الأنشطة.

- تحاول هذه الدراسة إلقاء الضوء على هذه البرامج والأنشطة، وتوضيح دورها في صقل شخصية الطلبة وإعدادهم؛ ليكونوا أعضاء فاعلين في المجتمع، وتنمية وعيهم المعرفي بقضايا مجتمعهم، وتنمية المسؤولية الاجتماعية لديهم تجاه أنفسهم ومجتمعهم.

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، وذلك على النحو التالي:
- يتبلور الهدف الرئيس لهذه الدراسة في الوقوف على اتجاهات الطلبة نحو الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة، والبحث في أسباب عزوف بعض الطلبة عن المشاركة في حضور تلك الأنشطة، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية، وهي:
- التعرف إلى اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة.
 - التعرف إلى الأنشطة التي تنظمها الجامعة وعلاقتها في اكتساب وتنمية الوعي الثقافي لدى طلبة الجامعة.
 - رصد وتوصيف مدى إقبال الطلبة على حضور الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة.
 - رصد وتوصيف العوامل المؤثرة في عدم حضور الطلبة لتلك الأنشطة الاتصالية الثقافية.
 - توصيف وتحليل أهم الموضوعات التي يرغب الطلبة في طرحها في تلك الأنشطة الاتصالية الثقافية.
 - توصيف وتحليل مؤشرات الخطط الجامعية التي تحتها الطلبة على المشاركة في الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها، وتحفزهم على المشاركة في تلك الأنشطة.

تساؤلات الدراسة:

- تسعى الدراسة للإجابة عن مجموعة من التساؤلات، وهي:
- ما مدى الفائدة التي يحققها الطلبة من حضور الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية؟
 - ما مدى توافق موضوعات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة مع اتجاهات الطلبة؟
 - إلى أي مدى تتوافق مواعيد انعقاد الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تقيمها الجامعة مع البرامج الدراسية للطلبة؟
 - كيف تؤثر المراكز الاجتماعية للشخصيات التي تستضيفها الجامعة خلال أنشطتها الاتصالية الثقافية في إقبال الطلبة على حضور هذه الأنشطة؟
 - كيف يمكن للأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية أن تزيد من وعي الطلبة في إدراك قضايا مجتمعهم؟
 - ما مدى تأثير الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية على سلوك طلبة الجامعة؟

- ما الإشباع المتحققة من حضور الطلبة لهذه الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تقيمها الجامعة؟

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التحقق من مجموعة من الفروض، وهي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو مدى قدرة الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية في تغيير بعض السلوكيات السلبية لديهم.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو الفائدة التي تعود عليهم من خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو مدى زيادة المعلومات بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة.

مصطلحات الدراسة:

تحدد مصطلحات ومفاهيم الدراسة على النحو التالي:

الاتجاه: هو السلوك المكتسب الذي أظهره الفرد بناء على استجابات لمثيرات معينة، تتراوح بين الرفض التام أو القبول التام لهذه المثيرات (36)، وتعد الاتجاهات بمثابة مؤشرات نتوقع في ضوءها سلوكاً مميزاً للفرد. (37)

ويعرفه آخرون بأنه استعداد أو تهيؤ عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة، أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة. (38)

والإتجاه "إجرائياً" هو بناء افتراض له مضمون سلبي أو إيجابي إزاء موقف معين أو أشياء، أو أشخاص أو موضوعات أو رموز، ويعد الإتجاه حكماً يبني لدى الفرد نتيجة تعرضه للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

الأنشطة الاتصالية الجامعية: هي مجموعة من النشاطات والبرامج التي تنظمها الجامعة سواء أكانت ذات علاقة بالمنهج الدراسي أم الحياة الاجتماعية والثقافية، للتأثير في وعي ومعتقدات واتجاهات وسلوك الطلبة، وتحتوي على سلسلة من الرسائل الاتصالية المتصلة والمتراصة، التي تظهر في وسائل الاتصال الموجهي كالندوات والمحاضرات والمؤتمرات وورش العمل في فترة زمنية محددة خلال العام الدراسي.

المعلومات الثقافية: تأتي الثقافة قاموسياً من كلمة ثقف بمعنى سوى وعدل، وكانت تستخدم في وصف تسوية الرمح وتعديله ليصبح جاهزاً للإستخدام، ويمكن أن نقول إن تثقيف الشخصية البشرية هي تعديلها وتسويتها لتتكيف مع الحياة المجتمعية، وذلك بتوفير المعلومات والمهارات لها.

الإطار النظري للدراسة:

تستخدم الدراسة موضع البحث "نظرية الاستخدامات والإشباع"، ونوضح ذلك فيما يلي:

نشأت نظرية الاستخدامات والإشباع في فترة سيادة الاعتقاد في التأثيرات الوسيطة لوسائل الإعلام، وتعتبر هذه النظرية نقطة تحول مهمة في تاريخ الإعلام، حيث تحول التساؤل الرئيسي من: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وتقوم هذا النظرية على مقولة رئيسة وهي "أن الجمهور يختار وسائل إعلامية معينة، أو رسائل إعلامية معينة لإشباع حاجات معينة لديه". (39)

1- دوافع التعرض لوسائل الإعلام:

يتعامل الاستخدامات مع الوسائل الاتصالية على أنها تتنافس مع بعضها بعضاً لإرضاء حاجات الجمهور، ولا بد لها أن تأخذ في حساباتها وجود بدائل وظيفية لإشباع الحاجات في حالة عدم نجاح الوسيلة الإعلامية في إشباع حاجات الفرد (40)، ويعتبر تصنيف روبن وويندهل من أشهر تصنيفات دوافع استخدام وسائل الإعلام، حيث صنف هذه الدوافع إلى:

- **الدوافع النفعية:** ويقصد بها اختيار وسيلة إعلامية مناسبة لإشباع الحاجة إلى المعرفة، واختيار الجمهور لنوع معين من المضمون والوسيلة لإشباع حاجات من المعلومات والمعرفة.

- **الدوافع الطقوسية:** وتهدف إلى تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات، وقضاء وقت الفراغ. (41)

ويكون الجمهور - بصفة عامة - أقل نشاطاً أثناء التعرض لوسائل الإعلام بدوافع طقوسية، فضلاً عن أنه تكون لديه أهداف أقل أثناء التعرض، في حين تمثل الدوافع النفعية الاستخدام الهادف للمحتوى المقدم الذي يرتبط بإشباع الحاجة للمعرفة، واكتساب المعلومات وارتفاع إدراك واقعية المضامين المقدمة. (42)

وقد أضاف بعض الباحثون نوعين من الدوافع يتعلقان بدوافع استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، وهما:

- **الدوافع الاجتماعية:** وتتمثل في السعي إلى إقامة علاقات جيدة، والحرص على التفاعل الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء، فضلاً عن حرية التعبير عن الرأي في الموضوعات والقضايا المختلفة.

- **الدوافع المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام الجديدة:** مثل الرغبة في الاختيار والسيطرة على المضمون التي ترجع إلى خاصية التفاعلية التي تتميز بها هذه الوسائل. (43)

2- إشباع الجمهور من وسائل الإعلام:

تفترض نظرية الاستخدامات والإشباع أن أفراد الجمهور مدفوعون بمؤثرات

نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها "الإشباعات"⁽⁴⁴⁾، فيقوم الأفراد بترجمة وتفسير معنى الرسائل المقدمة في وسائل الإعلام عن طريق دوافعهم من التعرض لهذا المضمون؛ وذلك من أجل تحقيق إشباعات معينة وبناءً على هذه التفسيرات للرسائل الإعلامية تحدث تأثيرات مختلفة.⁽⁴⁵⁾

وقد صنفَت الدراسات التي أجريت على نظرية الاستخدامات والإشباعات على تقسيم الإشباعات إلى إشباعات الوسيلة، والتي تنشأ من أداء الوسيلة مثل إنشاء ملف شخصي Profile على مواقع التواصل الاجتماعي، وتخفيف الإحساس بالتوتر، والراحة والاسترخاء، والتخلص من الملل والعزلة، وإشباعات المضمون مثل إشباعات الحصول على المعلومات، واكتشاف الواقع، والربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من شبكة علاقاته الاجتماعية: مثل القدرة على التحدث مع الآخرين.⁽⁴⁶⁾

