



Afaq Journal for Human
and Applied Studies

Faculty of Arts and Sciences
ALAbyar University of Benghazi

ISSUE: **2** — August **2024**

مجلة آفاق للدراسات
الإنسانية والتطبيقية
كلية الآداب والعلوم الإيبار
جامعة بنغازي
العدد: الثاني — أغسطس 2024



استخدام طلاب الكليات الطبية للإعلام الجديد و انعكاسه على متابعتهم للإعلام التقليدي، "دراسة ميدانية"

¹ أ.سالم علي الطالب حمد.

1. محاضر بقسم العلاقات العامة كلية الإعلام جامعة بنغازي

DOI: <https://doi.org/10.37376/ajhas.vi2.6852> Received: 18.02.2024 Accepted: 15.04.2024 Published: 16.08.2024

ملخص:

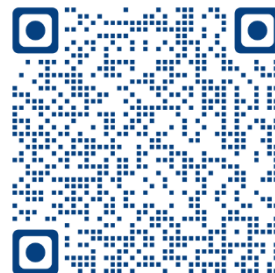
هدفت الدراسة إلى معرفة استخدام طلبة الكليات الطبية للإعلام القديم والحديث من حيث معرفة الزمن المخصص للمتابعة والاستخدام والدوافع والإشباع المتحققة من المتابعة والاستخدام، بالإضافة إلى معرفة المصدر الأول للمعلومات لعينة البحث، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وطبقت على عينة من طلبة الكليات الطبية واستخدمت استمارة استبيان لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الحديث أكثر متابعة واستخداماً ويعود ذلك إلى سرعته في تقديم المعلومات وأوصت الدراسة إلى ضرورة الاهتمام بالإعلام الحديث والاستفادة القصوى منه خاصة عندما نجده المصدر الأول للمعلومات لدى شريحة هامة جد وهم طلاب الجامعات

الكلمات المفتاحية: استخدام، طلبة الكليات الطبية، الإعلام الجديد، الإعلام القديم

Copyright©C2024University of Benghazi.

This.open.Access.article.is Distributed under a [CC BY-NC-ND 4.0 licens](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Scan QR & Read Article Online.](#)



E-ISSN 3007-4495

ISSN-L 3007-4495

Legal Deposit Number 313/2023

DOI <https://doi.org/10.37376/ajhas.vi2>

Frequency: Two Issues per year

Publication Fees are Free

Publisher: University of Benghazi, Benghazi, Libya

Editor-in-Chief Prof. Mohamed Lama

<https://journals.uob.edu.ly/AJHAS>

✉ ajhas.journal@uob.edu.ly

☎ +218924809776

220 Page |



Afaq Journal for Human
and Applied Studies
Faculty of Arts and Sciences
ALAbyar University of Benghazi
ISSUE: **2** — August **2024**

مجلة آفاق للدراسات
الإنسانية والتطبيقية
كلية الآداب والعلوم الإيبار
جامعة بنغازي
العدد: الثاني — أغسطس 2024



The Medical college students use of new media and it's impact on following traditional media

¹Mr. SALEM ALI TALEB HAMAD

1. Lecturer at the Faculty of Media, University of Benghazi

Abstract

The objective of the study was to determine the degree to which visual management strategies were This study aimed to know the use of traditional and new media by medical college students byknowing the time allocated to them in terms of follow-up and use ,as well as knowing the motives for use and the satisfactions achieved from their use, in addition to seeking to know which of them is considered the primary course of information for the study sample and was based on the descriptive approach was applied to a sample of medical college students ,and questionnaire form was used to collect information.

The study concluded that the time allocated for following modern media amounts to four hours a day, which is a large amount of time compared to the time allocated for following traditional media.

The study sample believes that the reason for this the reason for this is the speed in providing information.

The study recommended the necessity of paying attention to modern media and making the most of it in the educational aspect, especially when we find it to be the primary source of information for a very important segment, namely university students.

Keywords: use, medical college, students, new media, old.



مقدمة:

مستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي على
الهاتف المحمول يتم إضافتهم كل يوم
(زرن، 2017)

هذه الأرقام تفرض على كل المهتمين
بالإعلام الاستفادة منها بدرجة كبيرة
لأنها أرقام ملفتة للنظر من حيث استخدام
شعوب الأرض لهذا الوافد، وفي فترة زمنية
قصيرة؛ إذا ما قورنت باستخدام وانتشار الإعلام
القديم، مع مراعاة جوانب تقنية وتعليمية أخرى
بالتأكيد أنها ساعدت في سرعة انتشار هذا
الجديد.

مشكلة الدراسة:

لا اعتقد أن ثمة بحث ما في مجال
من مجالات الحياة ، جاء دون تساؤلات أو
انشغال واهتمام حدث في ذهن الباحث، وهي
تبادرت إلى الذهن نتيجة : الملاحظة المكررة او
القراءة او لارتباطها بالتخصص العلمي للباحث،
وفي هذه الدراسة من خلال الملاحظة العامة
للباحث والقراءة عن هذا الموضوع والارتباط
بالتخصص جاءت فكرة دراسة هذه المشكلة،
حيث لاحظ الباحث ومن خلال تواجده في
المكتبة المركزية في الكليات الطبية ، أن هناك
عدد الألباس به من الطلبة يدخلون إلى المكتبة
كل يوم، وهي مكتبة يوجد بها العديد من الكتب

كل ما هو جديد يثير التساؤل والنقاش
والربكة أحيانا، ولفت النظر والانتباه، خاصة
إذا كان ذلك الجديد يحمل في طياته إنهاء كل ما
هو قديم، أو تغيير شكله المعتاد المتعارف عليه،
وهذا تماما ما يحصل مع الوافد الجديد الذي
يسمى بعديد الأسماء مثل: الإعلام الإلكتروني –
الإعلام الرقمي – الإعلام الجديد – والعديد من
الأسماء الأخرى التي سوف يتم ذكرها في أسطر
قادمة، هذا الوافد كثر الحديث عنه نظراً لما له
من أثر كبير على ما هو معتاد في الإعلام القديم.

قد نكون سعداء ونحن نعيش عصر
الإعلاميين الاثنين معا ، لكن قد يكون بيننا تعساء
لعودهم على القديم فقط، نحن نلاحظ الآن
النقاش الواسع الذي يدور بين مؤيدي الإعلام
القديم والجديد، وظهور العديد من الدراسات
التي تؤيد فكرة النهايات بما تقدمه من نتائج
مهمه تدعو إلى الانتباه لهذا الوافد الجديد،
والعمل على إيجاد آلية صحيحة للتعامل معه ،
فحين نقول : إن سكان الأرض يبلغ تعدادهم
7.3 مليارات نسمة ونجد من بينهم 3.17 مليارات
نسمة لديهم ارتباط قوي بالإعلام الجديد وأن
لكل واحد منهم أكثر من خمسة حسابات على
مواقع التواصل الاجتماعي ؛ بل ان هناك مليون



Afaq Journal for Human
and Applied Studies
Faculty of Arts and Sciences
ALAbyar University of Benghazi
ISSUE: **2** — August **2024**

مجلة آفاق للدراسات
الإنسانية والتطبيقية
كلية الآداب والعلوم الإيبار
جامعة بنغازي
العدد: الثاني - أغسطس 2024



• التعرف على أكثر الوسائل الإعلامية
القديمة والحديثة استخداماً من قبل عينة
الدراسة.

• معرفة حجم متابعة أفراد العينة
لوسائل الإعلام القديم مقارنة بحجم متابعته
لوسائل الإعلام الجديد.

