

## استخدامات طلبة كلية الإعلام في جامعة اليرموك للهاتف النقال كوسيلة اتصالية والاشباع المتحققة منه

احمد الفالح\*

### ملخص

هدف البحث الحالي إلى دراسة استخدامات طلبة كلية الإعلام في جامعة اليرموك للهاتف النقال كوسيلة اتصالية والاشباع المتحققة منه، باعتماد المنهج المسحي، وبالاستناد إلى نظريتي ثراء الوسائل الإعلامية والتحول الرقمي، وتطبيق استبيان على عينة من طلبة كلية الإعلام جامعة اليرموك، بلغ عددهم (300) مفردة، وقد توصل البحث إلى النتائج الآتية: يظهر طلبة الإعلام في جامعة اليرموك كثافة باستخدام الهاتف النقال، كما أنهم يستخدمون الهاتف النقال كوسيلة اتصالية بدرجة مرتفعة، ويلبي استخدام الهاتف النقال اشباع طلبة الاعلام بدرجة مرتفعة، حيث يوفر لهم وسيلة للتسلية والتواصل، ويزودهم بمعلومات مفيدة. ويستخدمون تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في دراستهم عبر الهاتف النقال بدرجة مرتفعة، أعلاها لاستخدام تطبيقات الفيديو المباشر، وأقلها لتطبيقات المونتاج.

الكلمات الدالة: استخدامات، الهاتف النقال، الطلبة، كلية الإعلام، الاشباع.

### مقدمة

أسهم ظهور الهاتف النقال منذ ثمانينات القرن الماضي، وما رافقه من انتشار الإنترنت واتساع استخدامه قفزة تقنية بل حضارية في عالم الاتصال والإعلام، وضعت العاملين في الميادين المختلفة ولا سيما الإعلامية منها أمام العديد من الاختيارات للنمو والتطور المهني، حيث وجد العاملون في المجال الإعلامي المختصين منهم والطلبة أنفسهم أمام وسائل وأدوات هامة تعد أساساً لنجاح عملهم وعلى كافة الأصعدة المهنية والشخصية والاجتماعية؛ حيث أصبحت تطبيقات الهاتف النقال وسيلة للعديد من الشركات والمؤسسات الإعلامية والإخبارية لبناء منصات ومواقع خاصة بها، لتنتشر أخبارها السمعية والبصرية والنصية، كما وفر الهاتف النقال للمراسلين إمكانية التصوير بنقاء ووضوح بالكاميرات الرقمية ذات الجودة العالية في تغطية الأخبار والأحداث بأقل تكلفة.

\*قسم الفنون الإبداعية في كلية SAE، كلية لومينوس الجامعية التقنية. تاريخ استلام البحث 2022/7/26 وتاريخ قبوله 2022/10/26.

وقد أعلنت العديد من الدراسات والتقارير العالمية والعربية أن الهاتف النقال يعد من أكثر وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال انتشاراً واستخداماً في العالم المتقدم منه والنامي، ولا سيما لدى شريحة الشباب المتابعة لكل ما هو جديد، باهتمام وشغف دائم. فقد أوضح تقرير (اقتصاد المعرفة، 2016) إلى أن الدراسات الأخيرة أظهرت أن هناك (226) مليون مستخدم الانترنت في الأسواق العربية، الغالبية العظمى من الشباب. ويشكل توافر الهاتف النقال لدى الشباب من طلبة الجامعة عموماً، وطلبة الاعلام خصوصاً أداة ثمينة إذا ما أحسنوا التعامل معه وتوظيفه في دراستهم وعملهم الإعلامي، فكلماً زاد وعيهم بأهمية ما تقدمه لهم هذه القناة المتنامية التطور، أصبحوا أكثر قدرة على اتباع أساليب الاستخدام الأمثل لها في تلبية حاجاتهم ودوافعهم المتنوعة في مجال الدراسة والعمل، حيث يمكن لطلاب كليات الإعلام، انجاز المهام الإعلامية والمشاريع من خلال الهاتف النقال ووسائله المتعددة، وبما يوفر لهم الاشباع المعرفي والمعلوماتي،

تلبية الحاجات المتعددة لدى الشباب بكونهم أحد أكثر شرائح المجتمع الأردني تعاملاً واستخداماً لهذا الجهاز.

- أهمية دراسة استخدام الهواتف النقالة لدى الفئة العمرية من الشباب الجامعي ولا سيما في كليات الاعلام، وتوضيح كيفية استثمارهم لها في تخصصهم الأكاديمي الذي يعتمد وبشكل كبير على التقانة والتطورات المرافقة لها ولا سيما المتعلقة بالهواتف النقالة وتطبيقاتها المختلفة.

- كما يتوقع أن يقدم هذا البحث إثراءً للدراسات والبحوث العلمية التي أجريت حول استخدامات وتوظيف الهاتف النقال كوسيلة اتصالية ومصدر إعلامي في نقل وتغطية الأحداث، وإنجاز المشاريع الإعلامية من قبل طلبة الجامعة من ذوي التخصص الإعلامي.

#### ثانياً- الأهمية التطبيقية (العملية):

- تتضح في إمكانية الإفادة من نتائج البحث في توضيح طبيعة استخدام طلبة الجامعة في كلية الاعلام لخدمات الهواتف النقالة، ودوافعهم وحاجاتهم واشباعها، وتوجيه أنظارتهم نحو وظيفية هذا الاستخدام واستغلاله بشكل إيجابي، ودوره في تطوير مهاراتهم الإعلامية.

- من المؤمل أن تقدم نتائج البحث إضافة لمكتبة العلوم الإعلامية والاجتماعية، والمهتمين بالبحث في المجال الإعلامي بأهمية دراسة دور التقانة عموماً والهواتف النقالة تحديداً في حياة الطلبة ذوي الاختصاص وتطورهم كفاياتهم الأكاديمي والعملية.

#### ثالثاً: أهداف البحث

يسعى البحث لتحقيق الأهداف الآتية:

- 1- تحديد كثافة استخدام طلبة الإعلام للهاتف النقال في ضوء عدة عوامل كنوع الهاتف وعدد الهواتف التي يمتلكها وطبيعة الخدمات، والاتفاق على الاتصال بالهاتف، والبطاقة المستخدمة وخدمة الانترنت، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- توضيح مدى استخدام طلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك للهاتف النقال كوسيلة اتصالية.
- 3- تحديد دوافع طلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك لاستخدام الهاتف النقال وتطبيقاته الإعلامية.

والاجتماعي والنفسي، فهل يتحقق هذا الأمر واقعياً لدى طلبة كلية الإعلام في جامعة اليرموك في الأردن؟ ذلك ما يسعى البحث الحالي إلى دراسته.

#### أولاً: مشكلة البحث

شكل الانتشار والتطور المتسارع للهواتف النقالة واستخدامها لدى الشباب موضوعاً أساسياً للعديد من الدراسات والأبحاث العلمية العالمية والعربية، لما له من دور في بلورة وظهور توجهات حديثة فرضها واقع جديد في ميدان الاتصال والاعلام، ويواكب الأردن كما غيره من دول العالم التطورات في مجال التقانة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث ينتشر استخدام الهواتف النقالة وشبكة الانترنت لدى الفئات العمرية المختلفة، ويحركه العديد من الدوافع لتلبية احتياجات متنوعة، حيث أشارت دراسة أجرتها الإحصاءات العامة لصالح وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الأردن إلى أن الهواتف النقالة تتفوق على جميع الاتصالات المتوفرة من الهواتف الثابتة والحواشيب الشخصية بنسبة بلغت (94%) (المبيضين، 2019).

ويتميز الشباب الجامعي في كليات الاعلام بكونهم الأكثر حاجة لتوظيف واستثمار الهواتف النقالة بتبصر وذكاء في حياتهم الأكاديمية والمهنية، والتعامل معه كوسيلة اتصال فعالة، تلبى لهم حاجات لدوافع متنوعة فهل يحقق هذا الجهاز المتطور بين أيديهم ذلك، وكيف يتعاملون معه من حيث كثافة الاستخدام ودرجته وطبيعته والخدمات، ومن هنا جاءت مشكلة البحث وطرحنا السؤال الآتي: هل يستخدم طلبة كلية الإعلام في جامعة اليرموك الهاتف النقال كوسيلة اتصالية، وما الإشباع المتحققة منه؟ وما كثافة استخدامهم له في ضوء عدة معطيات متعلقة بالخدمات الاتصالية وطبيعة استخدامها والتفاعل معها.

#### ثانياً: أهمية البحث

تحدد أهمية البحث ضمن محورين وهما:

#### أولاً- الأهمية النظرية (العلمية):

- تتمثل الأهمية العلمية بموضوع البحث وتركيزه على استخدام الهاتف النقال في مجال الاتصال والتطور المتسارع في التطبيقات المتعلقة بذلك وإمكانية توظيفها بشكل فعال في

ثم يتم نقل هذه الإشارة المستقبلية إلى شبكة التليفونات المركزية. (مكاوي، 2003).

ويعرّف في هذا البحث بأنه الجهاز الإلكتروني الذي يتلقى المعلومات والرسائل ويرسلها في نفس الوقت، ويستخدم في تصفح الانترنت، وينطوي على عدة تطبيقات كالتصوير والتسجيل وارسال وتلقي الرسائل.

ويعرف إجرائياً بكونه درجة أفراد العينة على استبانة البحث التي أعدت لدراسة المتغيرات المتعلقة بكثافة ودوافع استخدام الهاتف النقال من قبلهم والاشباعات التي يحققها.