ووجه البعض اتهاماً لدراسات الاستخدامات والإشباعات بعدم الاهتمام بمضمون وسائل الإعلام، وهو الأمر الذي يؤدي لنتائج سلبية تتمثل في عدم القدرة على إيجاد تفسير مرضي لوجود إشباعات معينة، تكون مطلوبة من أنواع معينة من المضمون.⁽⁴⁷⁾

ويري "سوانسون"⁽⁴⁸⁾ إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباعات المتحققة، فبرامج الترفيه والدراما يمكن أن تحقق إشباع "التنفيس" Diversion الذي يتمثل في خبرات الاستثارة والتخلص من التوتر والقلق والهروب من المشكلات اليومية، أما برامج الأخبار والمعلومات والشؤون الجارية فيمكن أن تحقق إشباع مراقبة البيئة Surveillance الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات، ويفرق "لورانس وينر"⁽⁴⁹⁾ بين نوعين من الإشباعات، وهما:

(أ) إشباعات المحتوى: Content Gratifications

وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين: النوع الأول، إشباعات توجيهية Orientational تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، والنوع الثاني، إشباعات اجتماعية Social ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

(ب) إشباعات العملية: Process Gratifications

وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل، وتنقسم إلى نوعين: النوع الأول، إشباعات شبيهة توجيهية Para- Orientational وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، أما النوع الثاني، فهو إشباعات شبيهة اجتماعية Para- Social وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة.⁽⁵⁰⁾

وفي إطار ربط المضامين الإعلامية بدوافع التعرض لها لا بد من تحديد الدور، الذي يمارسه مستوى نشاط الجمهور في إحداث تأثيرات للوسيلة الإعلامية بفرض أن أبعاد النشاط يساعد على حدوث أو إعاقة التأثير، لأن الجمهور يتأثر بالمضمون الذي يختاره وينتبه له، في حين لن يتأثر بالمضمون الذي يتجنبه وينشغل عنه، أو لا يثق فيه. (51)

ووضع "ماكلويد وبيكر" 1974 ما يعرف بالنموذج التفاعلي Transactional Model الذي يركز على تطلعات الجمهور بشكل أكثر من مصطلح الإشباع (ولكن الأفضل هنا التعبير عنه، أو بما يوازيه بالإشباع المطلوبة)، فتلك التطلعات أو الإشباع المطلوبة تلعب دوراً مؤثراً في بحث الجمهور عن محتوى معين في الوسيلة الإعلامية، أو التأثير في عملية التعرض (فتأثير التعرض متوقف على شرط الإشباع).

3- التعرض لوسائل الإعلام والنظريات المتعلقة بالتأثير:

عندما نتعرض لوسائل الإعلام فإننا نتعرض للمواد التي نعتقد أنها مفيدة، أو تتفق معنا سواء لتعلم بعض الأفكار أو لتحقيق إشباع معينة، وهذا التعرض لوسائل الإعلام بدافع إشباع حاجات أو لتعلم أفكار حيث هناك نظريات تعبر عنه، كما أن التأثير الناتج من التعرض هناك نظريات تعبر عنه، وبالتالي هناك إمكانية للربط بين نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظريات التأثير الإعلامية.

قام "روبين" بدراسة مدى مساهمة الدوافع في تحديد تأثيرات وسائل الإعلام، وتوصل إلى أن التنوع في حاجات أعضاء الجمهور ودوافعهم ينعكس في توجهات نفعية وطقوسية نحو استخدام وسائل الإعلام، وهذا يؤدي إلى نتائج مختلفة وتأثيرات متباينة، وتوصل "جراب" إلى أن وجود الدوافع مع أبعاد النشاط يحدد إلى حد كبير نوعية تأثيرات وسائل الإعلام؛ وذلك من خلال دراسة أنواع معينة من المضامين الإعلامية، والربط بين دوافع مشاهدتها ودرجة النشاط في المشاهدة من جهة، ونوعية التأثيرات الناتجة عن المشاهدة من جهة أخرى، حيث كان الدافع هو المتغير المستقل، والنشاط هو المتغير الوسيط، والتأثيرات هي المتغير التابع، وأشارت النتائج أن الدوافع مع المستوى العالي من نشاط المشاهدة أدت إلى تأثيرات تتعلق بالتفاعل شبه الاجتماعي، والمعلومات والمنفعة الاجتماعية. (52)

لذا تم الاستفادة من نظرية الاستخدامات والإشباع في قياس دوافع استخدام الطلبة الجامعيين بجامعة اليرموك للأنشطة الاتصالية الحديثة على مواقع الشبكات الاجتماعية سواءً أكانت دوافع (نفعية) أم (طقوسية)، ومن ثم معرفة الإشباع المختلفة المتحققة نتيجة ذلك الاستخدام بحسب ما أورده دراسات سابقة، خاصة فيما يتعلق بمدى فائدة هذا المدخل بالنسبة لدراسة الإنترنت والشبكات الاجتماعية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع الدراسة ومنهجها:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة من الظواهر كالسلوك، أو الاتجاه وغيره من العناصر في سياق مجتمع معين بالاعتماد على الأساليب الكمية، وكذلك الأساليب الكيفية، والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات. (53) دون إحداث أي تغيير في طبيعة بيانات هذه الظاهرة، فهي تسعى للتعرف على طبيعة العلاقات المكونة للظاهرة محل الدراسة وقوتها وتكرار حدوثها، وهو ما يعطي معلومات دقيقة عن الظاهرة من حيث تركيبها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها. (54) وتم استخدام **منهج المسح** الذي يُعد من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية خاصة، كما يُعد المنهج الرئيس في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي. حيث تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتوصيف وتحليل اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو الأنشطة الاتصالية الجامعية التي تنظمها الجامعة، ومدى اعتبارها مصدراً للمعلومات الثقافية بالنسبة لهم.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة اليرموك، حيث تم سحب عينة عشوائية حصرية بواقع (60) طالباً وطالبة من كل كلية بمختلف السنوات الدراسية، وبناء على هذا بلغت عينة الدراسة (420) مفردة، وتم استبعاد (20) مفردة منها لعدم استكمال البيانات فيها، وأصبح حجم العينة (400) مفردة.

مبررات اختيار مجتمع الدراسة:

تم تحديد مجتمع الدراسة في جامعة اليرموك نظراً لعدة أسباب، حيث حددها الباحثون في الآتي:

- هي أول مؤسسة للتعليم العالي المعروف عنها بالنهج المبتكر في إدارة المؤسسات وتنمية الموارد البشرية والسعي إلى التفوق في البحث والتدريس في مختلف مجالات الفنون والآداب والعلوم الاجتماعية.
- تتمتع الجامعة بدرجة كبيرة من الاستقلال الذاتي، ويديرها مجلس الأمناء الذي يتم تعيين أعضائه بمرسوم ملكي بناء على تنسيب مجلس الوزراء، ولا يقتصر طلاب الجامعة على الطلبة الأردنيين، ولكن هنالك عدد لا بأس به من مختلف الطلبة الوافدين من مختلف البلاد العربية ومن مختلف أنحاء العالم.
- ليس من أهداف الجامعة تدريب الطلبة فقط بل الهدف هو أيضاً تحقيق تفوقهم الأكاديمي وتعزيز الجوانب الأخلاقية والروحية الرفيعة لديهم، كما إن الثقافة العربية الإسلامية الغنية في المنطقة تعزز من جهود الجامعة في غرس الكرامة وخصائص السلامة والشرف لدى الطلبة، الأمر الذي يساعد

في تقديم مساهمات قيمة في عالم الغد، وإدراكاً منها لأهمية التعاون والشراكة فقد عقدت الجامعة العديد من الاتفاقيات الأكاديمية مع الجامعات والمؤسسات في جميع أنحاء العالم.

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة

الإجمالي		البيانات الشخصية	
%	ك		
50,0	200	الذكور	النوع
50,0	200	الإناث	
100,0	400	الإجمالي	
25,0	100	الأولى	السنة الدراسية
25,0	100	الثانية	
25,0	100	الثالثة	
25,0	100	الرابعة	
100,0	400	الإجمالي	
24	96	مرتفع	مستوى دخل الأسرة
56	224	متوسط	
20	80	منخفض	
100	100	الإجمالي	

يوضح الجدول السابق رقم (1) أعلاه خصائص عينة الدراسة، حيث تساوت النسبة بين كل من الذكور والإناث، فكانت 50% لكل منهما، وبالنسبة للسنة الدراسية فقد وصلت نسبة الطلبة في كل سنة دراسية من المستويات الأربعة إلى 25%، وفيما يتعلق بمستوى دخل الأسرة، فكان مرتفعاً بنسبة 24% ومتوسطاً بنسبة 56% بينما كان منخفضاً بنسبة 20%.