• التعرف على دوافع استخدام الإعلام
القديم والحديث من قبل عينة الدراسة
وتحليلها.

• التعرف على الإشباعات المتحققة من
استخدام الإعلام القديم والحديث من قبل
عينة الدراسة.

• التعرف على حصول الطلاب على
دورات تدريبية من عدمه على استخدام الإعلام
الحديث.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في:

• تناول الدراسة موضوع هام يشغل
بال المهتمين بتأثير وسائل الإعلام الحديث في
المجتمع.

• قلة الدراسات العلمية التي تناول
موضوعاً يتعلق باستخدام الطلبة للإعلام
الجديد.

الورقية العامة والمتخصصة، وكذلك العديد من
المجلات الورقية العلمية المتخصصة، إلا أن
الطلبة لا يستخدمونها إلا بشكل ضئيل جداً،
وإنما يعتمد الطلاب على التقنيات الاتصالية
الحديثة، من خلال استخدام أجهزة الكمبيوتر
المحمولة (لابتوب) أو استخدام هواتفهم الذكية،
من هنا جاءت رغبة الباحث في القيام بدراسة
علمية للوصول إلى نتائج علمية؛ مبنية على
دراسة علمية وليس على الملاحظات العامة فقط.
وقد تم تحديد مشكلة الدراسة في
العنوان التالي: استخدام طلبة الكليات الطبية
للإعلام الجديد، وانعكاسه على متابعتهم للإعلام
التقليدي.

أهداف الدراسة:

• التعرف على أيهما أكثر استخداماً
الإعلام القديم أم الحديث من حيث النوع من
قبل عينة الدراسة.

• التعرف على الإعلام القديم أم الحديث
الذي يعد المصدر الأول للمعلومات لأفراد
عينة الدراسة.

• التعرف على أسباب الاعتماد على
الإعلام القديم والحديث كمصدر أول
للمعلومات لأفراد عينة الدراسة.



ما هي الإشاعات المتحققة من
استخدام الإعلام القديم والحديث من قبل
طلاب الكليات الطبية
هل هناك دورات تدريبية على استخدام
الإعلام الحديث لطلبة الكليات الطبية
الدراسات السابقة:
*دراسة سامر رجا
الفيلات(الفيلات، 2009)، استخدام طلبة
الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية
والإشاعات المتحققة منها، هدفت هذه الدراسة
إلى التعرف على العادات الاتصالية متمثلة
بعادات مشاهدة القنوات الفضائية من قبل
طلبة الجامعات الأردنية، والتعرف على
الإشاعات والدوافع المتحققة من هذه
المشاهدة، وقد استخدمت الدراسة المنهج
الوصفي بأسلوب المسح الميداني، وتكون مجتمع
الدراسة من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة
وتم اختيار عينة عمدية عددها 480 طالباً
وطالبة وتم الاعتماد على استمارة الاستبيان في
جمع المعلومات وتوصلت الدراسة إلى عدد من
النتائج منها مايلي:
تعتبر قنوات الأفلام من أكثر القنوات
تفضيلاً

• تهتم هذه الدراسة بالبحث في وسائل
الإعلام الجديد باعتبارها أدوات مهمة يمكن
الاعتماد عليها في مجال التعليم.
• ربط استخدام الإعلام الحديث
والاعتماد عليه بفئة هامة من فئات المجتمع وهم
طلاب الكليات الطبية.
• إثراء المكتبة الليبية بدراسات في هذا
الجانب
تساؤلات الدراسة:
هل هناك اختلاف في استخدام الإعلام
القديم والجديد من حيث النوع
ما هو المصدر الأول للمعلومات الإعلام
القديم أم الحديث لطلاب الكليات الطبية
ما هي أسباب الاعتماد على الإعلام
القديم والحديث كمصدر أول للمعلومات
لطلاب الكليات الطبية
ما هي أكثر الوسائل الإعلامية القديمة
والحديثة استخداماً من قبل طلاب الكليات
الطبية
ما هو الزمن المخصص لمتابعة الإعلام
القديم والحديث من قبل طلاب الكليات الطبية
ما هي دوافع استخدام الإعلام القديم
والحديث من قبل طلاب الكليات الطبية



وأصبح العدد النهائي لعينة الدراسة 241
استاذاً، وقد اعتمدت الدراسة على استمارة
الاستبيان في جمع المعلومات وتوصلت الدراسة
إلى النتائج التالية:

الفئة العمرية أقل من 30 سنة: أكثر
تعرضاً واستخداماً للإنترنت أقبل كثير من
أساتذة جامعة "بانتة" على استخدام الانترنت
وبلغت النسبة أكثر من 95. %

أهم أسباب الاستخدام كانت تتعلق
بالجوانب العلمية

ما نسبته 57.82% خيروهم تتجاوز
أربعة سنوات في استخدامهم للإنترنت

ما نسبته 24.77% يعتبرون الصحف
الالكترونية بديلاً عن الصحف الورقية

ما نسبته 21.7 يرون أن الصحف
الالكترونية لا تحتاج إلى جهد ووقت ومال كبير

ما نسبته 20.59 يقولون إن سبب
تفضيلهم للصحف الالكترونية على الورقية هو

صدور الالكترونية قبل الورقية

الأخبار والموضوعات المتعلقة بالجانب
السياسي أكثر المواضيع متبعة في الصحف
الالكترونية من قبل الذكور في عينة الدراسة يلي
ذلك الموضوعات المتعلقة بالجوانب العلمية
وثالثا تأتي متابعة الأمور الرياضية أما الإناث من

احتلت قناة mbc المرتبة الأولى في
المتابعة دافع التسلية أقوى دوافع مشاهدة
القنوات الفضائية

*دراسة محمد الفاتح حمدي(حمدي
(2010)، استخدام النخبة للصحافة الإلكترونية
وانعكاساتها على قراءة الصحف الورقية أساتذة
جامعة بانتة نموذجاً، وقد هدفت هذه الدراسة
إلى:

قياس درجة تعرض النخبة الجزائرية
للصحافة الالكترونية

التعرف على تفصيلاتهم للمواد
الإعلامية في مواقع الصحف الالكترونية

التعرف على دوافع استخدامهم
للصحف الالكترونية

التعرف على الإشاعات المتحققة من
استخدامهم للصحف الالكترونية

التعرف على درجة تأثير الصحافة
الإلكترونية على الممارسة الصحافية في الجزائر

والوطن العربي

وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج
الوصفي بأسلوب المسح، وتكون مجتمع الدراسة
من أساتذة جامعة بانتة والبالغ عددهم
عام 2008-2009 1471 أستاذاً وقد تم اختيار
أربعة كليات بطريقة قصدية من بين سبع كليات



عدد مرات الدخول إلى المواقع خلال
اليوم الواحد خمس مرات فأكثر هي الأعلى
وبلغت النسبة 47%

من لديهم خبرة 5 سنوات فأكثر هم
أكثر من يستخدم هذه المواقع التسلية والترفيه
في مقدمة الموضوعات التي تفضلها عينة
الدراسة 69% من عينة الدراسة تشير إلى ان
مواقع التواصل الاجتماعي قد عزلت الشباب عن
واقعهم الحقيقي

دراسة مروه سيل عجيذة (عجيذة،
2012) تقييم النخبة لدور وسائل الاتصال
الالكترونية الحديثة في تشكيل اتجاهات الرأي
العام نحو الثورة المصرية وقد هدفت هذه
الدراسة إلى التعرف على:

-متابعة المبحوثين لوسائل الاتصال
الالكترونية الحديثة

-اعتماد المبحوثين على وسائل الاتصال
الحديثة

-وسائل متابعة المبحوثين لأحداث
الثورة

-اتجاهات المبحوثين نحو وسائل
الاتصال الحديثة

-قدرة وسائل الاتصال الالكترونية
الحديثة على التعبئة السياسية للجمهور

عينة الدراسة فكانت أولا الموضوعات المتعلقة
بالجوانب الثقافية يلي ذلك الأمور المتعلقة
بالجوانب العلمية.