- **الوسيلة الاتصالية:** هي نقل فكرة أو معلومات ومعان (رسالة) من شخص (مرسل) إلى شخص (مستقبل) عن طريق معين (قناة اتصال) تختلف باختلاف المواقف، وتنتقل الرسالة عبر قناة الاتصال على شكل رموز مفهومة ومتفق عليها بين المرسل والمستقبل أو رموز شائعة في المجتمع أو الحضارة التي تتضمنها (دليو، 2004).

ويعرّف في هذه البحث بأنه الطريقة التي تنقل بها الأفكار والمعلومات بين الأشخاص من خلال شبكة الانترنت وشبكة الاتصالات.

ويعرف إجرائياً بالدرجة التي يحصل عليها أفراد العينة من طلبة كلية الاعلام جامعة اليرموك في الإجابة عن العبارات التي تمثل استخدام الهاتف النقال كوسيلة اتصالية.

- **جامعة اليرموك:** جامعة أردنية حكومية، تأسست عام 1976، في شمال الأردن في مدينة أريد، بأمر ملكي من الملك الحسين بن طلال، شهدت توسع كبير منذ ذلك الوقت ويبلغ عدد كلياتها الآن (15) كلية، وهي 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.

وتعرف إجرائياً: بكونها تمثل طلبة جامعة اليرموك كلية الاعلام المشاركين في البحث الحالي.

- **طلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك:** هم الطلاب الذين يدرسون الصحافة والإعلام، على مقاعد الدراسة في ثلاثة تخصصات رئيسية هي: الصحافة، الإذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة والإعلان.

وتعرف إجرائياً: بكونها تمثل طلبة كلية الاعلام من الأقسام

4- توضيح الاشباعات المتحققة لطلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك جراء استخدام الهاتف النقال وتطبيقاته الإعلامية.

5- تحديد مدى استخدام طلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي عبر الهاتف النقال.

6- تحديد مدى استخدام طلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك للتطبيقات الالكترونية التي يوفرها الهاتف النقال في انتاج المواد الإعلامية.

#### رابعاً: أسئلة البحث

يسعى البحث للإجابة عن التساؤلات البحثية الآتية:

1- ما كثافة استخدام طلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك للهاتف النقال؟

2- ما دوافع استخدام طلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك للهاتف النقال وتطبيقاته الإعلامية؟

3- ما الاشباعات المتحققة لطلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك جراء استخدام الهاتف النقال وتطبيقاته الإعلامية؟

4- ما مدى استخدام طلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في الهاتف النقال؟

5- ما مدى استخدام طلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك للتطبيقات الإعلامية لإنتاج المواد الإعلامية في الهاتف النقال؟

#### خامساً: مصطلحات البحث تعريفاته الإجرائية

يعتبر تعريف المصطلحات والمفاهيم أمراً ضرورياً في البحث العلمي، حيث يسهل على القراء فهم الأفكار التي يقصدها الباحث، ومن هنا جاءت أهمية تحديد المصطلحات والمفاهيم التي استخدمت في هذا البحث وكالاتي:

- **الهاتف النقال:** هو شكل من أشكال أدوات الاتصال، الذي يعتمد على الاتصال اللاسلكي عن طريق شبكة من أبراج البث الموزعة ضمن مساحة معينة. إذ يسمح بوصول الإشارة إلى المتلقي في منطقة جغرافية تسمى الخلية (Cell)،

الثلاثة ممن طبقت عليهم أداة البحث المعدة لتحقيق أهدافه.

يمكن الاستغناء عنه في العملية الإعلامية (حسن، 2016).

## 2- الهاتف النقال كوسيط إعلامي

ان تزايد عدد الخدمات التي أصبح الهاتف النقال يقدمها، دفع الغالبية العظمى من سكان العالم إلى اقتنائه، وبذلك تزايد عدد المشتركين في كافة أرجاء العالم، إضافة إلى تأسيس شركات اتصالات في مختلف بقاع العالم، نظراً لما يقدمه الهاتف النقال من خدمات مختلفة الأغراض، ليصبح أداة إعلامية جماهيرية الحديثة، فمن خلاله أصبح بإمكان الملايين من الأفراد متابعة وقائع الأحداث لحظة بلحظة أثناء وقوعها وأينما كان موقع الحدث والمكان الذي يوجد فيه الفرد، من خلال الرسائل النصية أو الرسائل المصورة، فضلاً عن خدمة الانترنت (النشال، 2006). وشكل ظهور الانترنت وانتشاره جسر عبور لانتشار أهم التطبيقات الإعلامية للهاتف النقال وهو تصفح الانترنت والذي يطلق عليه الانترنت المتحرك (Mobile Internet)، حيث أوضحت دراسة كل من (Frankowski، 2010) ودراسة (O'Reilly، 2011) مميزات استخدام مواقع الويب بأنها تتيح إمكانية انشاء محتوى بشكل جماعي من قبل المستخدمين، وإجراء التعديلات والاضافات بوقت باي وقت، وتكوين مجموعات تمثل مجتمعات صغيرة متشابهة من الآراء والاهتمامات، واستخدام عناصر ومبادئ التشغيل النموذجية للوسائط المتعددة، والتقنيات المتعددة وتلقي المعلومات، والوصول السريع لاستخدام الأجهزة التي تدعم الانترنت المستمر كما الهاتف النقال (Piorunkiewicz، 2013). حيث اجتمعت عام 1997 أهم شركات "الهاتف النقال" كشركة نوكيا واريكسون وشركة موتورولا، لهدف ربط أهم شبكتين في العالم مع بعضهما البعض، شبكة الهاتف المحمول وشبكة الانترنت، وبهذا الربط أصبح الفرد يستفيد من خاصية التحرك وما تقدمه شبكة الانترنت من خدمات ومعلومات (صادق، 2008). حيث أوضح التقرير الصادر عن منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) في العام 2018 أن للفضاء الإلكتروني دور هام على المستوى المحلي والعالمي، في توجيه الرأي العام في مختلف مناطق العالم، إذ أصبح مليارات من الأفراد في العالم يملكون الهاتف النقال ويستخدمون شبكة الانترنت علياً ويتصفحونها، وأن النسبة الكبرى من هؤلاء الأفراد هم

سادسا: الأدب النظري

## 1- مفهوم الهاتف النقال واستخدامه كوسيلة اتصالية:

يشكل ظهور الهاتف النقال مؤشراً للتطور العلمي في مجال الاتصالات منذ القرن التاسع عشر حين ابتكر "تشارلز ستيفنون" طريقة الاتصال اللاسلكية مع المنارات البعيدة عن الشواطئ، ومن ثم ظهور الهاتف الأرضي عام 1876، المسمى بهاتف "جراهام بيل" الذي كان تطويراً لجهاز التلغراف، وما قام به "ماركوني" من بث واستقبال إشارات على مسافة (2) كيلو متر في عام 1894، حتى نجح "فايسدن" بإذاعة موسيقى عبر الراديو عام 1906 (عبد النبي، 2013). واستمرار التطور الثاني بالدمج بين تكنولوجيا الراديو والهاتف، ومن ثم اختراع جهاز اللاسلكي لتصبح هذه التكنولوجيا شعبية بين الناس، وهو ما دفع الشركات العالمية إلى تطوير صناعة الهاتف، الذي تطور من جهاز هاتف لاسلكي كبير إلى هاتف نقال صغير، وأسهم التنافس بين العديد من الشركات إلى تطوير الهواتف وإدخال تكنولوجيا جديدة توسع من الخدمات التليفونية للمستخدمين بالإضافة إلى خدمة الاتصال، إجراء مكالمات جماعية مع أشخاص مختلفين وفي مناطق مختلفة، إذ سهلت هذه الخدمة التواصل بين الأشخاص في جميع مناطق العالم ليستخدم في ميادين علمية وعملية كثيرة (مكاوي والسيد، 2015). وهو ما شجع الشركات على توسع مجال التطبيقات والخدمات المتاحة عبر الهاتف النقال والتي كان من أهمها: خدمات الرسائل القصيرة ((Short Message Service، ورسائل الوسائط المتعددة (MMS)، Multimedia Messaging Service وتطبيقات وبرامج التصوير، وخدمات نقل البيانات، وخدمات تطبيقات الويب، وتطبيقات التسلية والألعاب، التي جعلت من الهاتف النقال وسيلة لا يمكن الاستغناء عنها (دليو، 2006). وبذلك دخل الهاتف النقال الحياة في المجال التجاري والمجال الأمني، ومجال الصحة والتعليم، بالإضافة إلى مجال العلاقات الاجتماعية، والمجال الإعلامي، حيث أحدث الهاتف النقال تغييرات جذرية في مجال الإعلام وأصبح وسيط لا

### 3- النظريات المفسرة:

استند البحث الحالي في تفسيره لاستخدام الهاتف النقال والاشباعات المتحققة من ذلك على نظرية ثراء وسائل الإعلام ونظرية التحول الرقمي:

توصف نظرية ثراء وسائل الاعلام بنظرية الوسائط المشبعة، وتمثل إطاراً لوصف وسائل الاتصال تبعاً لقدرتها على إنتاج المعلومات التي تنقل المعلومات، وتغير الفهم في وقت واحد، وقد قام بوضع هذه النظرية كل من ريتشارد دافت وروبرت لينجل عام 1984 واستخدمت لتصنيف وتقييم وسائل اتصالية معينة، مثل المكالمات الهاتفية والمؤتمرات المرئية والبريد الإلكتروني ((Salleh&Moghavvem, 2014)). وتشير النظرية إلى أن الأهداف الرئيسية لتقليل غموض الرسالة التي تسمح بتفاعل أكبر قدر ممكن من التفاعل معها من قبل الجمهور المتلقي (الطرابيشي والسيد، 2006).