أدوات جمع البيانات:

تم اعتماد الاستبانة كأداة بحثية لجمع البيانات والمعلومات عن موضوع الدراسة، بعد أن تم تطويرها اعتماداً على خبرة الباحثون العملية الميدانية، والبحوث والدراسات السابقة، وذلك بعد تحكيم استمارة الاستبيان وإجراء اختبارات الصدق والثبات للتأكد من قدرتها على اختبار العينة بطريقة صحيحة، وجمع بيانات علمية سليمة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

اختبار الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختبارات الثبات والصدق لها، وذلك على النحو التالي:

اختبار الصدق (Validity):

الصدق الظاهري: يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير

النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث تم القيام بعرض أدوات جمع البيانات (استمارة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

اختبار الثبات (Reliability): يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحثون تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي: قام الباحثون بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل (10%) من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة (5%) من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول.

التحليل الإحصائي للبيانات:

قام الباحثون بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0.05) فأقل.

نتائج الدراسة:

أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج التي أجابت عن تساؤلاتها، ونوضح ذلك على النحو التالي:

1- مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش

العمل التي تنظمها الجامعة

جدول رقم (2)

مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة

الفترة	ك	%
أحياناً	154	38.5
لا أحرص	129	32.3
أحرص	117	29.2
المجموع	400	100

توضح بيانات الجدول السابق رقم (2) مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، فنجد في الصدارة أنهم أحياناً ما يحرصون على حضور الندوات وورش العمل بنسبة (38.5%)، تأتي بعد ذلك نسبة من لا يحرصون على الحضور (32.3%)، وأخيراً من يحرصون على حضورها بنسبة (29.2%).

ويتبين أيضاً أن ثلث مشاركات عينة الدراسة لا تحرص على حضور الفعاليات التي تنظمها الجامعة، وهذه الفئة ليست قليلة، ويجب على من يقوم بتنظيم هذه

الفعاليات أن يبحث في الأسباب التي أدت إلى عزوف هؤلاء الطلبة على حضور الفعاليات، خاصة وأن أكثر من ثلث أفراد عينة الدراسة في حالة تردد في حضور تلك الفعاليات.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (جهاد عبد اللطيف محمد، 2018) (55) التي استهدفت الكشف عن طبيعة الأنشطة الاتصالية التي تمارسها المؤسسات الجامعية المصرية، والتعرف إلى دور هذه الأنشطة في تثقيف طلاب الجامعات سياسياً، حيث أكدت أن جامعات العينة لا تمارس أنشطة تثقيف سياسي وفقاً لأغلب طلاب العينة، وبالنسبة لمن يعتقدون أن هناك أنشطة تثقيف سياسي في جامعتهم، فليس لديهم معرفة بهذه الأنشطة، كما توصلت النتائج إلى أن الأنشطة الطلابية المختصة بالتثقيف السياسي في الجامعات ليست حقيقية بالكامل، ولا صورية بالكامل، إنما يعتبر أخصائيو النشاط الثقافي موضع العينة أنها ما بين هذا وذاك، وذلك رغم إيمان غالبية أخصائيو النشاط الثقافي موضع العينة بأهمية أنشطة التثقيف السياسي في المرحلة الجامعية.

وتختلف مع دراسة (مارديني، 1999) (56) التي هدفت إلى التعرف على الاتجاهات السائدة لدى طلبة جامعة اليرموك نحو الأنشطة الترويحية وأوقات الفراغ، والتعرف إلى تأثير بعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والتربوية على اتجاهات الطلبة نحو الترويح، حيث أوضحت أن هناك اتجاهات إيجابية نحو ممارسة الترويح، وأنه يوجد فرق دال إحصائياً بين اتجاهات الطلبة نحو ممارسة الترويح وكل من المستوى المتدني والمستوى العالي فما فوق.

2- مدى مناسبة مواعيد عقد فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية مع مواعيد المحاضرات

جدول رقم (3)

مدى مناسبة مواعيد عقد فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية مع مواعيد المحاضرات

الفئة	ك	%
غير مناسبة	219	54.7
مناسبة إلى حد ما	121	30.3
مناسبة	60	15.0
المجموع	400	100

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (3) مدى مناسبة مواعيد عقد فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية الثقافية مع مواعيد المحاضرات، فرأت الغالبية أنها غير مناسبة بنسبة (54.7%)، بينما اعتبر البعض أنها مناسبة إلى حد ما بنسبة (30.3%)، وبلغت نسبة من يرون أنها مناسبة (15%).

يفسر لنا ذلك نتائج الجدول السابق، وخاصة النتيجة الكبيرة المتعلقة بعزوف الطلبة عن حضورهم فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية الثقافية، وهذه النتائج أيضاً تلزم القائمين على تنظيم فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية ضرورة استطلاع آراء الطلبة للوقوف على وجهات نظرهم في المواعيد المناسبة لعقد هذه الفعاليات.

3- مدى مناسبة المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية

جدول رقم (4)

مدى مناسبة المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية

الفئة	ك	%
غير مناسبة	163	40.75
مناسبة إلى حد ما	145	36.25
مناسبة	92	23.0
المجموع	400	100

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (4) أن نسبة (40.75%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية غير مناسب، وأن نسبة (36.25%) من الطلبة يرون أن المكان مناسب إلى حد ما، بينما ترى نسبة (23.0%) منهم أن المكان الذي يتم عقد فيه الندوات مناسب.

وتعليقاً على النتائج السابقة، نلاحظ أن نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة يرون أن المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية غير مناسب، وأن هذه النتائج تعزز النتائج التي وردت في الجدول رقم (2) حيث إن أكثر من ثلث عينة الدراسة يعزفون وينصرفون عن حضور فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة، وبالتالي توجب هذه النتيجة على منظمي هذه الفعاليات عقد هذه الندوات في أماكن مناسبة تتفق واتجاهات الطلبة.

4- الأسباب التي تجعل بعض أفراد عينة الدراسة يحرصون على المشاركة في الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية

جدول رقم (5)

الأسباب التي تجعل بعض أفراد عينة الدراسة يحرصون على المشاركة في الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية

الترتيب	%	ك	أسباب الحضور
1	16.35	132	للحصول على معلومات تفيدني في حياتي العملية، وفي اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها
2	11.64	94	لزيادة الرصيد المعرفي في كافة المجالات
3	8.55	69	لمتابعة الأحداث المحلية
4	8.05	65	لمتابعة الموضوعات والقضايا الاجتماعية
5	8.30	67	للتسلية والترفيه وتمضية وقت الفراغ
6	9.10	73	الوعي بالموضوعات والقضايا المثارة في المجتمع، وتكوين رأي حولها
7	9.91	80	لأنها تزودني بمعلومات عن بعض القضايا التي تحدث في المجتمع
8	8.17	66	بعض هذه الندوات تعبر عن اتجاهاتي
9	9.66	78	أحب الاستماع لأفكار الشخصيات التي تحاضر
10	5.57	45	للتعرف إلى أصدقاء جدد من الحضور
11	4.70	38	بعض أصدقائي يحرصون على حضور هذه الندوات
	%100	807	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (5) أن أهم الأسباب التي دفعت أفراد عينة الدراسة

إلى حضور الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة هو "الحصول على معلومات تفيدني في حياتي العملية لاتخاذ القرارات المناسبة بشأنها"، وقد جاء هذا السبب بنسبة (16.35%)، يليه سبب "زيادة الرصيد المعرفي في كافة المجالات" بنسبة (11.64%)، ثم جاء في المرتبة الثالثة السبب الخاص بـ"لأنها تزودني بمعلومات عن بعض القضايا التي تحدث في المجتمع" بنسبة (9.91%)، وفي المرتبة الرابعة كان سبب الحضور هو "حب الاستماع للشخصيات التي تستضيفها الجامعة للتحدث في هذه الفعاليات" وقد ورد هذا السبب بنسبة (9.66%)، وفي الترتيب الخامس ورد سبب "الوعي بالموضوعات والقضايا المثارة في المجتمع وتكوين رأي حولها" وذلك بنسبة (9.10%)، وفي الترتيب السادس جاء السبب الخاص بـ"متابعة الأحداث المحلية" بنسبة (8.55%)، ثم "للتسلية والترفيه وتمضية وقت الفراغ" بنسبة (8.30%)، ثم "لأن بعض موضوعات هذه الأنشطة تعبر عن اتجاهاتي" بنسبة (8.17%)، يلي ذلك "متابعة الموضوعات والقضايا الاجتماعية" بنسبة (8.05%)، ثم "للتعرف إلى أصدقاء جدد من الحضور" بنسبة (5.57%)، وأخيراً "لأن بعض أصدقائي حريصون على حضور هذه الندوات" بنسبة (4.70%).