متابعة الصحف الجزائرية الالكترونية
جاء في المرتبة الأولى من حيث المتابعة يلي ذلك
الصحف الالكترونية العربية
*دراسة عمر أحمد عبد الرحيم،
(عبد الرحيم، عبدالعزيز، 2015) محمد صالح
عبد العزيز، تأثير وسائط التواصل الاجتماعي
الالكتروني على طلاب الجامعات دراسة تطبيقية
بجامعة إفريقيا العالمية في الفترة من 2013-
2015.

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة التغير على
السلوك الاجتماعي لدى طلاب الجامعات نتيجة
التأثير بالإعلام الجديد وقدم تم اختيار عينة
بشكل عشوائي واعتمدت الدراسة على المنهج
الوصفي، واستخدمت أدوات الملاحظة والمقابلة
والاستبيان للحصول على النتائج التي كان من
بينها مايلي:

بلغت نسبة استخدام مواقع التواصل
الاجتماعي 99.1%

الفيديوك وواتساب هي الأعلى استخداماً بنسبة
51%



-أسباب استخدام وسائل الاتصال
الالكترونية الحديثة جاءت كالآتي:
-أنها وسائل شخصية يحررها المواطن
بنسبة 74%
-تعبير عن نبض الجماهير بنسبة
66.7%
-عدم الخضوع للقيود المفروضة على
الإعلام التقليدي وبلغت النسبة 60%
-بعيدة عن الطابع الدعائي الذي
تستخدمه وسائل الاتصال التقليدية بنسبة
44.7%
52% من عينة الدراسة ترى أن وسائل الاتصال
الالكترونية الحديثة لديها القدرة على التعبئة
السياسية للرأي العام
*دراسة إغالون نوره(نورة، 2018)،
شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تكوين
الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري،
(فيسبوك -تويتر) نموذجاً.
هدفت الدراسة إلى معرفة مدى
انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في أوساط
الشباب الجامعي الجزائري والتعرف على تفاعل
الشباب مع تلك الوسائل واستخدامهم لها
والإشاعات المتحققة من استخدامها وعلاقة
ذلك بالوعي السياسي لديهم، وقد استخدمت

مدى تفوق وسائل الاتصال
الالكترونية الحديثة على وسائل الاتصال
التقليدية
-مدى توافر معايير الأداء الإعلامي في
وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة.
وقد استخدمت الدراسة المنهج
الوصفي أسلوب المسح الإعلامي ولجمع
المعلومات تم الاعتماد على استمارة استبيان
للحصول على معلومات من عينة تم اختيارها
بأسلوب التوزيع المتساوي 50 للنخبة السياسية،
50 للنخبة الأكاديمية، 50 للنخبة الإعلامية
حيث كان العدد الكلي لعينة الدراسة 150 مفردة
وتوصلت الدراسة إلى مايلي:
-النسبة الأكبر من عينة الدراسة تتابع
وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة وبنسبة
73.3%
-النسبة الأكبر من المبحوثين فيما
يتعلق بالخبرة تستخدم وسائل الاتصال
الالكترونية الحديثة قبل الثورة بثلاثة أعوام
حيث بلغت النسبة 58.7%
-النسبة الأكبر من النخبة فيما يتعلق
بمسالة الاعتماد، تعتمد على وسائل الاتصال
الالكترونية الحديثة كمصدر للمعلومات



نظر الإعلاميين الليبيين، وقد هدفت هذه
الدراسة إلى التعرف على:

-انعكاسات الإعلام الجديد على
الصحف التقليدية من وجهة نظر الصحفيين
الليبيين

-أكثر الوسائل الإعلامية الجديد
استخداماً من قبل الصحفيين الليبيين

-مميزات الإعلام الجديد من وجهة نظر
الصحفيين الليبيين

دوافع استخدام الإعلام الجديد من قبل
الصحفيين الليبيين

-وقد استخدمت الدراسة المنهج

الوصفي من خلال أسلوب الدراسات المسحية

وتكون مجتمع الدراسة من الإعلاميين في صحف

الساعة وفبراير والرأي وتم اختيار عينة عشوائية

طبقية منهم بلغ عددها 120 مفردة واعتمدت

الدراسة على استمارة استبيان للحصول على

المعلومات والتي كان من بينها مايلي:

-من يستخدم الانترنت لأكثر من

3ساعات كانت الأعلى ونسبة 54%

-الهاتف الذكي أكثر الوسائل

استخداماً لتصفح الانترنت حيث بلغت النسبة

34.6%

الدراسة المنهج الوصفي من خلال دراسة مجتمع
الشباب الجامعي ووصفه كما هو وقد تم اختيار
العينة بطريقة قصدية باختيار طلبة كلية
الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 حيث تم
اختيار 80 مفردة، ولجمع المعلومات تم الاعتماد
على استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى
عدد من النتائج منها مايلي :

86.2% من عينة الدراسة يستخدمون

شبكات التواصل الاجتماعي

أهم دوافع الاستخدام كان الحصول

على المعلومات السياسية وبلغت نسبة أصحاب

هذا الرأي 63.8%

ما نسبته 58.8 يقولون إنهم

يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في اليوم

من ساعة إلى ثلاث ساعات الفئة العمرية من

22-25 هي الأكثر استخداماً لمواقع التواصل

الاجتماعي ونسبة 38%

71.2% من أفراد عينة الدراسة يعتبرون شبكات

التواصل الاجتماعي مصدرهم الأول في الحصول

على الأخبار السياسية

*دراسة طارق المبروك الصادق

خميس (خميس، 2017) تأثير الإعلام الجديد

على واقع الصحافة التقليدية في ليبيا من وجهة



بالإضافة إلى استخدام الملاحظة العامة في بعض منها، كما ان اغلب الدراسات السابقة التي تم عرضها تتشابه مع الدراسة الحالية في المجتمع العام للدراسة ، وهم الطلاب والأساتذة و الشباب بشكل عام .ومن ناحية النتائج التي تم الوصول إليها فقد كانت متشابهة في بعض منها ، حيث نجد أن الجزء الأكبر من الزمن المخصص كان لمتابعة الإعلام الحديث، وتصدر الفيس بوك المرتبة الأولى في المتابعة في عدد منها، كما تشابهت كذلك في أن أسباب استخدام الإعلام الحديث؛ ترجع بشكل أساسي في أنها بعيدة عن القيود المفروضة على الإعلام التقليدي القديم ، غير أننا وجدنا اختلاف بين هذه الدراسة ودراسة (اغالون2018) من حيث أن دوافع استخدام الإعلام الحديث ؛ فقد كانت اهم الدوافع وراء استخدام الإعلام الحديث في دراسة اغالون دوافع سياسية بينما نجد أن أهم دوافع استخدام الإعلام الحديث في هذه الدراسة كانت دوافع دينية واجتماعية، وقد يعود هذا الأمر إلى طبيعة المجتمع بشكل عام في كل من الدراستين، هذا التشابه بين الدراسات السابقة وهذه الدراسة هو ما دعى الباحث إلى الرجوع إلى هذه الدراسات كخطوة هامة من خطوات البحث العلمي .