وقد ساعدت وسائل الاعلام الجديدة من الصحف الالكترونية والشبكات الاجتماعية في وضع قوالب معلوماتية جديدة عبر استخدام شبكة الإنترنت، وعبر الهاتف النقال وهو ما أحدث تغييراً جوهرياً في تشكيل البني المعرفية لتعتمد اتصالية مختلفة (عبد العزيز، 2012). حيث أدت ثورة الاتصال الرقمية إلى الانتقال من الاتصال المباشر الخطي نحو عملية الاتصال التفاعلي في عالم مفتوح، وإلى ظهور أطر نظرية تلبي متطلبات العصر الحديث و ثراء وتنوع الوسائط الإعلامية وتعددها في عملية الاتصال التي استمت بانها متسعة تجمع بين أعضاء العمل الموزعين في مواقع مترامية و المتفاعلين معاً (العقاري، 2019). وبذلك أصبح الانترنت وسطاً خصباً لنمو القطاع الإعلامي، بل ويعد العمل في المجال الإعلامي الأسرع نمواً في هذه البيئة مقارنة بغيره من القطاعات (THUSSU, 2000). وهو ما دفع الباحثين في هذا المجال إلى العمل على ملاءمة الأطر النظرية ومنهجيتها في تفسير بيئة الاعلام الرقمي الجديد، الامر الذي يعد إشكالية حقيقة في دراسات الاعلام المعاصر (الشامي، 2014). حيث تعد نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية نموذجاً مطور لنظريات الاعلام الرقمي التقليدية ويقابلها نظرية التحول الرقمي التي تسعى إلى تلبية هذا الثراء الاتصالي

من الشباب، حيث بدأت الدول في العالم تفقد السيطرة على وسائل الإعلام التقليدية ودورها في ظل انتشار الانترنت المتصل دائماً بالهواتف النقالة وما وفرة من اتصال الأفراد في جميع أنحاء العالم، ونقل الاخبار في كل مكان (OECD, 2018). وبذلك أصبح الهاتف النقال يحوي العديد من الخدمات الإعلامية منها: الخدمات الإخبارية، مثل وكالات الأنباء والصحف اليومية وخدمات الأخبار المصورة عبر تطبيقات المحطات الفضائية، بالإضافة إلى الرسائل الصحية والأمنية التي تقدم من فضاء الانترنت، وفي الأردن توجد ثلاث شركات للاتصالات مرخصة تعمل على التطوير المستمر لمواكبة كل ما هو جديد في عالم الانترنت والاتصالات (النجار، 2003). وهو ما أدى إلى تنامي وتطور الخدمات والتطبيقات الإعلامية على الهاتف النقال إلى ظهور ما يسمى بصحافة المواطن، وبدأ الأفراد يصورون مشاكلهم والأحداث التي تتم أمامهم وينشروها عبر منصات التواصل الاجتماعي، من خلال التصوير المباشر على مواقع التواصل الاجتماعي، وخدمة البث المباشر، وبذلك أصبح الهاتف النقال يقدم العديد من الخدمات الإخبارية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية وغيرها، وأصبح من الصعب الاستغناء في ظل التطور التكنولوجي السريع (شرف، 2021).

### الهواتف النقالة ومستقبل العمل الإعلامي:

أسهم انتشار استخدام الهواتف الذكية على نطاق واسع لدى العاملين في المجال الإعلامي من طلبية ومهنيين في جعل الهواتف النقالة كوسيلة الرقمية مفضلة للصحفيين لممارسة المهنة بشكل تفاعلي، وهو ما جعل الكثير من الباحثين يتساءلون عن مستقبل العمل الإعلامي في ظل تعاظم الإقبال على استخدام الهواتف الذكية من قبل العامة والمختصين، وما تتميز به من مساحة أكبر من الحرية والتنوع والسرعة والخفة مقارنة بالعمل الإعلامي التقليدي، وما يترتب على ذلك من ضرورة تدريب طلبية الاعلام والعاملين فيه على مهارات تجعلهم أكثر مهنية في تعاملهم مع التكنولوجيا عموماً والهواتف النقالة والذكية في عملهم ليتمكنوا من مواكبة التنافس الذي تفرضه التطورات المتسارعة (بن صغير، 2020). وهو ما يقتضي الاهتمام والدراسة المستمرة.

لوسائل التقليدية ، وأنها تتأثر بالضغوط الناتجة عن النقلات الحضارية فتقوم بإعادة تنظيم ذاتها لتستمر في البقاء في ظل منظومة اتصالية متطورة ومتنامية، من أجل ترسيخ التحول الرقمي واحلال وسائل الاعلام الجديدة بشكل يحقق غايات وظيفية وربما وقتية تبعاً لمتطلبات المرحلة (مبيح، 2011). وتؤكد نظرية التحول الرقمي على طرح الموضوعات بما يتناسب مع طبيعة جمهور وسائل الإعلام الحديث و رغبتهم بالبحث عن المشاركة والتفاعل الدائم، من خلال منبر يمكنهم من القول والكتابة والنشر والنقد المستمر بتطور وسائل الاتصال وشبكة الانترنت وحرية التجول الالكتروني وبناء شبكات تواصل اجتماعية، أو عالم المدونات والفييس بوك وغيرها، وبذلك أعلن مستخدمي الوسائط الاتصالية والإعلامية الحديثة العصيان والتمرد على الضوابط التي وضعتها وسائل الإعلام التقليدية في النشر والتوزيع واحتكار القول والكلمة (عبد الحميد، 2007). وكل ذلك تحركه دوافع لتحقيق اشباعات جديدة تمثل متطلبات التغيرات الحضارية وتلبها وسائط حديثة متنامية باستمرار، حيث توضح نظرية ثراء وسائل الإعلام قدرة وسائل الاعلام الرقمية على معالجة إشارات والمعلومات المتعددة في وقت واحد، وإمكانية تيسير فورية رجوع الصدى، بالإضافة إلى جذب اهتمام الأفراد والتركيز الشخصي، واستخدام اللغة الطبيعية المتنوعة، التي تدفع الجمهور للتعامل معها بدينامكية، فجمهور الهاتف النقال ووسائل الإعلام الجديد عموماً يتميزون بقدرتهم الفائقة على المشاركة والتفاعلية والتعبير (Mankekar, 2009). وقد أدت التفاعلية التي تمتاز بها وسائل الاعلام الرقمي الى تحويل الجمهور من متلقي سلبي إلى متفاعل إيجابي ومشارك في العملية الاتصالية، بل ومنهج لبعض مضامين ما تقدم ليصبح مشاركاً في دور القائم بالاتصال. فعملية المشاركة التي اتاحها الهاتف النقال بما يتضمنه من تطبيقات كما في صحافة الانترنت مثلاً تنطوي على مبدأ تحويل النفوذ، فالنظام الاعلامي الجديد يقوم على تحويل القارئ من مستقبل فقط للمعلومات الى مشارك في صنعها (GÜL et al, 2020). ومن دوافع استخدام الهاتف النقال تتركز في الحفاظ على المشاركة وقضاء الوقت والتسلية والبقاء على اطلاع بمجريات الأحداث والحصول على الاخبار والمعلومات، كما تعد دوافع

(العقاري، 2020). وتتطلق نظرية ثراء وسائل الاعلام من أن الاعلام يمتلك المعلومات المتنوعة من حيث المضمون والوضوح والتفاعل المباشر والسريع، بالإضافة على قدرته على نقل العديد من الإشارات باستخدام التقنيات الحديثة (مصطفي، 2015). وتعتمد النظرية من التسلسل الهرمي لمعلومات وسائل الاعلام الذي يقوم على ثراء المعلومات وفقاً لأربع عوامل مميزة وهي: 1- تمتع الوسيلة بقدرة رجوع الصدى، عدد القنوات الصوت والصورة والفيديو وغيرها، ومصدر المعلومات الشخصي أو غير شخصي، وتنوع اللغة لفظية مقروءة وغير لفظية مكتوبة (Mandal & Queen, 2013). ليكون ثراء الوسيلة معياراً لفعاليتها جوهره اختيارها بانقائية والتعامل بها دون غيرها بفاعليه بين أطراف الاتصال المختلفين (العقاري، 2020). ويتحدد هذا المعيار من خلال رجوع الصدى، تنوع اللغة، تعدد الأدوار، والتركيز الشخصي أو الاهتمام ولكما تمتعت الوسيلة بهذه المعايير كانت أكثر ثراء وكلما كانت أكثر ثراء أصبحت أكثر تأثيراً (الطرايبشي، 2006). مؤكدة تأثير التوافق بين قدرات الوسيلة والمحتوى المقدم بكونه عامل هام في اكتساب وسائل الاعلام الثراء بنقلها المحتوى بوسائط متعددة من الصوت والفيديو وقدرتها على الاتصال الثنائي الاتجاه (Badge, 2014). وكل ذلك بهدف زيادة الثقة وتقليل الشك وعدم اليقين والضبابية المرتبط بنقص المعلومات أو مناقشتها للمواقف والمعاني المتعلقة بها بطريقة واضحة وصحيحة وثرية تزيد الثقة بها (Saeed & Yang, 2008). ويتحدد ثراء الوسيلة تبعاً لطبيعة المواقف والاحداث بعدد من السمات التي تجعل الوسيلة أداة ملائمة وهي توفر مستوى ملائم من الموثوقية وعدم اليقين وفقاً لحجم وتنوع ومضمون المعلومات، ومستوى الضبابية في تفسير المواقف التي يتم التعامل معها، وما تقدمه من معلومات واضحة تسهم في فهم المواقف بما تقدمه من معلومات تدفع المستخدم للتفاعل مع الموقف والاستجابة له بدرجة كبيرة (Wright et al, 2011). وقد ترافق ذلك بظهور نظرية التحول الرقمي التي شكلت بدورها نقلة حداثية لدى الباحثين في مجال الاعلام والاتصال، حيث تقوم نظرية التحول الرقمي لفيلدر 1997 على توضيح العلاقة بين وسائل الاعلام الجديد والتقليدي مؤكدة أن وسائل الاعلام الجديد تعد تطوراً تدريجياً