وتعليقاً على النتائج السابقة يمكن القول بأن هذه النتائج تتوافق مع نظرية الاستخدامات والإشباع التي تنطلق منها دراستنا الحالية، فكلها تصب في إطار الدوافع المتمثلة في الدوافع والإشباع المعرفية والسلوكية والوجدانية، وإدراك الطلبة للموضوعات والقضايا التي تتناولها الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (القرني، 1986) (57) التي استهدفت البحث في مفاهيم الطلبة حول برنامج الأنشطة اللامنهجية في جامعة الملك سعود، من خلال البحث في العلاقة بين الخصائص الشخصية، وبين مشاركتهم في الأنشطة اللامنهجية، حيث أكدت أن العوامل التي تشجع على مشاركة الطلبة في الأنشطة اللامنهجية هي تحصيل الخبرة العلمية، وتنمية الاهتمامات ومهارات القيادة، وفهم مشكلات المجتمع، والمساعدة في القيام بالأعمال الأكاديمية الاستقلالية، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقات إيجابية بين المشاركة في الصفوف المدرسية العليا، والتحصيل في هذه الصفوف، وكذلك بين المشاركة في الصفوف المدرسية العليا، والمشاركة في الجامعة وبينت الدراسة أن التكرار في المشاركة الجامعية قد ارتبط إيجابياً بثقافة الوالدين.

ويتفق ذلك أيضاً مع دراسة (سماح محمد سيد، 2009) (58) التي هدفت إلى التعرف إلى دور المعسكرات الترويحية في إكساب مهارات الاتصال لطلاب الجامعات المصرية، وذلك من خلال استخدام أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من الطلبة بلغ عددها (400) مفردة، حيث توصلت إلى أن المعسكرات تعتبر إحدى خدمات رعاية الشباب التي تقدم لطلاب الجامعات لإعدادهم إعداداً ثقافياً واجتماعياً

وعلمياً، فهي وسيلة لتقويم شخصياتهم ونموهم، كما أكدت أن الاتصال الفعال يعد مهارة حيوية للنجاح، ويجب أن ينمى من خلال برنامج تعليمي لما له من أهمية كبيرة بعد التخرج، لأن غالبية المشكلات الموجودة في العمل تتطلب زيادة في المهارات وخصوصاً مهارات الاتصال.

5- أسباب عدم حرص بعض الطلبة على حضور فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة

جدول رقم (6)

أسباب عدم حرص بعض الطلبة على حضور فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة

الترتيب	%	ك	العبارة
1	21.50	83	توقيت غير مناسب
2	19.94	77	موضوعاتها مكررة
3	19.68	76	موضوعاتها لا تنسجم مع اتجاهاتي، ولا تشبع احتياجاتي ولا تلبي رغباتي
4	14.24	55	لاني لم أعرف شيئاً عن هذه الأنشطة
5	12.29	50	غير مفيدة
6	11.65	45	تنظيمها سيء
%100		386	المجموع

نلاحظ من الجدول السابق رقم (6) أن أهم الأسباب التي يعزى إليها بعض أفراد عينة الدراسة الذين لا يحرصون على حضور فعاليات الأنشطة التي تنظمها الجامعة في "توقيتها غير المناسب" حيث احتل هذا السبب نسبة (21.50%) من جملة الاجابات، يليه السبب الخاص بـ "موضوعاتها مكررة" بنسبة (19.94%)، ثم "لأن موضوعاتها لا تنسجم مع اتجاهاتي ولا تشبع احتياجاتي ولا تلبي رغباتي" بنسبة (19.68%)، يلي ذلك "لاني لم أعرف شيئاً عن هذه الأنشطة" بنسبة (14.24%)، و"لأنها غير مفيدة" بنسبة (12.29%)، وجاء سبب "تنظيمها سيء" بنسبة (11.65%) في المرتبة الأخيرة.

وبقراءة متعمقة لهذه النتائج نجد أنها توضح وجود اعتبارات يجب مراعاتها حتى يتم من خلالها جذب الطلبة وتجعلهم يحرصون على حضور تلك الفعاليات التي تنظمها الجامعة، تتمثل في اختيار التوقيت المناسب لعقد هذه الندوات، والابتعاد عن الموضوعات التي سبق تناولها حتى لا تكون مكررة، وأن تكون موضوعات هذه الأنشطة تخاطب اهتمامات الطلبة وتلبي احتياجاتهم وتشبع رغباتهم، إلى جانب إعلام الطلبة بموضوعات ومواعيد عقد فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية، والاهتمام بعملية التنظيم الجيد.

وتؤكد هذه النتيجة دراسة (رشا حامد عطية الطنطاوي، 2017) (59) التي استهدفت البحث في المشكلات التي تعوق ممارسة الطالبات الجامعيات للأنشطة الطلابية بالجامعات المصرية مع الكشف عن دور كل من الجامعة، والأسرة،

وجماعة الرفاق، والمسجد، والإعلام، والنادي في تشجيع الفتيات على المشاركة في الأنشطة داخل الجامعة، وقد أثبتت نتائج الدراسة وجود مجموعة من المشكلات التي تعوق الطالبات عن ممارسة الأنشطة داخل الجامعة، كما أكدت الدور الكبير للمؤسسات الاجتماعية (الأسرة، وجماعة الرفاق، والجامعة، والمسجد والنادي، والإعلام) في مواجهة المشكلات التي تعوق الطالبات عن ممارسة الأنشطة داخل الجامعة.

6- أهمية الموضوعات التي تتناولها الأنشطة الاتصالية الثقافية لطلبة الجامعة

جدول رقم (7)

الموضوعات التي تتناولها الأنشطة الاتصالية الثقافية وتهم طلبة الجامعة

الفئة	ك	%
نعم	152	38.0
لا	248	62.0
المجموع	400	100%

يلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق رقم (7) أن ثلثي عينة الدراسة أفادوا بأن الموضوعات التي تتناولها الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية لا تهم طلبة الجامعة بنسبة (62%)، في مقابل (38%) منهم يرون أنها تهم الطلبة، وتعليقاً على هذه النتيجة يمكن القول بأن هذه النتائج تؤكد نتائج الجدول رقم (2) وخاصة النتائج الخاصة بعدم الحرص على حضور الأنشطة، وحضورها بصورة غير دائمة. وتدعو هذه النتيجة القائمين على إعداد وتنظيم فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية للقيام باستطلاعات رأي الطلبة حول الموضوعات التي تمس اهتماماتهم واحتياجاتهم قبل الإعداد وتنظيمها لهم.

وتؤكد هذه النتيجة دراسة (شيل، 2007) (60) التي هدفت إلى التعرف إلى أنشطة العلاقات العامة الحوارية عبر مواقع كليات المجتمع، وذلك من خلال اختيار (19) كلية في ولاية نيو جيرسي بالولايات المتحدة الأمريكية، وتحليل محتوى مواقعها الإلكترونية لتحديد القدرات الحوارية لهذه المواقع في بناء العلاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي، حيث أشارت نتائجها إلى أنه رغم تقديم كليات المجتمع لجهابها المتعددة طرق الدخول والوصول إلى المعلومات على مواقعها إلا أنها لم تستفد بشكل كامل من القدرات الحوارية التي توفرها الإنترنت في بناء العلاقات مع الجماهير، حيث قدمت هذه المواقع معلومات مفيدة للجماهير بالإضافة إلى سهولة استخدام الميزات المقدمة في المواقع، لكن وجدت هناك نقاط ضعف في القدرة على الحفاظ على الزوار والحوار التفاعلي مع الجمهور.

7- الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة لتغيير بعض السلوكيات السلبية لدى الطلبة

جدول رقم (8)

اتجاهات الطلبة نحو مدى قدرة الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة في تغيير بعض السلوكيات السلبية لديهم

الاتجاهات	ك	%
بدرجة ضعيفة	257	51.7
بدرجة متوسطة	179	44.8
بدرجة كبيرة	14	3.5
المجموع	400	%100

توضح بيانات الجدول السابق رقم (8) أن نسبة (51.7%) من أفراد عينة الدراسة أفادوا بأن الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية الثقافية التي عقدتها الجامعة غيرت سلوكياتهم السلبية بدرجة ضعيفة، وأن نسبة (44.8%) من أفراد عينة الدراسة أفادوا بأن الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية الثقافية التي عقدتها الجامعة غيرت في بعض سلوكياتهم السلبية بدرجة متوسطة، وعبرت نسبة (3.5%) من أفراد عينة الدراسة أن الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية الثقافية التي عقدتها الجامعة قد عدلت في بعض سلوكياتهم السلبية بدرجة كبيرة، ومما سبق نلاحظ أن تأثيرات هذه الأنشطة في تغيير بعض السلوكيات السلبية لدى الطلبة كان ضعيفاً ومتوسطاً.

وهذا يدل على أن هذه الأنشطة لم تؤثر كثيراً في تغيير السلوكيات السلبية لدى الطلبة، مما يستلزم من القائمين على أمر هذه الأنشطة النظر في موضوعاتها، وأساليب عرضها، ومواعيد وأماكن انعقادها.

8- اتجاهات الطلبة نحو الفائدة التي تعود عليهم من خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية الجامعية

جدول رقم (9)

اتجاهات الطلبة نحو الفائدة التي تعود عليهم من خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية الجامعية

الاتجاهات	ك	%
مفيدة إلى حد ما	249	62.2
مفيدة	136	34.0
غير مفيدة	10	3.8
المجموع	400	%100

نلاحظ من الجدول السابق رقم (9) أن نسبة (62.2%) من أفراد عينة الدراسة كانت وجهة نظرهم في الموضوعات التي تقدم من خلال الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية أنها "مفيدة إلى حد ما"، بينما رأت نسبة (34.0%) من أفراد عينة الدراسة أن الموضوعات التي تقدم من خلال الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية مفيدة، وعبرت نسبة (3.8%) من أفراد عينة الدراسة عن كون هذه الموضوعات التي تقدم من خلال الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية غير مفيدة.

ومما سبق نلاحظ أن أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة الذين كانت وجهة نظرهم في الموضوعات التي تقدم من خلال الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية مفيدة إلى حد ما.

وتأتي هذه النتائج في صالح الأنشطة الاتصالية الثقافية، ولذا يجب الاهتمام بها وتنظيمها والعناية باختيار موضوعاتها، وكذلك المتحدثين والمحاضرين فيها بحيث تلبي احتياجات الطلبة وتشبع رغباتهم.

9- اتجاهات عينة الدراسة نحو مدى زيادة معلوماتهم الثقافية بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية الجامعية التي تنظمها الجامعة

جدول رقم (10)

اتجاهات عينة الدراسة نحو مدى زيادة معلوماتهم الثقافية بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية الجامعية التي تنظمها الجامعة

الاتجاهات	ك	%
زادت بدرجة متوسطة	215	53.7
زادت بدرجة كبيرة	150	37.5
لم أستفد	35	8.8
المجموع	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق رقم (10) أن نسبة (53.7%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن معلوماتهم بعد حضورهم للأنشطة الاتصالية قد زادت بدرجة متوسطة، وترى نسبة (37.5%) من أفراد عينة الدراسة أن معلوماتهم بعد حضورهم للأنشطة الاتصالية الثقافية زادت بدرجة كبيرة، في حين ترى نسبة (8.8%) من أفراد عينة الدراسة أنهم لم يستفيدوا شيئاً بعد حضورهم للأنشطة الاتصالية الثقافية، ومما سبق نلاحظ أن أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة كانت للذين زادت معلوماتهم بعد حضورهم للأنشطة الاتصالية الثقافية بدرجة متوسطة.

وهذه النتائج تؤكد النتائج التي جاءت في الجدول رقم (8) بهذه الدراسة مما يلزم إدارة الجامعة الاهتمام بهذه الأنشطة، وتوفير الإمكانيات اللازمة لنجاح مثل هذه الأنشطة.

10- الشخصيات التي يرغب الطلبة في أن تشارك في الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة

جدول رقم (11)

الشخصيات التي يرغب الطلبة في أن تشارك في الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة

الشخصيات	ك	%	الترتيب
فنانون مشهورون	108	17.70	1
وزراء في الحكومة	99	16.22	2
شخصيات رياضية	95	15.57	3
اعضاء في مجلس الأمة	85	13.93	4
اطباء	79	12.95	5
شخصيات معارضة سياسية	75	12.29	6
علماء ومفكرون	69	11.31	7
المجموع	610	100%	

تبين بيانات الجدول السابق رقم (11) أن أهم الشخصيات التي يرغب الطلبة في لقاءها فعاليات الجامعة، تتمثل في الفنانين والمشهورين، حيث جاءت هذه الشخصيات في الترتيب الأول بنسبة (17.70%) من جملة إجابات عينة الدراسة، يليها شخصيات الوزراء في الحكومة في الترتيب الثاني بنسبة (16.22%)، ثم الشخصيات الرياضية بنسبة (15.57%)، والأعضاء في مجلس الأمة بنسبة (13.93%)، والأطباء بنسبة (12.95%)، وشخصيات معارضة سياسية بنسبة (12.29%)، وجاء في الترتيب الأخير شخصيات العلماء والمفكرين بنسبة (11.31%) من جملة إجابات عينة الدراسة.

وتعليقاً على هذه النتائج يمكن القول بأن اتجاهات الطلبة تميل نحو التنوع في الشخصيات، من أجل أن يكتسبوا معلومات متنوعة تثري تفكيرهم وتنبير عقولهم، وهذه النتائج تمثل دعوة للمنظمين في تنويع الشخصيات التي يتم استضافتها، لكي يقبل الطلبة على تلك الفعاليات التي تنظمها فتعم الاستفادة لديهم، وتحقق الجامعة أهدافها من وراء تنظيم هذه الأنشطة والفعاليات التي تعقدها.

11- الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي حرص الطلبة على حضورها

جدول رقم (12)

الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي حرص الطلبة على حضورها

الترتيب	%	ك	الأنشطة الاتصالية الثقافية
1	18.13	99	ندوات ومحاضرات اجتماعية (العنف المجتمعي، العادات والتقاليد، القيم)
2	17.58	96	ندوات ومحاضرات عن قضايا المجتمع
3	15.56	85	ندوات ونشاطات فنية
4	13.36	73	ندوات أدبية (قصة، شعر، رواية، نقد أدبي)
5	13.18	72	ندوات ومحاضرات سياسية
6	11.17	61	ندوات ومحاضرات صحية
7	10.98	60	ندوات ومحاضرات بيئية
	%100	546	مجموع التكرارات

بالنظر في بيانات الجدول السابق رقم (12) يمكن القول بأن أهم الندوات التي يحرص الطلبة على حضورها هي تلك الأنشطة المتمثلة في أنشطة الندوات والمحاضرات الاجتماعية (العنف المجتمعي، العادات والتقاليد، القيم) حيث احتل هذا النشاط نسبة (18.13%) من جملة إجابات عينة الدراسة، يليه النشاط الخاص بالندوات والمحاضرات المتعلقة بقضايا المجتمع بنسبة (17.58%)، ثم الأنشطة الفنية بنسبة (15.56%)، والأنشطة الأدبية بنسبة (13.36%)، والأنشطة السياسية بنسبة (13.18%)، يلي ذلك الأنشطة المتعلقة بالصحة بنسبة (11.17%)، وفي الترتيب الأخير الأنشطة المتعلقة بالبيئة بنسبة (10.98%).