أكثر المواقع تصفحها هي المواقع الإخبارية الليبية بنسبة 46.7%

-مميزات الإعلام الجديد من وجهة نظر عينة البحث كانت كالآتي:

-سعة الانتشار بلغت نسبة أصحاب هذا الرأي 52.3%

-سهولة الوصول إلى أي مكان بلغت نسبة أصحاب هذا الرأي 44.9%

-التحديث المستمر والمباشر لنقل الأحداث بلغت نسبة أصحاب هذا الرأي 42.1%

-التفاعلية بلغة نسبة أصحاب هذا الرأي 39.3%

-توفير الجهد والوقت بلغت نسبة أصحاب هذا الرأي 40.2%

-التعقيب على الدراسات السابقة من خلال الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة، المتعلقة والقريبة من الدراسة الحالية ،وعرض بعضها تبين لنا أن هناك أوجه شبه في كثير من الجوانب ، من حيث: المنهجية المتبعة وكذلك في بعض النتائج التي تم الوصول إليها ؛ حيث أن أغلب الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها كانت تعتمد علي المنهج الوصفي كمنهج أساسي ؛ كما ان كل الدراسات استخدمت استمارة الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات ؛



مصطلحات الدراسة:

* استخدام: يقصد الباحث بكلمة الاستخدام في هذه الدراسة التشغيل والمتابعة لتقنية للإعلام الجديد طلبة الكليات * الطبية: يقصد بهم طلبة كليات الطب البشري والأسنان والصيدلة والصحة العامة المترددين على المكتبة المركزية بمجمع .

* الكليات الطبية الإعلام الجديد: يقصد به كل التقنيات الاتصالية الحديثة عبر شبكة المعلومات العالمية من محركات بحث ومواقع تواصل الإعلام القديم: يقصد به كل وسائل نقل المعلومات الورقية من صحف وكتب ومطبوعات مختلفة، بالإضافة إلى الإذاعة المسموعة والمرئية.

منهج الدراسة:

بما أن هذه الدراسة تسعى إلى وصف الواقع الموجود من دون إدخال متغيرات أخرى فإنها تعتمد على المنهج الوصفي.

حدود الدراسة:

أولاً: الحدود الجغرافية: تتمثل في المكتبة المركزية الموجودة في مجمع الكليات الطبية جامعة بنغازي.

ثانياً: الحدود الزمنية: بدأ من بداية توزيع استمارة الاستبيان بتاريخ بداية شهر

فبراير 2018 إلى فترة الانتهاء من استلام استمارة الاستبيان مع منتصف شهر فبراير نفس العام. مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من طلاب الكليات الطبية المترددين على المكتبة المركزية؛ ومن خلال الملاحظة والتواجد المستمر للباحث في المكتبة؛ تبين له أن أعداد الطلبة المترددين على المكتبة المركزية للقراءة والاطلاع يتراوح بين 700 إلى 1200 طالباً وطالبة تقريباً* تم اختيار عينة عشوائية منهم بلغت 120 طالباً وطالبة وبعد توزيع استمارة الاستبيان واستلامها أصبح العدد الفعلي لعينة الدراسة 100 طالب وطالبة. أداة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات؛ إضافة إلى الملاحظة كأسلوب أولي للوصول إلى بعض المعلومات، فيما يتعلق بعدد الطلاب المترددين على المكتبة مقارنة بعدد المقاعد والمخصص للاطلاع والقراءة

صدق وثبات الاستمارة:

الصدق الظاهري:

تم عرض الاستمارة على عدد من الأساتذة المختصين بهذا المجال، وتم الأخذ بملاحظاتهم وتعديل بعض الفقرات لتتوافق مع

الإطار المعرفي: الإعلام الجديد، النشأة
والتعريف:

منذ زمن بعيد مقارنة بالتغيرات
السريعة التي تحدث في المجال الإعلامي، وضع
ماكلوهان العالم الكندي بين أيدي المهتمين بهذا
المجال، أفكارا نعتقد بأن لها ارتباطاً مباشراً بما
نراه اليوم فيما يسمى بالإعلام الجديد حيث قال:
إن وسائل الإعلام ما هي إلا امتداد تكنولوجي
للإنسان وحواسه (زرن، 2017)، وهو صاحب
فكرة ان الوسيلة هي العنصر الأهم في العملية
الاتصالية.

يعد مصطلح الإعلام الجديد من بين
المصطلحات التي لم يوضع لها تعريف جامع مانع
من قبل العلماء والمهتمين بهذا المجال، حيث كثرة
التسميات لهذا الوافد الجديد، التي من بينها:
الإعلام الجديد، الإعلام الرقمي، الإعلام
الإلكتروني، إعلام الانترنت ولكل مسمى مربراته،
كل هذه التسميات مرتبطة بشكل مباشر
بالتطور التقني الذي حدث في وسائل الاتصال،
مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد
والعشرين، حيث يقوم الإعلام اليوم على
الاستفادة القصوى من الانترنت وتكنولوجيا
الاتصال المتقدمة للوصول إلى أكبر عدد من
الجمهور (لبيد، 2018).

أهداف الدراسة وللتأكد من مطابقتها للمعنى
الذي يقصده الباحث مع المعنى الذي تثيره في
أذهان أفراد العينة بخصوص التساؤلات
المطروحة في الاستبانة.
ثبات الأداة:

جدول رقم 1 قياس ثبات أداة الدراسة

باستخدام معامل ألفا كرونباخ

قيمة الثبات الكلي لأداة الدراسة	قيمة الصدق الذاتي
.879	.937

تم استخدام معامل الثبات ألفا
كرونباخ الذي يقيس حجم الاتساق الداخلي
لأداة الدراسة، وهو يظهر قيمة يمكن التعويل
عليها في البحث العلمي حيث بلغ مستوى الثبات
.879. وهي بذلك تشير إلى استقرار وانسجام
واضحين في إجابات المبحوثين عن أسئلة
الاستبانة، بالإضافة إلى أن حساب قيمة الصدق
الذاتي للاستبانة يظهر ارتفاع ملحوظ في حجم
تطابق المعنى المراد البحث فيه لدى الباحث
والمبحوثين، حيث بلغت قيمته .937، وعلى هذا
الأساس تم توزيع الاستبانة على أفراد العينة بعد
الانتهاء من هذه الإجراءات.



يدي وبشكل أكثر أهمية على شبكة الانترنت
"(لبيد، مرجع سابق)

أما قاموس التكنولوجيا الرفيعة
High-Tech Dictionary يعرف الإعلام الجديد
بأنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر
والوسائط المتعددة" (عبد الرزاق، 2011)

وعند موسوعة الويب نجد إن الإعلام
الجديد يشير إلى "العديد من الأشكال
المستخدمة من نظم الاتصال الإلكتروني والتي
أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر" (شقرة،
مرجع سابق)

وتقول المجلة العربية للإعلام إن
الإعلام الجديد هو "الخدمات والنماذج
الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير
محتوى وسائل الاتصال الإعلامي أليا أو شبه ألي
في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات
الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج
تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواة
الإعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون
وتشمل الإشارات والصور والمعلومات والأصوات
المكونة لمواد إعلامية" (زرن، مرجع سابق)
أهمية الإعلام الجديد:

عند الحديث عن أهمية الإعلام
الجديد فإننا لا نريد بذلك التأكيد على تفوق

وليس الوصول فقط وإنما التفاعل
معهم بشكل مستمر، هنا يجب أن ننتبه إلى أن
الانترنت أعاد تشكيل النماذج التقليدية في
التفاعل البشري، فعلى الرغم من أهمية
الاتصال المواجهي في التفاعل البشري وأهمية
الاتصال اللفظي وغير اللفظي في هذا الجانب؛
إلا أن التفاعل عن طريق الانترنت سمح
للمتفاعلين بالحديث في كل المواضيع وعرضها
بصور مختلفة والتي لم يكن من المريح التحدث
فيها في الاتصال المواجهي المباشر (فله، 2009)