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن النسبة الأعلى من الشباب الجامعي في العراق يستخدم الهاتف النقال منذ أربع لست سنوات، وأكثر التطبيقات استخداماً لديهم هي الفيس بوك من ثم يوتيوب، والدوافع التي تحركهم هي دوافع نفعية منها معرفة مستجدات الأخبار والتواصل مع الأهل والأصدقاء ومن ثم إبداء الرأي بحرية، كما تبين أن أكثر الدوافع الطوقسية كالرغبة في التواصل ومن ثم التسلية والاستمتاع ويليها الإحساس بالأمان، كما تبين وجود فروق في الدوافع النفعية والاشباعية المتعلقة بها بين الذكور والاناث من طلبة الجامعة لصالح الطلبة من الذكور، كما أكدت الدراسة أن كل من الدوافع النفعية والطوقسية تسهم بدلالة إحصائية في الاشباع لدى طلبة الجامعات وتفسر (53%) من التباين في درجات العينة، وأن الدوافع الطوقسية تسهم بدرجة أكبر في تحقيق الاشباع مقارنة بالدوافع النفعية، وقدمت عدة توصيات منها ضرورة الإفادة من تكنولوجيا الاتصال والهاتف النقال للتواصل بين طلبة الجامعة والإدارة والأساتذة في تبادل الأبحاث والمقررات.

**دراسة (رمضان وعبد، 2018)** هدفت إلى دراسة مدى استخدام الطلبة كلية الاعلام و تكنولوجيا المعلومات للهواتف الذكية بهدف الحصول على المعلومات في جامعة النجاح الوطنية نموذجاً، باعتماد الدراسة الوصفية والمنهج المسحي التحليلي، وتطبيق استبيان على عينة من (366) من طلبة كلية الاعلام وتكنولوجيا المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى جودة استخدام طلبة تكنولوجيا المعلومات للهواتف النقالة يعد أكبر مقارنة بطلبة الاعلام، يعتمد طلبة الجامعة باختلاف تخصصهم على الهواتف النقالة للحصول على المعلومات، يستخدم طلبة الجامعة في الاعلام وتكنولوجيا المعلومات الهواتف النقالة من (3 إلى 6) ساعات، في التواصل الاجتماعي ومن ثم في التسلية والترفيه ومن ثم متابعة الاخبار وأخيراً في التعليم. كما يستخدم الهاتف النقال كمصدر للمعلومات لديهم بنسبة (60-79%)، وأنه كلما قل المعدل الدراسي ارتفعت نسبة استخدام الطالب للهواتف الذكية، وقدمت عدة توصيات منها ضرورة إقامة ورشات العمل والندوات، لتوعية الطلبة بأهمية استخدام الهاتف الذكي في التعليم، وفي الحصول

تسهيل عملية الاتصال والحصول على لمعلومات والشعور بالطمأنينة يميز المستخدمين الفعالين، في حين يعد استخدام الهاتف النقال لاشباع الرغبة في التواصل الاجتماعي غاية عامة تميز جمهور المستخدمين (Wei, 2008). حيث تعمل وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها على تزويد المختصين من الاعلامين وطلبة الاعلام على تنمية المهارات المعرفية والشخصية والحياتية والفنية العملية (سالم، 2016).

ومنه يمكن القول أن نظرية ثراء وسائل الاتصال ونظرية التحول نحو الاعلام الرقمي تقدمان إطاراً مفاهيمياً مرجعياً يفسر طبيعة التفاعلات بين الأفراد المستخدمين للتقانة ووسائل الاتصال الحديثة ولا سيما الهواتف المقالة ومن طلبة الاعلام تحديداً.

ويتوفر في الهاتف النقال العديد من السمات التي تجعل منه وسيلة إعلامية ثرية لما يتمتع به من فورية وأنية وتفاعلية، وما يحققه من رجوع الصدى واستخدام وسائط متنوعة تجعل منه وسيلة اعلامية واتصالية ثرية مؤثرة بالمستخدم والمتلقي، وهو ما أنتج دوافع جديدة لاستخدامه في ضوء طبيعة العصر من انفجار المعرفة المتسارع، والاتصال الدائم والانتشار، الذي ولد العديد من الاحتياجات الحديثة المعرفية تحركها دوافع نحو تطوير الكفاءات الشخصية والتواصل الاجتماعي ومواكبة التطورات والتغيرات المتنوعة، وتلبيها آليات ووسائل اتصالية وإعلامية جديدة (Christakis, 2010).

#### سابعاً: الدراسات السابقة

قام الباحث بالاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث استخدامات الهاتف النقال والاشباع التي يحققها لدى الشباب من طلبة الجامعة عموماً ولا سيما في كلية الاعلام والعمل الإعلامي وفيما يلي عرض لها:

#### -الدراسات العربية:

**دراسة (خلف والفيصل، 2020)** هدفت إلى دراسة دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف النقال والاشباع المحققة منها، باستخدام المنهج الوصفي والمسح الاجتماعي، وتطبيق استبيان على عينة بلغ عددها (400) من طلبة الجامعات العراقية، واعتماد مدخل الاستخدامات والاشباع،

على المعلومات.

وتطوير نوعيته وفعاليتها.

دراسة (Campbell, 2007) هدفت إلى معرفة أوجه الشبه والاختلاف في دوافع استخدام الهاتف لدى طلاب الجامعة من ثقافات مختلفة باعتماد منهج المسح لعينة من (318) من طلبة الجامعة في كل من الولايات المتحدة واليابان والسويد، وقد توصلت إلى وجود فروق دالة في استخدام الهواتف النقالة باختلاف الثقافة حيث يميل طلبة الولايات المتحدة واليابان إلى استخدام الهاتف المحمول من أجل الامن والسلامة لتجنب المخاوف من التعرض للأخطار والعنف بدرجة أكبر مقارنة بطلبة السويد، كما أن قيود الاستخدام في الأماكن العامة، والحفاظ على الخصوصية تظهر بشكل أكبر لدى طلبة اليابان، كما أشارت الدراسة إلى أن هناك اتساق عام عبر الثقافات فيما يتعلق بدوافع الاستخدام التي تتعلق بالاعتبارات الاجتماعية والأدوار الحياتية والمعايير كما في التطبيقات الاجتماعية التي توفر الاتصال الدائم والتفاعل الاجتماعي والتأثير الاجتماعي ضمن كل مجموعة ثقافية وبينها، وقدمت الدراسة تصوراً حول أهمية دراسة أوجه التشابه عبر الثقافات في استخدام الهاتف النقال مشيرة إلى أن هناك ثقافة دولية للهاتف النقال عبر القارات، وأن لها دوراً هاماً في عملية الاتصال والإعلام العالمي.

#### التعقيب على الدراسات السابقة:

استطاع الباحث بعد الاطلاع على الدراسات السابقة تحديد عدة نقاط منهجية في البحث الحالي، حيث تبين أن الدراسات السابقة جميعها قد اعتمدت المنهج المسحي لأراء عينة طلبة الجامعة حول استخدام الهواتف النقالة، وبعضها أهتم بدراسة آراء طلبة كليات الاعلام، والإعلاميين في ميدان العمل الصحفي، كما اعتمدت الدراسات السابقة مدخلاً نظرياً الاستخدامات الاشباعية لتفسير نتائجها، وقد توصلت إلى العديد من النتائج التي تؤكد أهمية الموضوع ودراسته؛ وبناء على ذلك اعتمد البحث الحالي الدراسة الوصفية ومنهج المسح الاجتماعي لأراء مجموعة من طلبة كلية الاعلام في جامعة اليرموك، كما تميز البحث الحالي بكونه اعتمد على أطر نظرية تعد الأكثر حداثة وارتباطاً بطبيعة الموضوع وهي نظريتي نراء الوسيلة الإعلامية ونظرية التحول الرقمي، كما

دراسة (سعدان والميتمي، 2017) هدفت إلى دراسة دوافع استخدام طلبة الجامعات الهواتف الذكية والاشباعيات المتحققة منها دراسة مسحية مقارنة بين طلاب الخليجيين واليمنيين، باعتماد الدراسة الوصفية ومنهج المسح وتطبيق استبانة على عينة من (343) من طلاب الجامعات من الخليجيين واليمنيين، واعتماد نظرية الاستخدامات والاشباعيات، وقد توصلت إلى أن أعلى استخدامات طلبة الجامعات هو لتطبيقات التواصل الاجتماعي، وأن أبرز دوافع الاستخدام هي الحصول على المعلومات لمعرفة ما يحدث ومن ثم الحصول على المعلومات لتنمية المهارات. وأن هناك فروقاً في الدوافع الاستخدام وهي لصالح الدوافع الطوقسية من أجل التسلية وتحسين أسلوب الحياة، وأن هذه الدوافع موجودة لدى كل من الطلاب والطالبات.