12- وسائل الاتصال التي عرف الطلبة من خلالها الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تقيمها الجامعة

جدول رقم (13)

وسائل الاتصال التي عرف الطلبة من خلالها الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تقيمها الجامعة

الترتيب	%	ك	الوسائل
1	12.80	85	الملصقات
2	12.65	84	إعلانات الحائط
3	10.54	70	الزملاء والأصدقاء
4	10.39	69	رسائل البريد الإلكتروني
5	10.24	68	أعضاء هيئة التدريس في المحاضرات
6	9.9	66	شيكات التواصل الاجتماعي
7	9.1	61	اللافتات
8	8.4	56	البوابة الإلكترونية للجامعة
9	8.2	55	رسائل SMS
10	7.5	50	الصحيفة الإلكترونية للجامعة
%100		664	المجموع

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول السابق رقم (13) أن أهم المصادر التي عرف منها الطلبة فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة بالترتيب قد تمثلت في الملصقات بنسبة (12.80%) من جملة إجابات عينة الدراسة، يليها إعلانات الحوائط بنسبة (12.65%)، ثم الزملاء والأصدقاء بنسبة (10.54%)، ورسائل البريد الإلكتروني بنسبة (10.39%)، وأعضاء هيئة التدريس في المحاضرات بنسبة (10.24%)، وشيكات التواصل الاجتماعي بنسبة (9.9%)، واللافتات بنسبة (9.1%)، والبوابة الإلكترونية للجامعة بنسبة (8.4%)، ورسائل SMS بنسبة (8.2%)، وأخيراً من خلال الصحيفة الإلكترونية للجامعة بنسبة (7.5%).

13- مدى موافقة الطلبة نحو إلغاء الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة

جدول رقم (14)

مدى موافقة الطلبة نحو إلغاء الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة

%	ك	الفئة
27.7	111	نعم
72.3	289	لا
%100	400	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (14) أن نسبة (72.3%) من الطلبة ترغب في استمرار الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة، في مقابل نسبة (27.7%) تميل إلى إلغائها.

وتدل هذه النتائج على اهتمام الطلبة بهذه الأنشطة، وأنها ذات قيمة لديهم، وتعد دليلاً على نجاح الجامعة وسياساتها في تنظيم تلك الأنشطة.

ثانياً: التحقق من فروض الدراسة:

خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج التي أدت إلى التحقق من فروضها، وذلك على النحو التالي:

1- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو مدى قدرة الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية في تغيير بعض السلوكيات السلبية لديهم.

جدول رقم (15)

العلاقة بين حرص العينة على حضور الندوات والمحاضرات واتجاهاتهم نحو مدى قدرة الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية في تغيير بعض السلوكيات السلبية لديهم

حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة			حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة		
الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اتجاهاتهم نحو مدى قدرة الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية في تغيير بعض السلوكيات السلبية لديهم		
دال	0.006	**0.159	اتجاهاتهم نحو مدى قدرة الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية في تغيير بعض السلوكيات السلبية لديهم		
400 مفردة			حجم العينة		

توضح بيانات الجدول السابق رقم (15) وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو مدى قدرة الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية في تغيير بعض السلوكيات السلبية لديهم؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ($**0.159$) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.006)، مما يعني أنه كلما حرص أفراد عينة الدراسة على حضور الندوات وورش العمل، كان اتجاهاتهم إيجابية نحو قدرة الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية في تغيير بعض السلوكيات السلبية لديهم على عكس من لم يحرصوا على حضور هذه الندوات وورش العمل.

مما يعني ثبوت الفرض الأول الذي ينص على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو مدى قدرة الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية في تغيير بعض السلوكيات السلبية لديهم"

2- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو الفائدة التي تعود عليهم من خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية.

جدول رقم (16)
العلاقة بين حرص العينة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو الفائدة التي تعود عليهم من خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية

حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة			اتجاهاتهم نحو الفائدة التي تعود عليهم من خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
دال	0.023	*0.131	اتجاهاتهم نحو الفائدة التي تعود عليهم من خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية
400 مفردة			حجم العينة

تشير بيانات بيانات الجدول السابق رقم (16) إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو الفائدة التي تعود عليهم من خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية: حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.131*) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.023)، مما يعني أنه كلما حرص أفراد عينة الدراسة على حضور الندوات وورش العمل، عاد ذلك بالفائدة عليهم من خلال حضورهم لهذه الأنشطة على عكس من لم يحرصوا على حضور هذه الأنشطة. **مما يعني ثبوت الفرض الثاني الذي ينص على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو الفائدة التي تعود عليهم من خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية".**

وهو ما يتفق مع دراسة (وسكي، 1996) (61) التي هدفت إلى البحث في العلاقة بين النشاطات الطلابية وانسجام الطلبة مع المنهاج المدرسي، وذلك من خلال فحص الاختلاف بين مستوى مشاركتهم في النشاطات الخارجية، حسب متغيرات النوع والوضع الاجتماعي والاقتصادي، ورضا الطلبة عن المناخ المدرسي، حيث أكدت وجود فرق واضح بين مستوى مشاركة الطلبة في النشاطات ورضا الطلبة عن المناخ المدرسي، دون وجود فرق واضح بين وضع الطالب الاجتماعي والاقتصادي، ورضا الطالب عن المناخ المدرسي، وبين الذكور والإناث، ورضا الطالب عن المناخ المدرسي.

3- الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو مدى زيادة المعلومات بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة.

جدول رقم (17)

العلاقة بين حرص العينة على حضور الندوات والمحاضرات واتجاهاتهم نحو مدى زيادة المعلومات بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية

حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة			حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة		
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اتجاهاتهم نحو مدى زيادة المعلومات بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة		
دال	0.000	**0.261	اتجاهاتهم نحو مدى زيادة المعلومات بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة		
400 مفردة			حجم العينة		

توضح بيانات الجدول السابق رقم (17) وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو مدى زيادة المعلومات بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (**0.261) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)، مما يعني أنه كلما حرص أفراد عينة الدراسة على حضور الندوات وورش العمل، كان اتجاهاتهم إيجابية نحو مدى زيادة المعلومات بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة على عكس من لم يحرصوا على حضور هذه الورش والندوات.

الأمر الذي يعني ثبوت الفرض الثالث الذي ينص على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو مدى زيادة المعلومات بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة" وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محسن، 1995) (62) التي استهدفت التعرف إلى اتجاهات طلبة الجامعات نحو ممارسة الأنشطة الطلابية، بالتطبيق على عينة من طلبة جامعة النجاح بلغ عددها (400) مفردة بحثية من خلال استخدام أداة الاستبيان، حيث أبرزت نتائجها وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات اتجاهات طلبة جامعة النجاح نحو ممارسة الأنشطة الطلابية، تعزى إلى النوع الاجتماعي، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات اتجاهات طلبة جامعة النجاح نحو ممارسة الأنشطة الطلابية تعزى إلى المستوى الدراسي ومكان السكن أثناء الدراسة، وبينت أن أهم الأنشطة التي تقام في جامعة النجاح هي: الأنشطة العلمية، والأنشطة الرياضية، والأنشطة الاجتماعية، وكذلك الأنشطة السياسية والثقافية.

نتائج الدراسة:

- خرجت الدراسة بمجموعة كبيرة من النتائج، نوضح أهمها على النحو التالي:
- فيما يتعلق بحرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، فكانوا يحرصون على حضور الندوات وورش العمل أحياناً بنسبة (38.5%)، يأتي بعد ذلك من لا يحرصون على الحضور بنسبة (32.3%)، وأخيراً من يحرصون على الحضور بنسبة (29.2%).
 - حول مدى مناسبة مواعيد عقد فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية مع مواعيد المحاضرات، نجد أن الغالبية يرون أنها غير مناسبة بنسبة (54.7%)، تلاها مناسبة إلى حد ما بنسبة (30.3%)، وأخيراً عبرت العينة عن كونها مناسبة بنسبة (15%).
 - إن نسبة (40.75%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية غير مناسب، وترى نسبة (36.25%) منهم أن المكان مناسب إلى حد ما، بينما ترى نسبة (23.0%) منهم أن المكان الذي يتم عقد فيه الندوات مناسب.
 - كانت أهم الأسباب التي جعلت أفراد عينة الدراسة يحرصون على حضور الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة هو "الحصول على معلومات تفيدني في حياتي العملية لاتخاذ القرارات المناسبة بشأنها"، وقد مثل هذا السبب نسبة (16.35%)، يليه سبب "الزيادة الرصيد المعرفي في كافة المجالات" بنسبة (11.64%)، ثم جاء في المرتبة الثالثة السبب الخاص بـ "لأنها تزودني بمعلومات عن بعض القضايا التي تحدث في المجتمع بنسبة (9.91%)، وفي المرتبة الرابعة كان سبب الحضور هو "حب الاستماع للشخصيات التي تستضيفها الجامعة للتحدث في هذه الفعاليات وقد مثل هذا السبب نسبة (9.66%)، وفي الترتيب السادس كان السبب "المتابعة الأحداث المحلية" بنسبة (8.55%)، ثم "التسليية والترفيه وتمضية وقت الفراغ" بنسبة (8.30%)، و"لأن بعض موضوعات هذه الأنشطة تعبر عن اتجاهاتي" بنسبة (8.17%).
 - كانت أهم الأسباب التي يعزي إليها بعض أفراد عينة الدراسة الذين لا يحرصون على حضور فعاليات الأنشطة التي تنظمها الجامعة هو "توقيتها غير مناسب" حيث احتل هذا السبب نسبة (21.50%) من جملة الاجابات، يليه " أن موضوعاتها مكررة" بنسبة (19.94%)، ثم "لأن موضوعاتها لا تنسجم مع اتجاهاتي ولا تشبع احتياجاتي ولا تلبي رغباتي" بنسبة (19.68%)، وجاء سبب "تنظيمها سيء" بنسبة (11.65%) في المرتبة الأخيرة.
 - ترى نسبة (51.7%) من أفراد عينة الدراسة أن الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي عقدتها الجامعة غيرت سلوكياتهم السلبية بدرجة ضعيفة، وأفادت نسبة (44.8%) من أفراد عينة الدراسة أن الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية الثقافية التي عقدتها الجامعة غيرت في بعض سلوكياتهم السلبية بدرجة متوسطة، في حين ترى نسبة (3.5%) من أفراد عينة الدراسة أن الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي عقدتها الجامعة قد غيرت في بعض سلوكياتهم السلبية بدرجة كبيرة.

- عبرت نسبة (62.2%) من أفراد عينة الدراسة أن الموضوعات التي تقدم من خلال الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية مفيدة إلى حد ما، في حين رأت نسبة (34.0%) من أفراد عينة الدراسة أن الموضوعات التي تقدم من خلال الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية مفيدة، بينما عبرت نسبة (3.8%) من أفراد عينة الدراسة عن كون الموضوعات التي تقدم من خلال الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية غير مفيدة.
- رأت نسبة (53.7%) من أفراد عينة الدراسة أن معلوماتهم الثقافية بعد حضورهم للأنشطة الاتصالية زادت بدرجة متوسطة، وعبرت نسبة (37.5%) عن أن معلوماتهم بعد حضورهم للأنشطة الاتصالية الثقافية زادت بدرجة كبيرة، في حين رأت نسبة (8.8%) من أفراد عينة الدراسة أنهم لم يستفيدوا منها شيئاً، مما يوضح أن أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة كانت لمن زادت معلوماتهم بعد حضورهم للأنشطة الاتصالية الثقافية بدرجة متوسطة.
- كانت أهم الشخصيات التي يريد الطلبة حضورها في فعاليات الجامعة في الفنانين والمشهورين، حيث جاءت هذه الشخصيات في الترتيب الأول بنسبة (17.70%) من جملة إجابات عينة الدراسة، يليها شخصيات الوزراء في الحكومة في الترتيب الثاني بنسبة (16.22%)، ثم الشخصيات الرياضية بنسبة (15.57%)، والأعضاء في مجلس الأمة بنسبة (13.93%)، والأطباء بنسبة (12.95%)، وشخصيات معارضة سياسية بنسبة (12.29%)، وجاء في الترتيب الأخير شخصيات العلماء والمفكرين بنسبة (11.31%)، من جملة إجابات عينة الدراسة.
- كانت أهم الندوات التي يحرص الطلبة على حضورها بالترتيب هي تلك الأنشطة المتمثلة في أنشطة الندوات والمحاضرات الاجتماعية (العنف المجتمعي، العادات والتقاليد، القيم) حيث احتل هذا النشاط نسبة (18.13%) من جملة إجابات عينة الدراسة، يليه النشاط الخاص بالندوات والمحاضرات المتعلقة بقضايا المجتمع بنسبة (17.58%)، ثم الأنشطة الفنية بنسبة (15.56%)، والأنشطة الأدبية بنسبة (13.36%)، والأنشطة السياسية بنسبة (13.18%)، والأنشطة المتعلقة بالصحة بنسبة (11.17%)، وفي الترتيب الأخير الأنشطة المتعلقة بالبيئة بنسبة (10.98%).
- تحددت أهم المصادر التي عرف منها الطلبة فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة بالترتيب في الملصقات بنسبة (12.80%) من جملة إجابات عينة الدراسة، يليها إعلانات الحوائط بنسبة (12.65%)، ثم الزملاء والأصدقاء بنسبة (10.54%)، ورسائل البريد الإلكتروني بنسبة (10.39%)، وأعضاء هيئة التدريس في المحاضرات بنسبة (10.24%)، وشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (9.9%)، واللافتات بنسبة (9.1%)، والبوابة الإلكترونية للجامعة بنسبة (8.4%)، ورسائل SMS بنسبة (8.2%)، وأخيراً من خلال الصحيفة الإلكترونية للجامعة بنسبة (7.5%).
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو مدى قدرة

الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية في تغيير بعض السلوكيات السلبية لديهم.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو الفائدة التي تعود عليهم من خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، واتجاهاتهم نحو مدى زيادة المعلومات بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية التي تنظمها الجامعة.

التوصيات:

يتقدم الباحثون بتوصية أساسية تتحدد في أن تعمل إدارة جامعة اليرموك على توفير البيئة المناسبة لإقامة النشاطات، وتذليل كافة العقبات، وتقديم التسهيلات اللازمة من حيث توفير الإمكانات المادية، والقاعات الخاصة لممارسة الأنشطة الاتصالية الثقافية الجامعية بشكل يلبي احتياجات الطلبة ورغباتهم.

مراجع الدراسة

- 1- عبد الرحمن عدس ويوسف قطامي، **مبادئ علم النفس**، ط2 (عمّان، دار الفكر للطباعة ، 2000م).
- 2- سلامة طنّاش، الأنشطة الطلابية في الجامعة الاردنية، دراسة استطلاعية، **مجلة دراسات الجامعة الأردنية**، مجلد 19، العدد الثاني (عمّان، الجامعة الأردنية، 1992م).
- 3- احمد ربيع عبد الحميد، التصور الاسلامي لدور الترويج التربوي في بناء الشخصية المسلمة، **مجلة كلية التربية**، العدد 71 (جامعة الازهر، القاهرة ، 1998م).
- 4- Huse Edgar, **Organization Develop and change**, 4th edition (west publishing company, 1989).
- 5- كمال درويش ومحمد الحمامي، **الترويج الرياضي في المجتمعات المعاصرة** (مكة المكرمة، مكتبة الطالب الجامعي، 1988م).
- 6- محمد علي حافظ وآخرون، **الترويج والخدمات الاجتماعية** (القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة، 1961م)
- 7- Lordan, E. J. (1999) *Guidelines for implementing new technology in public relations*, **Public Relations Quarterly**, 44 (3), 15-17.
- 8- عصمت كردي، اتجاهات الممارسة الرياضية في الوقت الحر لدى طلاب الجامعات الاردنية، **مجلة دراسات الجامعة الأردنية**، المجلد 15، العدد الثاني (عمّان، الجامعة الأردنية، 1988م).
- 9- محمد رشدي، وحسن شحاته، **دليل المناشط الثقافية التربوية غير الصفية في المدارس الثانوية في الوطن العربي** (تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1984م).
- 10- جهاد عبد اللطيف محمد، الأنشطة الاتصالية لمؤسسات التعليم الجامعي ودورها في تنمية الثقافة السياسية لطلابها، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة المنصورة، كلية الآداب، 2018م).
- 11- رشا حامد عطية الطنطاوي، المشكلات التي تعوق ممارسة الأنشطة عند الطالبات الجامعيات: دراسة ميدانية على عينة من طالبات أكاديمية الدلتا للعلوم، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة المنصورة، كلية الآداب، 2017م).
- 12- أمل على محمود سلطان أحمد، دور الجامعة في تنمية الثقافة الإعلامية لدى طلابها: دراسة ميدانية، **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة أسيوط، كلية التربية، 2016م).
- 13- شيماء على عبد الظاهر، إسهامات الأنشطة الطلابية لتنمية المهارات الحياتية لدى طالبات الجامعة من منظور الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية، **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة أسيوط، قسم مجالات الخدمة الاجتماعية، 2016م).
- 14- محمود محمد مهني قناري، استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015م).
- 15- حنان جنيد، دور مواقع الإنترنت في تحقيق الأهداف الاتصالية للمنظمة، دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية للجامعات الحكومية والخاصة في مصر والإمارات، تقرير قدم إلى ملتقى العلاقات العامة الرقمية الذي نظّمته الجمعية السعودية للعلاقات العامة و الإعلام "سابرا"، الرياض، 2015م.
- 16- محمد عبدالحبار نصر، الثقافة الإلكترونية لدى الشباب الجامعي وأساليب التعبير عن الحاجات والتخطيط لإشباعها، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة أسيوط، كلية الخدمة الاجتماعية، قسم التخطيط الاجتماعي، 2014م).