ويمكن القول إن الإعلام الجديد حدث
لاتحاد ظاهرتين بارزتين عرف بهما العصر الحالي
وهما ظاهرة تفجر المعلومات وحفظها وتخزينها
وظاهرة الاتصال عن بعد (لبيد، مرجع سابق
128،

يرى ليستر أن الإعلام الجديد هو "
مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من
تزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام
والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت
والفيديو" (شقرة، 2014)

بينما عرفته مجلة بي سي بأنه "كل
أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تتضمن
النشر على الأقراص المدمجة وأقراص الدف



وتظهر لنا قوة الإعلام الجديد في الجانب الاقتصادي حيث نتائج الأبحاث تتحدث عن ذلك فمثلا نجد أن "أمازون Amazon هي اليوم اكبر مكتبة لتجارة الكتب في العالم بعرضها لأكثر من ثلاثة ملايين عنوان على الشبكة للجمهور العريض ... كذلك نجد ان التقييم السوقي لمحرك البحث قوقل Google وياهو Yahoo يتجاوز 177 مليار دولار وهو ما يعادل التقييم السوقي لكل من بوينغ (Boeing) وفورد (Ford) وجنرال موتورز (General Motor) وكولغايت (Colgate) وميرك (Merk) مجتمعين" (الحيدري، 2010)

نلاحظ أهمية الإعلام الجديد من ناحية أخرى تتمثل في اعتماد وسائل الإعلام التقليدية على وسائل الإعلام الحديث بشكل كبير " فقد توصلت دراسة ((DreznerFarrel إلى تزايد اعتماد الصحفيين والكتاب ورؤساء تحرير الصحف على المدونات السياسية حيث أصبحت الاستعانة بهذه المدونات جزء من الروتين اليومي لجمع الأخبار " (عبدالرازق، الساموك، 2011) بل تجاوز الأمر مسألة الاعتماد والوصول إلى التغيير الكلي في شكل الإعلام التقليدي فمثلا "صحيفة الواشنطن بوست قد بيعت عام 2013 إلى مؤسس موقع (أمازون جيف بيزو سن) وفي

أحدهما- الجديد والقديم - عن الآخر، هذه مسألة تشهد النقاش والدراسات حولها ؛ ولسنا هنا بصدد إثباتها أو نفيها.

في هذه الأسطر القليلة أردنا ان نوضح ما للإعلام الجديد من أهمية من خلال ما توصلت إليه دراسات بشأنه والتي لا مناص من التوقف عندها وذكرها وهي:

الإعلام الآن بمسمياته المختلفة الحديث والإلكتروني والتقني.. الخ يجذب شريحة هامة من المجتمع وهي فئة الشباب وهذا ما توصلت إليه نتائج كثير من الدراسات " حيث أن أغلب الإحصائيات في أغلب الدول الأوروبية وأمريكا اللاتينية وحتى منها دول عربية تؤكد أن الفئة العمرية من 18-35 تستمد أخبارها من شبكة الانترنت " (زرن، مرجع سابق)

ونرى جانب آخر في هذه المسألة أن الأمر لا يتعلق بدرجة الاعتماد على المحتوى وإنما له زاوية أخرى وهو الزمن الذي يقضيه الشاب في استخدام هذا الوافد الجديد " فقد ذكر مركز بيو الأمريكي للأبحاث أن الفئة العمرية التي يتراوح أعمارها من 13-24 تستهلك المحتوى المشاهد من الانترنت وخصوصا اليوتيوب بمعدل 11 ساعة في الأسبوع" (زرن مرجع سابق)



أنواع الإعلام الجديد:

من خلال الاطلاع على أدبيات الإعلام الجديد نلاحظ أنها تشمل هذه الأنواع الأربعة:
- "الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت online وتطبيقاتها ...

-الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.

الإعلام القائم على الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت لها مميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

الإعلام القائم على منصة الكمبيوتر offline ويتم تداول هذا النوع أما سبكيًا أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية كما يمكن النظر إلى إشكال الإعلام الجديد من خلال احتوائه على عدد من إشكال تكنولوجيا الاتصال عن بعد والتي تتمثل في الاتصال الكابلي – تكنولوجيا الأقمار الصناعية والميكروويف، والألياف الضوئية، والاتصالات الرقمية التي نتج عنها كل تكنولوجيا الإعلام الإلكتروني المتمثلة في شبكات الانترنت، والصحافة والإذاعة والقنوات

بريطانيا توقفت الاندبندنت عن طبع نسختها الورقية، وعلى مدار العشر السنوات الماضية اختفت 300 صحيفة ورقية في أمريكا ("زرن، مرجع سابق)

كما أن أهمية وسائل الإعلام الجديد تظهر بشكل جلي من خلال الوقت المخصص له فعلى سبيل المثال نجد ان الوقت الذي يقضيه المواطن البريطاني على الانترنت تضاعف خلال العشر سنوات إلى 20 ساعة أسبوعيا بدلا من 10 ساعات خلال عام 2005.

وعلى الرغم من كل ما تم عرضه من نتائج، إلا أن هنالك نتائج أخرى ترى أهمية للإعلام القديم ففي "استطلاع لمؤسسة ريدرديجست أظهرت أن 70% من القراء الأمريكيين يعتبرون قراءة الكتاب الإلكتروني مجهدة، كما أن عدد الناشرين للكتب تضاعف ثلاث مرات خلال العشر السنوات الماضية " (زرن، مرجع سابق)

وفي عالمنا العربي تشير استطلاعات الرأي إلى ان الجمهور يعتمد على التلفزيون كمصدر أول للإخبار السياسية بنسبة تقترب من 60% ويأتي الانترنت في المرتبة الثانية بنسبة 22% في حين يحل الراديو ثالثا 18% كمصدر للمعلومات السياسية (قطبي، 2018)

وتوزيعها والفارق هنا مع الإعلام القديم وجود
التفاعلية " (عيساني، السنة، 2013).
عرض وتحليل نتائج الدراسة وتفسيرها:
عرض وتحليل البيانات الخاصة بتساؤلات
الدراسة:
يمكن عرض تحليل البيانات الخاصة
بتساؤلات الدراسة من خلال النقاط التالية:
أولاً: تحليل البيانات الخاصة بالتساؤل الأول
ونصه: هل هناك فروق في استخدام نوع الإعلام
وفقاً للنوع، وما نوع الإعلام المفضل في
الاستخدام؟

التلفزيونية الالكترونية والإعلانات والمدونات
وقنوات التواصل الاجتماعي. (البید، مرجع سابق)
خصائص الإعلام الجديد:
-دمجه للوسائل المختلفة القديمة
والمستحدثة في مكان واحد على منصة الكمبيوتر
وشبكاته ... ونتيجة ذلك تغير النموذج الاتصالي
الموروث حيث يستطيع الفرد العادي إرسال
رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد.
-تبني الإعلام الجديد للتكنولوجيا
الرقمية وحالات التفاعلية ... وتحقيقه لميزات
الفردية، وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود
الدولية.