#### -الدراسات الأجنبية:

دراسة (Ziani et al, 2015) هدفت إلى دراسة استخدام الهواتف المحمولة في الحصول على الاخبار المحلية في دول مجلس التعاون الخليجي من وجهة نظر طلاب الجامعات، باعتماد الدراسة الوصفية ومنهج المسحي ونظرية الاستخدامات والاشباعيات، وتطبيق استبانة على عينة قوامها (1221)، وتوصلت إلى أن الشباب من الذكور هم الأكثر متابعة للأخبار مقارنة بالإناث، وأن نشر الأخبار المحلية كان أولاً على تويتر، من ثم يربد الكتروني وأخيراً فيس بوك. وأن الهواتف المحمولة هي الوسيلة لتلقي الاخبار المحلية من مصادر متعددة لدى الشباب الجامعي. وقدمت عدة مقترحات منها الاهتمام بدور الشباب الجامعي في التفاعل مع الاخبار المحلية بإيجابية.

دراسة (Molyneux, 2014) هدفت إلى معرفة مدى استخدام الصحفيين الأمريكيين تطبيقات الهواتف الذكية في عملهم الصحفي باعتماد المنهج المسحي وتطبيق استبانة على عينة من (362) من الصحفيين، وقد توصلت الدراسة إلى أن معظم الصحفيين يمتلكون هواتف ذكية ويستخدمونها في أعمالهم اليومية، وتشجع المؤسسات الصحفية العاملين بها على استخدام الهواتف الذكية في العمل الصحفي، وقد أسهمت الهواتف الذكية في تغيير طبيعة العمل الصحفي

على عينة عشوائية مصغرة تألفت من (15) من طلبة الجامعة، أي ما نسبته (10%) من الحجم الكلي لعينة البحث الاصلية. وبعد مرور عشرة ايام، تم إعادة تطبيق نفس الاستبانة على نفس العينة العشوائية المصغر، ومن ثم احتساب نسبة التوافق بين إجاباتهم في المرتين، والتي جاءت بنسبة (87.9%)، بما يشر الى أن ثبات أداة الاستبانة وصلاحياتها للتطبيق قد تحقق.

كما تم حساب ثبات الاتساق الداخلي الفاكرونباخ بهدف التحقق ما إذا كانت الاستبانة تتمتع بالثبات اللازم لقياس الموضوع المتعلق باستخدامات الهاتف النقال والاشباعات المتعلقة به.

وقد أظهرت نتائج ثبات الاتساق الداخلي الفاكرونباخ الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول (0,761)، وللمحور الثاني (0,832)، وللمحور الثالث (0,773)، وللمحور الرابع (0,758). وبذلك يتضح أن الاستبانة بمحاورها تتمتع بقدر جيد من الثبات، لكون قيمة الفاكرونباخ قد بلغت (0,70 فما فوق).

#### حدود البحث:

- 1- الحدود المكانية: جامعة اليرموك، كلية الإعلام وتم اختيار عينة البحث منها.
- 2- الحدود الزمانية: فترة إجراء الدراسة الميدانية على المبحوثين في شهر أيار من عام 2022، حيث يقع هذا الشهر في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2021 - 2022، والدراسة فيه بشكل منتظم.
- 3- الحدود البشرية: طلبة برنامج البكالوريوس من كلية الإعلام في جامعة اليرموك، كون الباحث يعتقد أن طلاب هذه الكلية هم الأكثر استخدام للهاتف النقال وتطبيقاته الإعلامية والاتصالية.

#### منهجية البحث:

اعتمد البحث الحالي على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، لوصف الظاهرة موضوعياً وإمكانية تعميم نتائجه (سالم، 2012). ويركز البحث الحالي على وصف خصائص مجتمع معين من خلال جمع المعلومات والبيانات عنة وتحليلها وتفسيرها (البناء، 2006). وذلك بدراسة الحقائق المتعلقة باستخدامات طلبة جامعة

حاول تفسير دوافع استخدام طلبية الاعلام والهواتف النقالة في تحقيق الاشباعات المتعلقة باستخدام الهاتف النقال، بتطبيق استبيان تم بناؤه لتحقيق هذا الهدف، ومن ثم مقارنة النتائج في ضوء ما توصلت إليه الدراسات السابقة.

#### ثامناً- الإجراءات المنهجية:

##### أداة الدراسة:

اعتمد البحث الاستبانة كأداة للجمع المعلومات بطريقة موضوعية تقوم على التقرير الذاتي حول الموضوع المراد قياسه، وتضمنت قسمن الأول لجميع البيانات الشخصية، والثاني يتضمن أربعة محاور وهي:

المحور الأول ويتضمن كثافة استخدام الهاتف النقال والعدادات المرتبطة به لها (7) عبارات، والمحور الثاني يتناول دوافع الاستخدام ويتضمن (24) عبارة، والمحور الثالث يتناول الاشباعات التي يحققها استخدام الهاتف النقال ويتضمن (10) عبارات، والمحور الرابع يتناول التطبيقات المستخدمة ودرجة استخدامها لها سؤالان، وبذلك أصبح عدد عبارات الاستبانة كاملة (43) عبارة. ويطلب منهم في كل محور تحديد الإجابة حيث احتوت بعض فقرات الاستبانة على إجابات واحدة، أو إجابتين، أو ثلاث إجابات، فيما كان يسمح البعض منها باختيار أكثر من إجابة.

##### صدق الأداة:

تم استخدام طريقة الصدق الظاهري للأداة، من خلال عرض الاستبانة بصورتها الأولية على المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص في مجال الاعلام، للحكم على مدى صلاحيتها في قياس ما صممت لقياسه. وقد تم الأخذ بأراء المحكمين، في إعادة صياغة بعض فقرات الاستبانة، وإجراء التعديلات المطلوبة على البعض الآخر منها في ضوء توصياتهم ومقترحاتهم، وبما يتناسب مع المشكلة البحثية والجوانب التي تقيسها.

##### ثبات الأداة

للتحقق من ثبات أداة البحث، تم اتباع طريقة الاختبار وإعادة الاختبار (Retest - test)، من خلال توزيع الاستبانة

اليرموك للهاتف النقال والاشباعات المتحققة.  
مجتمع البحث  
تحدد مجتمع البحث، في طلبة برنامج البكالوريوس في كلية الإعلام في جامعة اليرموك وبلغ عدد طلاب كلية الإعلام لمرحلة البكالوريوس البالغ عددهم (1158) طالب وطالبة موزعين على ثلاثة أقسام، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (1) مجتمع طلبة كلية الإعلام في جامعة اليرموك

المجموع عدد الطلبة (النسب %)	أقسام كلية الإعلام			النوع
	قسم العلاقات العامة	قسم الإذاعة والتلفزيون	قسم الصحافة	
	عدد الطلبة	عدد الطلبة	عدد الطلبة	
353 (30.48%)	185	110	58	الذكور
805 (69.52%)	478	170	157	الإناث
1158 (100%)	663 (57, 25%)	280 (24.18%)	215 (18.57%)	المجموع (النسب %)

#### عينة البحث

تم تحديد وسحب عينة البحث بطريقة عشوائية متيسرة من الطلبة الحاضرين في الكلية في توقيت توزيع الاستبانة في الأقسام الثلاثة في مرحلة البكالوريوس من طلاب كلية الإعلام في جامعة اليرموك، والجدول الآتي يوضح ذلك:

يتبين من الجدول (1) أن نسبة الطالبات من الإناث قد بلغ (69,52%)، كما بلغت نسبة الطلاب من الذكور (30,48%). وتوزع الطلاب في قسم العلاقات العامة بنسبة (57,25%)، ومن ثم في قسم الإذاعة والتلفزيون (24,18%)، وأخيراً قسم الصحافة (18,57%).

جدول رقم (2) عدد عينة البحث من الطلبة (ذكور وإناث) في الأقسام الأكاديمية ونسبتهم

كلية الإعلام				
القسم الأكاديمي	قسم الصحافة	قسم الإذاعة والتلفزيون	قسم العلاقات العامة	المجموع و (النسب %)
عدد العينة	75	75	150	300
نسبة العينة للمجتمع	6.48	6.48	12.95	25.91

كما تم تحديد خصائص العينة وفق النوع والسنة الدراسية وفيما يلي توضيح لذلك.

يتبين من الجدول أن نسبة تمثيل العينة للمجتمع الكلي البالغ عدده (1158) طالب وطالبة قد بلغت (25,91%)، وهي نسبة جيدة لتمثيل العينة في الدراسات الوصفية.

جدول (3) خصائص العينة الديموغرافية

المتغيرات	الجنس			السنة الدراسية				
	ذكر	أنثى	المجموع	سنة أولى	سنة ثانية	سنة ثالثة	سنة رابعة	المجموع
عدد العينة	193	107	300	76	70	106	48	300
النسبة المئوية	64.3	35.7	100	25.33	23.33	35.33	16	100

الإناث هن الأقل تكراراً والذي بلغ عددهم (107) بنسبة مئوية (35.7%)، مما يدل على أن إجابات أفراد عينة الدراسة ستكون بنسبة أكبر من وجهة نظر الذكور.

يتبين من خلال متغير الجنس أن الذكور هم الأعلى تكراراً والذي بلغ عددهم (193) بنسبة مئوية (64.3%)، بينما

## نتائج البحث ومناقشتها:

السؤال الأول: ما كثافة استخدام طلبية الاعلام للهاتف النقال؟ وللإجابة عن السؤال تم الإجابة عن عدة أسئلة فرعية وفيما يلي عرض لها:

ما مدى استخدام الهاتف النقال من قبل عينة الدراسة طلبية كلية الاعلام في جامعة اليرموك؟

- هل تستخدم / تستخدمين الهاتف النقال؟

كما يتبين من خلال متغير السنة الدراسية أن معظم أفراد عينة الدراسة من طلبة السنة الثالثة وهم الأعلى تكراراً والذي بلغ عددهم (106) بنسبة مئوية (35.33%)، بينما طلبة السنة الرابعة هم الأقل تكراراً والذي بلغ عددهم (48) بنسبة مئوية (16%).