- 17- عبد الصادق حسن، دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الإنترنت، *مجلة رؤى استراتيجية*، المجلد الأول، العدد الرابع (مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، سبتمبر 2013م).
- 18- هزاع مرشد أحمد، حدود تأثيرات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية لطلاب الجامعات في اليمن، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2013م).
- 19- عبدالله عبدالمؤمن مهيب، استخدامات الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الإجتماعي و الإشباع المتحققة، *حوليات آداب عين شمس*، المجلد 40 (جامعة عين شمس، ديسمبر 2012م).
- 20- إيمان عادل احمد، قياس فاعلية تقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة بالجامعة المفتوحة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2012م).
- 21- نعيم المصري، "استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الاعلام الأخرى: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الكليات الفلسطينية"، ورقة بحثية قدمت إلى مؤتمر كلية الاعلام بجامعة اليرموك، وعنوانه "الإعلام والتحويلات المجتمعية في الوطن العربي" (إربد، جامعة اليرموك، 23-25 تشرين الثاني 2011م).
- 22- Cristina Maria & Delia Cristinam (2010) *Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students*, **Journal of Media Research**, Vol. 3, Issue 1.
- 23- رضا أمين، "استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب"، ورقة بحثية قدمت إلى مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لواقع جديد بجامعة البحرين، 7-9 إبريل 2009م.
- 24- Alice Hall (2013) *College Students' Motives for Using Social Network Sites and Their Relationships to Personality Traits*, **Conference Papers - International Communication Association**, From: http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/9/9/3/9/pages299397/p299397-1.php
- 25- Mark A. Urista (2009) *Qingwen Dong, Day, Kenneth D, Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses & Gratification Theory*, **Human Communication**, Vol. 12 Issue 2.
- 26- West, A. & J. Lewis (2009) *Friending: London-Based Undergraduates' Experience Of Facebook*, **New Media & Society**, vol. 11, No. 7.
- 27- سامح محمد سيد أحمد الجداوي، دور المعسكرات الترويحية في إكساب مهارات الاتصال لطلاب الجامعات المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة طنطا، كلية التربية الرياضية، 2009م).
- 28- Hoffman, P. "But Are We Really Friends? Online Social Networking and Community in Undergraduate Student", **PHD Thesis** (University of Akron, The Graduate Faculty, 2008) Published online by: ProQuest LLC, USA, Available At: <http://proquest.umi.com>, Accessed
- 29- Pavica Sheldon (2008) *student favorite: facebook and motives for its use*, **Southwestern Mass Communication Journal**, Vol. 23, Issue 2.

- 30- Clark, Naeemah; Lee, Shu-Yueh; Boyer, Lori (2013) *A Place of Their Own: An Exploratory Study of College Students' Uses of Facebook*, **Conference Papers - International Communication Association**, From: http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/7/2/7/7/pages172779/p172779-1.php
- 31- Sheila McAllister (2007) *Community college web sites as tools for fostering dialogue*, **Public Relations Review**, Vol.33, Issue 2.
- 32- وليد المرديني، اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو الأنشطة الترويحية وأوقات الفراغ، *مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية والتربوية*، المجلد الخامس، العدد الأول (جامعة دمشق، 1999م)
- 33- Gdowski, G.S (1996) "Student Activities and Student Satisfaction with School Climate", **Doctoral Abstracts Dissertation** (The University of the Nebraska – Linco, 1996).
- 34- سمير عبد اللطيف لطفي محسن، اتجاهات طلبة جامعة النجاح الوطنية نحو ممارسة الأنشطة الطلابية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (فلسطين، جامعة النجاح الوطنية، كلية التربية، 1995م).
- 35- علي بن سعد القرني، آراء الطلاب في برامج الأنشطة اللاصفية بجامعة الملك سعود، *رسالة دكتوراة غير منشورة* (الرياض، جامعة الملك سعود، كلية التربية، 1986م).
- 36- حسن عبيد، اتجاهات طلبة كليات المجتمع نحو مهنة التعليم، *رسالة ماجستير غير منشورة* (فلسطين، جامعة النجاح الوطنية، كلية التربية، 1987م).
- 37- صلاح الدين علام، *القياس والتقويم التربوي والنفسي*، ط 1 (القاهرة، دار الفكر العربي، 2000م).
- 38- خليل المعاينة، *علم النفس الاجتماعي*، ط 3 (عمّان، دار الفكر، 2010م).
- 39- Elias Rizkallah & Nabil Razzouk (2013) *TV Viewing Motivations of Arab American Households in the US: An Empirical Perspective*, **International Business & Economics Research Journal**, Vol.5, No.1, pp 67.
- 40- Kristine Johnson, Audience Use of New Media Applications on NPR.ORG: an exploratory study, **PHD Thesis** (USA, The Florida State University, 2011).
- 41- وليد عبد الفتاح النجار، دوافع تعرض الشباب الجامعي للصور الصحفية بالصحف المصرية والإشباع المتحققة منها، *مجلة بحوث التربية النوعية*، العدد الخامس عشر (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، سبتمبر 2009م).
- 42- مرفت السيد عبد العزيز الطرابيشي، *نظريات الاتصال* (القاهرة، دار النهضة العربية، 2006م).
- 43- محمود حمدي عبد القوي، "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على مواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية"، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر وعنوانه الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 7-9 يوليو 2009م).

- 44- حسن عماد، وليلى حسين، *الاتصال ونظرياته المعاصرة* (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998م).
- 45- David L. Swanson, " Gratification Seeking, Media Exposure, & Audience Interpretation; Some Direction for Research", *Journal Of broadcasting*. Vol.31, No.3, 1987
- 46- Kayahara, J., and Wellman, B, "Searching for Culture High and Low", *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol 12, Issue3, article 4, Retrieved December 2, 2013 from: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue3/kayahara.html>
- 47- طارق الشوربجي، استخدامات المراهقين في الريف المصري للتلفزيون والإشباع المتحققة لهم، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001م).
- 48- حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد، *الاتصال ونظرياته المعاصرة*، ط2 (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001م) ص249.
- 49 -Wenner A. (1985) *The Nature of News Gratifications, Media gratifications research*, Pp. 171-193.
- 50- حسن عماد مكاي، مرجع سابق، ص ص 165-166
- 51- سهير صالح إبراهيم، الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2005م) ص 105 - 106.
- 52- ريم اسماعيل عبود، استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسوريا لشبكة الانترنت والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2004م) ص 226.
- 53- عبد العزيز السيد عبد العزيز، *مناهج البحث العلمي* (القاهرة، دار النهضة العربية، 2007م) ص 28.
- 54- محمد عبد الحميد، *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير* (القاهرة، عالم الكتب، 2000م) ص 55.
- 55- جهاد عبد اللطيف محمد، مرجع سابق ص 118.
- 56- وليد المارديني، مرجع سابق ص 16.
- 57- علي بن سعد القرني، مرجع سابق ص 39.
- 58- سامح، مرجع سابق ص 98.
- 59- رشا حامد عطية الطنطاوي، مرجع سابق.
- 60- Sheila McAllister, Op. Cit.
- 61 - Gdowski, G.S, Op. Cit.
- 62- سمير عبد اللطيف لطفى محسن، مرجع سابق.