-استخدام الكمبيوتر والاتصال عن
بعد في إنتاج المعلومات والتسليّة وتخزينها

جدول رقم (2) يبين تركيز أفراد العينة على استخدام وسائل الإعلام (تقليدي، جديد) حسب متغير النوع

نوع الإعلام النوع	تقليدي		حديث		المجموع
	ك	%	ك	%	
ذكور	19	19%	30	30%	49
إناث	21	21%	30	30%	51
المجموع	40	40%	60	60%	100

يتبين من الجدول رقم (2) الخاص
بتوزيع أفراد العينة حسب النوع بأن مستخدمي
الإعلام التقليدي من الذكور يشكلون نسبة
(19%) من عينة الدراسة، بينما نسبة الإناث
بلغت (21%)، مما يدل على تقارب بين الذكور

الذكور والإناث (30%) من عينة الدراسة.
من نفس الجدول السابق بوجود تقارب بين
الذكور والإناث في استخدام وسائل الإعلام
الحديث حيث بلغت نسبة المستخدمين من
الذكور والإناث (30%) من عينة الدراسة.

ثانيا: عرض وتحليل البيانات الخاصة بالتساؤل
الثاني ونصه: ما الزمن المستغرق في استخدام
نوع الإعلام التقليدي والحديث؟

جدول رقم (3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الزمن المستغرق

الإعلام الحديث		الإعلام التقليدي		عدد الساعات
%	ك	%	ك	
%0	0	% 53	53	أقل من ساعة
%11	11	%22	22	من ساعة إلى اثنين
%22	22	%15	15	من ساعتين إلى أربع
%67	67	%10	10	أكثر من أربع
%100	100	%100	100	المجموع

المخصص لمتابعة الإعلام التقليدي وهذه
النتيجة قد تشترك مع نتيجة دراسة محمد
الفتاح حمدي والتي أشارت إلى أن الفئة العمرية
أقل من 30 هي الأكثر استخداما للإعلام الحديث
وبنسبة 73% من عينة الدراسة وهي تشترك مع
هذه الدراسة في أن أعمار طلاب الجامعات عادة
تكون ضمن هذه الفئة.

ثالثاً: عرض وتحليل البيانات الخاصة بالتساؤل
الثالث ونصه: ما أهم أسباب استخدام

يشير الجدول رقم (3) إلى توزيع أفراد
عينة الدراسة حسب عدد الساعات المستغرقة
في متابعة وسائل الإعلام التقليدي والحديث،
ويتبين من هذا الجدول أن أغلب أفراد عينة
الدراسة فيما يتعلق بالزمن المخصص للإعلام
التقليدي كانت النسبة الأعلى للزمن أقل من
ساعة وبنسبة 53% بينما كانت النسبة الأعلى
للزمن المخصص أكثر من أربع ساعات هي 67%.
وهكذا تشير البيانات إلى أن الزمن المخصص
لمتابعة الإعلام الحديث كبيراً إذا ما قورن بالزمن

جدول رقم (4) يوضح أهم أسباب استخدام الإعلام التقليدي أهم الأسباب

أهم الأسباب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة المتوسط	الترتيب
سهولة الاستخدام	31	10.66	60%	الثانية
الثقة في المعلومات التي تقدمها	29	6.56	58%	الثالثة
تعمل وفق إجراءات قانونية	23	4.30	46%	الرابعة
لا يحتاج استعمالها تركيز كبير	38	8.18	76%	الأولى

وكذلك الثقة في معلوماتها بنسبة (58%)، وكان أضعف أسباب الاستعمال كان لخيار أنها تعمل وفق شروط قانونية بنسبة (46%).
رابعاً: تحليل البيانات الخاصة بالتساؤل الرابع ونصه: ما أهم أسباب استخدام الإعلام الحديث.

يتضح من الجدول رقم (4) أن سبب عدم احتياج الإعلام التقليدي إلى تركيز كبير عند استعمالها جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (76%)، يليه سبب سهولة الاستخدام بنسبة (60%).

جدول رقم (5) يوضح أهم أسباب استخدام الإعلام الحديث

أهم الأسباب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة المتوسط	الترتيب
وسائل ذات صبغة شخصية	31	8.99	62%	الرابعة
غير خاضعة للقيود المفروضة	40	9.56	71%	الثانية
قامت بكسر احتكار المؤسسات الإعلامية	33	4.88	64%	الثالثة
سرعة الحصول على معلومات منها	45	11.6	76%	الأولى
التفاعل الذي يتحقق من خلالها مع الآخرين	31	10.55	62%	الرابعة

شخصية والتفاعل الذي يتحقق من خلالها مع الآخرين بنسبة (62%). وهذه النتائج تتفق مع نتائج دراسة مروه سيل عجيزة التي توصلت إلى أن أسباب استخدام الإعلام الحديث يعود إلى عدم الخضوع للقيود وكذلك تعتبر وسائل إعلام شخصية يحررها المواطن.

يتضح من الجدول رقم (5) أن أهم أسباب الاستخدام كان لسرعة الحصول على معلومات منها بنسبة (76%)، يليه سبب إنها غير خاضعة للقيود المفروضة بنسبة 71% ثم كسر احتكار المؤسسات الإعلامية بنسبة بلغت (64%) وأخيراً بسبب أنها وسائل ذات صبغة

خامساً: تحليل البيانات الخاصة بالسؤال
الخامس المتعلق بالدوافع ونصه: أهم الدوافع
وراء متابعة الإعلام التقليدي والإعلام الحديث؟

جدول رقم (6) يوضح ترتيب أهم الدوافع وراء استخدام وسائل الإعلام التقليدي والحديث حسب الوسط الموزون

الدوافع	الفقرات	الوسط المرجح	الوزن المنوي	الترتيب
أهم دوافع الإعلام القديم	هناك دوافع ثقافية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.33	44.33	5
	هناك دوافع سياسية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.67	55.66	1
	هناك دوافع اقتصادية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.63	54.33	2
	هناك دوافع اجتماعية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.38	46	4
	هناك دوافع رياضية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.64	54.66	2
	هناك دوافع دينية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.67	55.66	1
	هناك دوافع للتسلية وملء الفراغ لمتابعة الإعلام التقليدي	1.18	39.33	6
	هناك دوافع لتقليد الأصدقاء في متابعة الإعلام التقليدي	1.6	53.66	3
أهم دوافع الإعلام الحديث	هناك دوافع ثقافية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.16	38.66	6
	هناك دوافع سياسية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.36	45.33	3
	هناك دوافع اقتصادية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.17	39	5
	هناك دوافع اجتماعية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.46	48.66	2
	هناك دوافع رياضية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.37	45.66	3
	هناك دوافع دينية لمتابعة الإعلام التقليدي	1.53	51	1
	هناك دوافع للتسلية وملء الفراغ لمتابعة الإعلام التقليدي	1.26	42	4
	هناك دوافع لتقليد الأصدقاء في متابعة الإعلام التقليدي	1.37	45.66	3
متوسط الوزن المنوي الكلي50.85				

-أن الدوافع الدينية والسياسية جاءت
في المرتبة الأولى بوسط مرجح 1.67 يلي ذلك
الدوافع الرياضية بوسط مرجح 1.64 بعد ذلك
الدوافع الاقتصادية بوسط مرجح 1.63 ثم

تشير نتائج الجدول السابق فيما
يتعلق بالدوافع وراء استخدام الإعلام التقليدي
إلى مايلي:



الدينية كانت الأهم وراء متابعة الإعلام بنوعيه القديم والحديث وذلك ربما يعود إلى طبيعة المجتمع المسلم المحافظ، كما نلاحظ أيضا ان الدوافع الاجتماعية جاءت في مرتبة متقدمة في متابعة الإعلام الحديث ربما يعود الأمر إلى أن الإعلام الحديث تغلب عليه مواقع التواصل الاجتماعي، والتي من خلال المسمى ربما كانت محفز لاستخدام الإعلام الجديد في الجانب الاجتماعي، وهذا له صلة كبيرة كذلك بنتائج الجدول اللاحق المتعلق بالإشعاعات المتحققة من متابعة الإعلام الحديث.