ويتبين من خلال متغير القسم أن طلبة قسم العلاقات العامة هم الأكثر تكراراً حيث بلغ عددهم (150) بنسبة مئوية (50%)، بينما تساوى عدد طلبة قسم الصحافة وقسم الإذاعة والتلفزيون وبلغ عدد طلبة كل قسم (75) بنسبة مئوية (25%).

## جدول (4) آراء أفراد عينة الدراسة حول استخدام الهاتف النقال

النوع	دائماً	أحياناً	نادراً	لا استخدم	المجموع
ذكور	181	12	0	0	193
	60.3%	4%	0%	0%	
إناث	99	8	0	0	107
	33%	26.7%	0%	0%	
المجموع	280	20	0	0	300
النسبة	93.3%	6.7%	0%	0%	100%

تشجع العاملين بها على استخدام الهواتف الذكية في العمل الصحفي، ودور الهواتف الذكية في تغيير طبيعة العمل الصحفي وتطوير نوعيته وفعاليتها. وهو ما يشير إلى أن كليات الاعلام من المؤسسات التي تعد الكوادر الإعلامية والتي تعنى بمواكبة التطورات ورفع كفايات طلبتها ليكونوا قادرين على مواكبتها بما يتوفر لديهم من وسائل تسمح لهم بالتميز والنجاح.

- ما نوع أجهزة الهاتف النقال المستخدمة من قبل عينة الدراسة؟

يتبين من خلال الجدول (4) أن غالبية أفراد عينة الدراسة من كلا الجنسين يستخدمون أجهزة الهاتف النقال دائماً بنسبة بلغت (93.3%)، حيث بلغ عدد الذكور الذين يستخدمون الهاتف النقال دائماً (181) بنسبة (60.3%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وبلغ عدد الإناث اللواتي تستخدمن الهاتف النقال (99) بنسبة (33%).

تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Molyneux, 2014) التي أشارت إلى أن معظم الصحفيين يمتلكون هواتف ذكية ويستخدمونها في أعمالهم اليومية، وأن المؤسسات الصحفية

## جدول (5) استخدام أفراد عينة الدراسة حول نوع الهاتف النقال

النوع	هاتف نقال عادي	هاتف نقال ذكي	المجموع
ذكور	8	185	193
	2.7%	61.7%	
إناث	4	103	107
	1.3%	34.3%	
المجموع	12	288	300
النسبة	4%	96%	100%

ما يشير إلى أن الشباب الجامعي يواكب التطور التقني ومتطلباتها من خلال اقتناء الهواتف الأكثر حداثة.  
- ما عدد أجهزة الهاتف النقال التي تمتلكها؟

يتبين من خلال الجدول (5) أن غالبية أفراد عينة الدراسة من كلا الجنسين يمتلكون أجهزة هواتف نقالة ذكية بنسبة (96%)، حيث بلغ عدد الذكور (185) بنسبة (61.7%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وبلغ عدد الإناث (103) بنسبة (34.3%). وهو

جدول (6) آراء أفراد عينة الدراسة عدد الأجهزة التي يمتلكونها

النوع	واحد	اثنان	ثلاثة	أربعة	المجموع
ذكور	177	16	0	0	193
	%59	%5.3	%0	%0	
إناث	101	6	0	0	107
	%33.7	%2	%0	%0	
المجموع	278	22	0	0	300
النسبة	%92.7	%7.3	%0	%0	%100

لمن يمتلك ثلاث أو أربع أجهزة. وهو ما يشير إلى أن الشباب الجامعي يستخدم الهاتف النقال وفقاً لحاجته ويكتفي بوجود هاتف ذكي يوفر كافة الخدمات دون مبالغة في الاستهلاك النفعي عديم المعنى.

- ما طبيعة الخدمة التي تستخدمها / تستخدمها في الوصول إلى شبكات الانترنت من خلال الهاتف النقال؟

يتبين من خلال الجدول (6) أن معظم أفراد عينة الدراسة من كلا الجنسين يمتلكون هاتف نقال واحد، حيث بلغ عدد الذكور الذين لديهم هاتف نقال واحد (177) بنسبة (59%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وبلغ عدد الإناث (101) بنسبة (33.7%)، وبلغت نسبة الأفراد الذين يمتلكون هاتف نقال واحد (92.7%)، وكانت نسبة الأفراد الذين يمتلكون اثنان من الهواتف النقالة (7.3%)، فيما لم يكن هنالك وجود

جدول (7) آراء أفراد عينة الدراسة حول طبيعة الخدمة

النوع	اشترك شهري	بطاقات مدفوعة مسبقا	المجموع
ذكور	143	50	193
	%47.7	%16.7	
إناث	78	29	107
	%26	%9.7	
المجموع	221	79	300
النسبة	%73.7	%26.3	%100

من طلبة الاعلام ينفقون بشكل ثابت على استخدام التقانة والانترنت وهو ما يؤكد دورها الهام في حياتهم.  
- ما مقدار الإنفاق الشهري على الهاتف النقال (حسب أسعار بطاقات الاتصال)؟

يتبين من خلال الجدول (7) أن غالبية أفراد عينة الدراسة من كلا الجنسين يستخدمون الاشتراك الشهري للهاتف النقال بنسبة (73.7%)، حيث بلغ عدد الذكور (143) بنسبة (47.7%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وبلغ عدد الإناث (78) بنسبة (26%). ويشير ذلك إلى أن الشباب الجامعي

جدول (8) آراء أفراد عينة الدراسة حول طبيعة الخدمة

النوع	1 دينار	3 دنائير	5 دنائير	6 دنائير	9 دنائير	12 دنائير	20 دنائير	36 دنائير	أكثر من 36 دينار	المجموع
ذكور	52	37	11	13	70	4	6	0	0	193
	%17.3	%12.3	%3.7	%4.3	%23.3	%1.3	%2	%0	%0	
إناث	33	8	6	11	41	5	3	0	0	107
	%11	%2.7	%2	%3.7	%13.7	%1.7	%1	%0	%0	
المجموع	85	45	17	24	111	9	9	0	0	300
النسبة	%28.3	%15	%5.7	%8	%37	%3	%3	%0	%0	%100

و (15%) لمن ينفقون 3 دنائير. وهو ما يشير إلى ميل طلبية الجامعة إلى الاعتدال في الاتفاق على الخدمات نظراً لكونهم أكثر وعياً لأهمية إدارة الوقت والاتفاق.

- ما أنواع البطاقات تستخدمها / تستخدمينها لشحن الهاتف النقال؟

يتبين من خلال الجدول (8) أن غالبية أفراد عينة الدراسة من كلا الجنسين ينفقون 9 دنائير شهرياً على الهاتف النقال بنسبة (37%)، حيث بلغ عدد الذكور (70) بنسبة (23.3%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وبلغ عدد الإناث (41) بنسبة (13.7%)، بينما بلغت نسبة من ينفقون 1 دينار (28.3%)،

جدول (9) آراء أفراد عينة الدراسة حول نوع بطاقات الشحن

النوع	بطاقات اتصال فقط	بطاقات انترنت فقط	بطاقات اتصال وانترنت	المجموع
ذكور	81	4	108	193
	%27	%1.3	%36	
إناث	23	6	78	107
	%7.7	%2	%26	
المجموع	104	10	186	300
النسبة	%34.7	%3.3	%62	%100

أفراد عينة الدراسة. وهو ما يشير إلى ميل الشباب الجامعي إلى استثمار الخدمات المقدمة بطريقة تمكنه من الاستفادة منها بطريقة أكثر نوعية.

- ما شركات الاتصال التي تشترك / تشتركين بالخدمات التي تقدمها؟

يتبين من خلال الجدول (9) أن معظم أفراد عينة الدراسة من كلا الجنسين يقومون بشحن بطاقات اتصال وانترنت بنسبة بلغت (62%)، حيث بلغ عدد الذكور الذين يشحنون بطاقات اتصال وانترنت (108) بنسبة (36%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وبلغ عدد الإناث (78) بنسبة (26%)، وبلغت نسبة الأفراد الذين يشحنون بطاقات اتصال فقط (34.7%) من

جدول (10) آراء أفراد عينة الدراسة حول شركة الاتصال

النوع	زين	اورنج	أمنية	المجموع
ذكور	98	40	55	193
	%32.7	%13.3	%18.3	
إناث	62	14	33	107

النوع	زين	اورنج	أمنية	المجموع
	%20.7	%4.7	%11	
المجموع	160	54	88	300
النسبة	%53.4	%18	%29.3	%100

زين بشكل عام (%53.4) من أفراد عينة الدراسة، ام اورنج فقد مثلت (%18) من أفراد عينة الدراسة، فيما بلغت نسبة الاشتراك بشركة أمنية للاتصالات (%29.3).

- ما معدل استخدامك لشبكات الانترنت يوميا من خلال الهاتف النقال؟

يتبين من خلال الجدول (10) أن معظم أفراد عينة الدراسة من كلا الجنسين يستخدمون شركة الاتصال زين، حيث بلغ عدد الذكور الذين يستخدمون زين (98) بنسبة (%32.7) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وبلغ عدد الاناث (62) بنسبة (%20.7)، وبلغت نسبة الأفراد الذين يستخدمون

جدول (11) آراء أفراد عينة الدراسة حول معدل استخدام الانترنت

النوع	أقل من ساعة	ساعة	ساعتين	أقل من ساعتين	3 ساعات	أكثر من 3 ساعات	المجموع
ذكور	44	37	20	66	10	16	193
	%14.7	%12.3	%6.7	%22	%3.3	%5.3	
إناث	28	15	10	38	8	8	107
	%9.3	%5	%3.3	%12.7	%2.7	%2.7	
المجموع	72	52	30	104	18	24	300
النسبة	%24	%17.3	%10	%34.7	%6	%8	%100

(2018) إلى أن طلبة الجامعة في الاعلام وتكنولوجيا المعلومات يستخدمون الهواتف النقالة من (3 إلى 6) ساعات. وهو ما يشير إلى أن كثافة استخدام الهاتف النقال تظهر بشكل أقل لدى طلبة كلية الاعلام جامعة اليرموك عينة البحث. في حين تشير الدراسة الحالية إلى أن أعلى نسبة استخدام الانترنت من قبل طلبة الاعلام في جامعة اليرموك التي تعد أقل من ساعتين.