سادساً: عرض وتحليل البيانات الخاصة بالسؤال السادس المتعلق بالإشباع ونصه: أهم الإشعاعات التي تحققت من خلال متابعة الإعلام التقليدي والإعلام الحديث؟

دوافع تقليد الأصدقاء بوسط مرجح 1.6 يلي ذلك الدوافع الاجتماعية بوسط مرجح 1.38 يلي ذلك الدوافع الثقافية بوسط مرجح 1.33 وأخيرا دوافع التسلية ومل الفراغ بوسط مرجح 1.18 -أما فيما يتعلق بدوافع استخدام الإعلام الحديث كانت كما يلي:

-جاءت الدوافع الدينية في المرتبة الأولى بوسط مرجح 1.53 ثم الدوافع الاجتماعية بوسط مرجح 1.46 يلي ذلك الدوافع الرياضية ودوافع تقليد الأصدقاء بوسط مرجح 1.37 بينما حلت الدوافع السياسة في المرتبة الرابعة بوسط مرجح 1.36 يلي ذلك دوافع التسلية ومل الفراغ بوسط مرجح 1.26 ثم الدوافع الثقافية بوسط مرجح 1.17 وأخيرا الدوافع الثقافية بوسط مرجح 1.16.

-من خلال الجدول السابق المتعلق بدوافع الاستخدام نلاحظ بوضوح أن الدوافع

جدول رقم (7) يوضح ترتيب الإشباعان المحققة من وراء استخدام وسائل الإعلام التقليدية والحديثة

الاشباعات	الفقرات	الوسط المرجح	الوزن المثوي	الترتب
أهم إشباعات الإعلام القديم	تساهم في إشباع الجانب السياسي	1.68	56	3
	تساهم في إشباع الجانب الاقتصادي	1.44	48	7
	تساهم في إشباع الجانب الاجتماعي	1.51	50.33	5
	تساهم في إشباع الجانب الديني	1.49	49.66	6
	تساهم في إشباع الجانب الرياضي	1.63	54.33	4
	تساهم في إشباع الجانب الثقافي	1.87	62.33	1
	تساهم في إشباع الجانب التعليمي	1.81	60.33	2
أهم إشباعات الإعلام الحديث	تساهم في إشباع الجانب السياسي	1.88	62.68	3
	تساهم في إشباع الجانب الاقتصادي	2.15	71.66	1
	تساهم في إشباع الجانب الاجتماعي	1.97	65.66	2
	تساهم في إشباع الجانب الديني	1.85	61.66	4
	تساهم في إشباع الجانب الرياضي	1.13	37.66	7
	تساهم في إشباع الجانب الثقافي	1.15	68.33	6
	تساهم في إشباع الجانب التعليمي	1.18	39.33	5
متوسط الوزن المثوي الكلي 50.68				

الاشباعات الاجتماعية في المرتبة

الخامسة بوسط مرجح 1.51 وسادسا

الاشباعات الدينية بوسط مرجح 1.49 وأخيراً

الاشباعات الاقتصادية بوسط مرجح 1.44

بينما كانت الاشباعات المتحققة من

متابعة الإعلام الحديث كما يلي:

جاءت الاشباعات الاقتصادية في

المرتبة الأولى بوسط مرجح 2.15 بينما حلت

الاشباعات الاجتماعية في المرتبة الثانية بوسط

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح

لنا أن الاشباعات المتحققة من متابعة الإعلام

القديم كانت على النحو الآتي:

جاءت الإشباعات الثقافية في المرتبة

الأولى بوسط مرجح 1.87 بينما حلت الاشباعات

التعليمية في المرتبة الثانية بوسط مرجح 1.81 في

حين جاءت الاشباعات السياسية في المرتبة

الثالثة بوسط مرجح 1.68 يليها الاشباعات

الرياضية بوسط مرجح 1.63 بينما جاءت

بوسط مرجح 1.15 وأخيراً الاشباكات الرياضية
بوسط مرجح 1.13
سابعاً: عرض وتحليل البيانات الخاصة
بالتساؤل السابع ونصه: ما أهم وسائل الاتصال
والإعلام القديم والحديث التي يتم متابعتها من
قبل أفراد عينة الدراسة

مرجح 1.97 في حين جاءت الاشباكات السياسية
في المرتبة الثالثة بوسط مرجح 1.88 يليها
الاشباكات الدينية بوسط مرجح 1.85 بينا
جاءت الاشباكات التعليمية في المرتبة الخامسة
بوسط مرجح 1.18 وسادسا الاشباكات الثقافية

جدول رقم (8) يبين ترتيب أهم وسائل الإعلام التقليدي والحديث لدى الطالب الجامعي

الوسائل	الفقرات	الوسط المرجح	الوزن المثوي	الترتيب
أهم الوسائل المستخدمة للإعلام القديم	الكتب الورقية	2.33	80.33	1
	الصحف والمجلات الورقية	1.71	57	2
	الإذاعة المسموعة	1.69	56.33	3
	الإذاعة المرئية	1.57	52.33	4
أهم الوسائل المستخدمة للإعلام الحديث	Face book	2.89	98.33	1
	Massinger	2.30	85.22	2
	Viber	2.03	77.66	3
	Whatsapp	2.00	70.2	4
	Instagram	1.99	67.66	5
	القنوات الإذاعية والتلفزيونية على الويب	1.51	52.56	6
	Google	1.20	50.51	7
	Yahoo	1.47	49	8
	السينما التفاعلية	1.39	40	9
	Skype	1.30	35	10
متوسط الوزن المثوي الكلي 51.11				

يلي: جاءت الكتب الورقية في المرتبة
الأولى بوسط مرجح 2.33 يلي ذلك الصحف
والمجلات الورقية بوسط مرجح 1.71 ثم الإذاعة

تشير نتائج الجدول السابق فيما
يتعلق بأهم وسائل الاتصال والإعلام القديم التي
يتم متابعتها من أفراد عينة الدراسة كانت إلى ما

بوسـط مرجـح 2.00 في حين جاء انستغرام (Instagram) في المرتبة الخامسة بوسـط مرجـح 1.99 والقنوات الاذاعية والتلفزيونية على اليوتيوب في المرتبة السادسة بوسـط مرجـح 1.51 وفي المرتبة السابعة كان الياهو (Yahoo) بوسـط مرجـح 1.47 ثم السينما التفاعلية بوسـط مرجـح 1.39 وفي المرتبة التاسعة كان السكايب Skype بوسـط مرجـح 1.30 وكانت المرتبة الأخيرة (Google) بوسـط مرجـح 1.20

المسموعة بوسـط مرجـح 1.69 بينما حلت أخيراً الإذاعة المرئية بوسـط مرجـح 1.57، بينما كانت النتائج المتعلقة بالإعلام الحديث كما يلي:
في المرتبة الأولى كان الفيس بوك (Face book) الأول من حيث المتابعة وبوسـط مرجـح 2.89 وهي نتيجة تتفق مع نتيجة في دراسة عمر أحمد عبدالرحيموالتي ذكرت ان (Facebook) هو الأكثر استخداماً من قبل أفراد عينة الدراسة يلي ذلك الماسنجر (Massinger) وبوسـط مرجـح 2.30 ثم الفاير Viber بوسـط مرجـح 2.03 وحل رابعاً الوتس اب (WhatsApp)