- هل تستخدم / تستخدمين تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي عبر الهاتف النقال؟

يتبين من خلال الجدول أن أفراد عينة الدراسة من كلا الجنسين يستخدمون الانترنت بفترات متفاوتة، حيث بلغت النسبة الأكبر للأفراد الذين يستخدمون الانترنت أقل من ساعتين (%34.7) من أفراد عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يستخدم الانترنت أقل من ساعة (%24)، و (%17.3) لمن يستخدم الانترنت ساعة واحدة فقط. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (شرف، 2021) التي أوضحت أن أعلى نسبة استخدام للهاتف النقال لدى طلبة الاعلام التربوي قد تراوحت بين ساعة إلى ثلاث ساعات، وكذلك مع نتيجة دراسة (رمضان وعبد،

جدول (12) آراء أفراد عينة الدراسة حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النوع	دائماً	أحياناً	نادراً	لا استخدم	المجموع
ذكور	173	20	0	0	193
	%57.7	%6.6	%0	%0	
اناث	104	3	0	0	107
	%34.7	%1	%0	%0	

النوع	دائماً	أحياناً	نادراً	لا استخدم	المجموع
المجموع	277	23	0	0	300
النسبة	%92.4	%7.6	%0	%0	%100

يتبين من خلال الجدول (12) أن غالبية أفراد عينة الدراسة من كلا الجنسين دائماً يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (92.4%)، حيث بلغ عدد الذكور الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائماً (173) بنسبة (57.7%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وبلغ عدد الإناث اللواتي تستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي دائماً (104) بنسبة (34.7%).

تتفق مع نتائج دراسة (رمضان وعبد، 2018) ودراسة (سعدان والميتي، 2017) إلى أن طلبية الجامعة وطلبة كلية الاعلام باختلاف تخصصهم يعتمدون على الهواتف النقالة في التواصل الاجتماعي ومن ثم في التسلية والترفيه ومن ثم متابعة الاخبار وأخيراً في التعليم.  
السؤال الثاني: ما دوافع استخدامك للهاتف النقال كوسيلة اتصالية؟

الجدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
1	الاتصال بالأهل	4.32	0.84	1	مرتفعة
2	الاتصال بالأصدقاء والأقارب	3.68	0.89	16	مرتفعة
3	الاتصال بالجنس الآخر	3.67	0.99	19	مرتفعة
4	الدخول إلى الانترنت	3.79	0.90	10	مرتفعة
5	سماع الأغاني	4.10	0.98	3	مرتفعة
6	استخدام تطبيق الوتس أب	4.20	0.88	2	مرتفعة
7	استخدام تطبيق الفيس بوك	3.92	0.90	5	مرتفعة
8	استخدام تطبيق اليوتيوب	3.53	0.89	24	متوسطة
9	استخدام الألعاب الاليكترونية	3.79	0.88	11	مرتفعة
10	بهدف التصوير	3.71	0.86	13	مرتفعة
11	بهدف برامج الدردشة	3.86	0.84	8	مرتفعة
12	بهدف تصفح الكتب	3.57	0.94	23	متوسطة
13	بهدف تسجيل المحاضرات بالصوت والصورة	3.68	0.88	17	مرتفعة
14	بهدف تسجيل المواد الجامعية	3.59	0.86	20	متوسطة
15	بهدف تنسيق المواعيد والتذكير بالمحاضرات	3.81	0.85	9	مرتفعة
16	بهدف الحصول على الأخبار	3.92	0.85	6	مرتفعة
17	بهدف الاستماع إلى الإذاعة	3.57	0.89	23	متوسطة
18	بهدف مشاهدة مقاطع الفيديو	3.73	0.90	12	مرتفعة
19	بهدف التصوير	3.71	0.86	14	مرتفعة
20	بهدف مشاهدة القنوات الفضائية	3.69	0.91	15	مرتفعة
21	بهدف مشاركة ونشر الصور والفيديو	4.02	0.84	4	مرتفعة
22	بهدف الحصول على الإعلانات	3.58	0.93	21	متوسطة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
23	ما هدف استخدامك الهاتف النقال	3.68	0.89	18	مرتفعة
24	بهدف الاطلاع على الإعلانات الجامعية	3.87	0.87	7	مرتفعة
	بهدف التعليق على ما ينشر بمواقع التواصل	3.82	0.90		مرتفعة
	درجة الاستخدام الكلية				

القائمة على التسلية ومشاركة الأصدقاء والترفيه بلغت درجة متوسطة لدى طلبة الاعلام التربوي. كما تتفق مع نتائج دراسة (زيدان والفيصل، 2020) التي أشارت إلى أن أبرز الدوافع التي تحرك الشباب الجامعي لاستخدام الهاتف النقال هي الدوافع الطقوسية متمثلة بالرغبة بالتواصل والتسلية والاستمتاع، ومن ثم الدوافع النفعية متمثلة بزيادة المعرفة بالأحداث.

وللإجابة على السؤال، تم تطبيق اختبار "t" للعينات المنفردة (One-Sample T. Test)، لتحديد الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة حول دافع استخدام الهاتف النقال، وفيما يلي عرض للنتيجة.

يظهر من الجدول (13) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.53-4.32)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "استخدم الهاتف النقال بهدف الاتصال بالأهل" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.32) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (8) والتي تنص على "استخدم الهاتف النقال بهدف استخدام تطبيق اليوتيوب" بمتوسط حسابي (3.56) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي لدرجة الاستخدام الكلية (3.82) وبدرجة مرتفعة. ويتبين من الجدول أنه بالإضافة إلى أن الهاتف النقال وسيلة للتواصل مع الأهل والأصدقاء، فتعد وسائل التواصل الاجتماعي أحد الدوافع التي تحرك أفراد عينة الدراسة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (شرف، 2021) التي أوضحت أن التأثيرات العاطفية والسلوكية

الجدول (14): نتائج اختبار "t" للعينات المنفردة (One-Sample T. Test)

الدرجة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	الدلالة الإحصائية
درجة الاستخدام الهاتف النقال كأداة اتصال	3.82	0.9	6.681	.000

كلية الاعلام دالة إحصائياً، وبدرجة مرتفعة. السؤال الثالث ما الاشباع المتحققة لك من استخدامك للهاتف النقال كوسيلة اتصالية ووسيط إعلامي؟

يظهر من الجدول (14) أن قيمة (t) بلغت (6.681) وبدلالة إحصائية (0.000)، أي ان الفروق في درجة لاستخدام الهاتف النقال كأداة اتصالية لدى طلبة الجامعة في

الجدول (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
1	ماذا يحقق لك استخدام الهاتف النقال	3.90	0.88	1	مرتفعة
2	يساعد على شغل وقت فراغي ويخلصني من الملل	3.61	0.92	9	متوسطة
3	يساعدني على الاسترخاء والراحة عند الشعور بالتعب	3.69	0.91	7	مرتفعة
4	يوفر لي التسلية والشعور بالسعادة	3.56	0.88	10	متوسطة
5	يساعدني على نسيان المشاكل التي أتعرض لها	3.73	0.93	4	مرتفعة
6	يشعرنني بالراحة النفسية والاطمئنان	3.99	0.86	2	مرتفعة
	يساعدني على التواصل مع أناس من ثقافات أخرى				

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
7	يساعدني على زيادة تحصيلي العلمي	3.62	0.90	8	متوسطة
8	يزودني بمعلومات مفيدة	3.84	0.90	3	مرتفعة
9	ينمي معرفتي بالأحداث الجارية	3.73	0.89	5	مرتفعة
10	يساعدني في الوصول إلى كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة	3.71	0.97	6	مرتفعة
	درجة الإشباع الكلية	3.79	0.89		مرتفعة

يظهر من الجدول (15) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3,56-3,90)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "الهاتف النقال يساعد على شغل وقت فراغي ويخلصني من الملل" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3,90) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (4) والتي تنص على "الهاتف النقال يساعدني على نسيان المشاكل التي أتعرض لها بمتوسط حسابي (3,56) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي لدرجة الإشباع (3,79) وبدرجة مرتفعة. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (شرف، 2021) التي أشارت إلى أن (60.6%) من طلبة الجامعة قسم الاعلام التربوي يستخدمون الهاتف المحمول وصحافته في مجال دراستهم، وأنهم يعتبرون أن التأثير المعرفي متمثلاً بما تقدمه لهم تطبيقات الهاتف

النقال وصحافته من معلومات يعد مرتفعاً، ونتائج دراسة (سعدان والميتي، 2017) ودراسة (النجار، 2018) التي أشارت إلى أن استخدام الشباب الجامعي للتطبيقات الإعلامية في الهواتف الذكية يلبي دوافع نفعية بالحصول على المعرفة والمعلومات والاخبار، في حين يتعبر طلبة الاعلام في جامعة اليرموك الهاتف النقال تأثير ترفيهي وتسليه بالمرتبة الأولى والاتصال في المرتبة الثانية ومن ثم يعد وسيلة للحصول على المعلومات وتطوير الجانب المعرفي لديهم. وللإجابة على السؤال، تم تطبيق اختبار "t" للعينات المنفردة (One-Sample T. Test)، والجدول (16) يوضح ذلك.