جدول رقم (9) يبين توزيع المبحوثين من خلال تحصيلهم على دورات تدريبه على وسائل الإعلام الحديث؟

هل تحصيلت على دورات تدريبه؟	ك	%
نعم	16	16
لا	84	84
المجموع	100	100

كبير من قبل أفراد عينة الدراسة لهذا الإعلام، الأمر ربما يعود إلى انتشار وشيوع الإعلام الجديد والاستخدام المكرر له، والاستخدام المكرر لا يعني بالضرورة الاستخدامات الصحيحة والاستفادة

تشير نتائج هذا الجدول إلى إن أغلب أفراد عينة الدراسة لم يتحصلوا على دورات تدريبية على استخدام الإعلام الحديث وهذا يتناقض مع نتائج سابقة في جدول رقم 7 والتي أشارت إلى استخدام

جدول رقم (10) يبين توزيع أفراد العينة حول، هل تعتقد إن وسائل الإعلام التقليدي تأثرت باستخدام الإعلام الحديث؟

هل تعتقد إن وسائل الإعلام التقليدي تأثرت باستخدام الإعلام الحديث؟	ك	%
نعم	71	71
لا	29	29
المجموع	100	100



• الدوافع الدينية والسياسية كانت أكثر الدوافع لمتابعة الإعلام القديم بينما كانت الدوافع الدينية والاجتماعية أكثر الدوافع وراء استخدام الإعلام الحديث

• الاشباعات الثقافية والتعليمية هي الأكثر اشباعا عند متابعة الإعلام القديم بينما الاشباعات الاقتصادية والاجتماعية هي الأكثر عند متابعة الإعلام الحديث

• الكتب أهم وسائل الإعلام القديم استعمالا والإذاعة المرئية هي الأكثر استخداماً، بينما الفيس بوك هو الأول من حيث الاستخدام في الإعلام الحديث والسكايب الأقل استخداماً كما رأى أفراد عينة الدراسة

• أغلب أفراد عينة الدراسة بنسبة 84% لم يتلقوا دورات تدريبية على الاستخدام الصحيح لوسائل الإعلام الجديد

• نسبة كبيرة بلغت 71% تؤكد بأن وسائل الإعلام القديم تأثرت باستخدام الإعلام الحديث

التوصيات:

• بعد أن أصبح الإعلام الجديد أكثر استخداماً وتأثيراً فلامنص إذاً من الاستفادة القصوى منه وإعداد الدورات المكثفة لمتابعة كل تغير وتطور يصاحبه وتوضيح طرق الاستفادة

تبين نتائج هذا الجدول بأن الإعلام القديم تأثر بدرجة كبيرة بالإعلام الحديث وهذه النتيجة

تتفق مع نتائج جدول رقم 2 حيث تشير نتائج ذلك الجدول إلى زمن قليل مخصص لمتابعة الإعلام القديم إذا ما تمت مقارنته بالزمن المخصص لمتابعة الإعلام الجديد.

النتائج العامة:

• ليس هناك اختلاف من حيث النوع في استخدام الإعلام القديم والحديث.

• الزمن الأكبر المخصص لمتابعة الإعلام القديم كان اقل من ساعة عند نسبة كبيرة من افراد عينة الدراسة بلغت 53% بينما الزمن أكثر من أربع ساعات كان هو الزمن المخصص لمتابعة الإعلام الحديث كما ذكر أفراد عينة الدراسة وبنسبة بلغت 67%

• ما نسبته 67% من أفراد عينة الدراسة تقول أن سبب استخدام الإعلام القديم يعود إلى أنه لا يحتاج تركيز كبير عند استعماله، بينما كان السبب الأكبر وراء استخدام الإعلام الحديث هو سرعة الحصول على معلومات منه وبنسبة بلغت 76%



4. عمر. احمد عبدالرحيم؛ محمد صالح عبدالعزيز، (2015) تأثير وسائط التواصل الاجتماعي الالكتروني على طلاب الجامعات- دراسة تطبيقية بجامعة افريقيا العالمية في الفترة 5. مروه شبل عجيبة، (2012) تقييم النخبة لدور وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الثورة المصرية، دورية إعلام الشرق الاوسط، مجلة دراسات إعلامية، خريف،،
6. إغالون نورة، (2018) شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تكوين الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري "قيس بوك، تويتر" نموذجاً، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الرابع، المركز الديمقراطي العربي، برلين - المانيا، اغسطس
7. دراسة طارق المبروك الصادق خميس (2017) ، تأثير الإعلام الجديد على واقع الصحافة التقليدية في ليبيا من وجهة نظر الإعلاميين الليبيين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الاردن،
8. جمال زن، (2017) الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، ص 6

منه وأهميته للمواطن بشكل عام، ويزداد الأمر أهمية عندما يتعلق الأمر بكيفية التعامل مع الإعلام الجديد في العملية التعليمية بمختلف مستوياتها، لذا نأمل من كل العاملين في هذا القطاع توجيه كل قدراتهم وإمكاناتهم للتعامل مع الإعلام الجديد والاستفادة منه بشكل صحيح.
المراجع:

1. جمال.زرن،.(2017)الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات ، ص 7
2. سامر رجاء الغليلات (2009)، استخدام طلبة الجامعات الاردنية للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الاردن،
3. محمد الفاتح حمدي، استخدام النخبة للصحافة الالكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية (2009)، أساتذة جامعة -بانتة نمودجا قسم علوم الاتصال والإعلام كلية الحقوق، جامعة الحاج الخضر - بانتة، الجزائر 2010



16. جمال زرن، مرجع سابق، 2017، ص4
17. جمال زرن، مرجع سابق، 2017، ص12
18. جمال زرن، مرجع سابق، 2017، ص8
19. عبدالله الزين الحيدري، (2010) الإعلام الجديد النظام والفوضى، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد 6، ص14
20. انتصار إبراهيم عبد الرزاق؛ صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الطبعة الالكترونية الأولى، جامعة بغداد، العراق، ص14
21. جمال زرن، مرجع سابق 2017، ص14
22. جمال زرن، مرجع سابق 2017، ص3
23. جمال زرن، مرجع سابق 2017، ص5
24. رضوان قطبي، (2018) شبكات التواصل الاجتماعي، الفضاء العمومي الافتراضي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الرابع، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، أغسطس، ص128
25. عيساني، رحيمه الطيب (2013) الصراع والتكامل بين الاعلام الجديد والاعلام التقليدي، مجلة الباحث العربي، العدد 20، ص54-55

9. عماد لبيد، (2018) الإعلام الجديد والافاق الجديدة للتعنبة السياسية والممارسة الديمقراطية، مجلة ابحاث قانونية وسياسية، الجزائر، العدد 6 اجوان – ص182
10. قيدوم فلة، (2009) أثر استخدام الانترنت لدى الشباب الجامعي على وسائل الإعلام التقليدية، دراسة تطبيقية على عينة من طلبة العلوم السياسية والإعلام بجامعة الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة كلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الاتصال وإعلام، ص أ
11. عماد لبيد، مرجع سابق، 2018، ص128
12. علي خليل شقرة، (2014) الإعلام الجديد، (شبكات التواصل الاجتماعي) ط1، دار اسامة، عمان الاردن، ص15
13. عماد لبيد، مرجع سابق، 2018، ص128
14. انتصار ابراهيم عبدالرازق؛ صفد حسام الساموك (2011) الإعلام الجديد .. تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، ط1، الدار الجامعية جامعة بغداد، ص5
15. علي خليل شقرة، مرجع سابق، 2014، ص53