الجدول (16): نتائج اختبار "t" للعينات المنفردة (One-Sample T. Test)

درجة الإشباع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	الدلالة الإحصائية
	3.79	0.89	8.214	.000

يظهر من الجدول (16) أن قيمة (t) بلغت (8.214) وبدلالة إحصائية (0.000)، وأظهرت النتائج فروق ذات دالة إحصائية في درجة الإشباع الكلية المتحققة من استخدام الهاتف النقال كوسيلة اتصالية ووسيط إعلامي لدى طلبة

الاعلام في جامعة اليرموك. السؤال الرابع: ما التطبيقات التي تستخدمها في مجال إنتاج المواد الإعلامية؟

جدول (17) آراء أفراد عينة الدراسة حول تطبيقات إنتاج المواد الدعائية

النوع	تطبيقات تسجيل الصورة	تطبيقات تسجيل الصوت	تطبيقات معالجة الصور الفوتوغرافية	تطبيقات البث المباشر للفيديو	تطبيقات المونتاج	المجموع
ذكور	44	37	20	82	10	193
	%14.7	%12.3	%6.7	%27.3	%3.3	
إناث	28	15	10	46	8	107
	%9.3	%5	%3.3	%15.3	%2.7	
المجموع	72	52	30	128	18	300
النسبة	%24	%17.3	%10	%42.7	%6	%100

خلال استخدام تطبيقات الموبايل الإعلامية من صحافة الموبايل وإنتاج الأفلام الوثائقية والقصص السردية بتقنيات وتطبيقات متطورة (نور أحمد، 2020)

كما تتفق مع نتائج دراسة (Andriana, 2020) التي أشارت إلى أن تأثير التحولات الرقمية سمحت باستثمارها في المجال التعليمي وانعكس ذلك على الاتصال والاعلام التربوي، وأصبح الهواتف النقالة وسيلة هامة في اكتساب مهارات الاتصال بأشكالها الكتابية والشفهية والرقمية وأن هذا التحول هو ضرورة حضارية تفرضها التغيرات العصر الرقمي. السؤال الخامس: ما درجة اعتمادك على هذه التطبيقات في إنتاج المواد الإعلامية؟

يتبين من خلال الجدول (17) أن معظم أفراد عينة الدراسة من كلا الجنسين يستخدمون تطبيقات البث المباشر للفيديو من أجل إنتاج المواد الدعائية، حيث مثلت النسبة الأكبر للأفراد (42.7%)، وبلغت نسبة من يستخدم تطبيقات تسجيل الصورة (14.7%)، و (17.3%) لمن يستخدم تطبيقات تسجيل الصوت. وهو ما أشارت إليه الأدبيات بأن الهاتف النقالة قد ساعد في التركيز على المضمون ووفر إمكانية التواصل المباشر والقرب من الأفكار والتلقائية، وكسر حاجز الخوف من الكاميرا وأصبح بإمكان العاملين في المجال الإعلامي بناء العلاقة مع الأشخاص والحديث عن الكثير من القضايا الخاصة التي تدعم التقارير الإعلامية، ونقل العديد من الحقائق والأحداث والموضوعات بطريقة واقعية مباشرة من

الجدول (18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
1	تصوير التقارير التلفزيونية والإخبارية	3.92	0.88	2	مرتفعة
2	تسجيل المقابلات الصوتية وكتابتها	3.61	0.92	5	متوسطة
3	لتحويل صوت المقابلة الصحفية إلى نص مكتوب	3.84	0.86	3	مرتفعة
4	تصحيح ومعالجة الصور الفوتوغرافية	3.77	0.90	4	مرتفعة
5	في البث المباشر للفيديو	4.05	0.91	1	مرتفعة
	درجة الاعتماد الكلية على التطبيقات	3.90	0.89		مرتفعة

الأولى بمتوسط حسابي (4.05) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (2) والتي تنص على "اعتمد على التطبيقات في تسجيل المقابلات الصوتية وكتابتها" بمتوسط

يظهر من الجدول (18) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.61-4.05)، حيث جاءت الفقرة رقم (5) والتي تنص على "اعتمد على التطبيقات في البث المباشر للفيديو" بالمرتبة

**الاستنتاجات:**

- **تظهر كثافة استخدام طلبية الإعلام للهاتف النقال في ضوء عدة عوامل منها استخدام الهاتف الذكي بشكل دائم بنسبة بلغت (93.3%)، وأن (96%) منهم لديهم هاتف ذكي، و (92.7%) منهم يمتلكون هاتف واحد، و (73.7%) لديهم اشتراك شهري بالإنترنت، و (37%) منهم ينفقون وسطياً 9 دنانير، و (62%) يستخدمون بطاقات اتصال وإنترنت معاً، و (53.4%) منهم مشتركين بخدمات شركة زين الأردن للاتصالات، و (34.7%) يستخدمون الإنترنت أقل ما ساعتين، و (92.4%) منهم يستخدمون الهاتف بشكل عام ودائم في التواصل الاجتماعي؛ و يستخدم طلبية كلية الإعلام في جامعة اليرموك للهاتف النقال كوسيلة اتصالية بدرجة مرتفعة ويأتي بالدرجة الأولى استخدم الهاتف النقال بهدف الاتصال بالأهل، ومن ثم بكونه وسيلة للتسلية باستخدام تطبيق الوتس أب، سماع الأغاني و الفيس بوك و بهدف مشاركة ونشر الصور والفيديو، ومن ثم بهدف الحصول على الأخبار، المرتبة الأخيرة تصفح الكتب و استخدام اليوتيوب؛ ويلبي استخدام الهاتف النقال الإشباع لدى طلبية كلية الإعلام جامعة اليرموك بدرجة مرتفعة حيث يوفر استخدام الهاتف النقال وتطبيقاته الإعلامية الهاتف النقال شغل وقت الفراغ والتسلية، ومن ثم يساعدهم على التواصل مع أناس من ثقافات أخرى، كما يزودهم بمعلومات مفيدة، ومن ثم يجعلهم يشعرون بالراحة النفسية الطمأنينة، وفي المرتبة الأخيرة لنسيان المشاكل التي يتعرضون لها؛ كما ويستخدم طلبية كلية الإعلام في جامعة اليرموك لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي عبر الهاتف النقال في دراستهم بدرجة مرتفعة، أعلاها لاستخدام تطبيقات الفيديو المباشر بنسبة بلغت (42.7%)، ومن ثم تطبيقات تسجيل الصورة بنسبة (24%) من ثم تطبيقات تسجيل الصوت بنسبة (17.3%) وأقل استخدام هو لتطبيقات المونتاج بنسبة (6%)، حيث يوفر استخدام طلبية كلية الإعلام في جامعة اليرموك التطبيقات الالكترونية التي يوفرها الهاتف النقال في إنتاج المواد الإعلامية في دراستهم الأكاديمية.**

حسابي (3.61) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي لدرجة الاعتماد (3.91) وبدرجة مرتفعة.

وللإجابة على السؤال، تم تطبيق اختبار "t" للعينات المنفردة (One-Sample T. Test)، والجدول (19) يوضح ذلك.

**الجدول (19): نتائج اختبار "t" للعينات المنفردة (One-Sample T. Test)**

درجة الاعتماد على التطبيقات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	الدلالة الإحصائية
3.9	0.89	8.254	0.000	

يظهر من الجدول (19) أن قيمة (t) بلغت (8.254) وبدلالة إحصائية (0.000)، وأظهرت النتائج وجود درجة متوسطة ودلالة إحصائية في درجة الاعتماد على التطبيقات في إنتاج المواد الدعائية. وتتفق هذه النتيجة نسبياً مع نتائج دراسة (Nikolas et al, 2019) التي أشارت إلى أن استخدام الصحفيين للهواتف الذكية في إعداد التقارير يعد وسيلة هامة في انشاء وفحص وإدارة المحتوى الصحفي، وأن لدى الإعلامي مسؤولية كاملة في التعامل الصحيح مع الكاميرا بشكل مخترف والعمل بمهنية مع صحافة المحول لإنتاج التقارير الصحفية.

وما توصلت إليه نتيجة دراسة (Ziani et al, 2015) إلى أن تطبيقات الهاتف المحمول الأكثر استخداماً هي التويتر، من ثم بريد الكتروني وأخيراً فيس بوك، وأن الهواتف المحمولة هي الوسيلة لتلقي الاخبار المحلية من مصادر متعددة لدى الشباب الجامعي.

وتوضح هذه النتائج مجتمعة ما أكدته دراسة (Campbell, 2007) هناك اتساق عام عبر الثقافات فيما يتعلق بدوافع الاستخدام ولا سيما تلك المتعلقة بالتطبيقات الاجتماعية التي توفر الاتصال الدائم والتفاعل الاجتماعي وأن أوجه التشابه عبر الثقافات في استخدام الهاتف النقال تؤكد أن هناك ثقافة دولية للهاتف النقال تبرز عبر القارات، وأن لها دوراً هاماً في عملية الاتصال والإعلام العالمي.

## التوصيات:

2. افادة شركات الهاتف النقال التي ورد ذكرها في البحث لاطلاعهم على دوافع استخدام الطلبة للهاتف النقال كوسيلة اتصالية وواسطة إعلامية والاستفادة منها في تطوير خدماتها، وتزويد الطلبة بالتطبيقات التي تطور عملهم وكفاياتهم.
3. إجراء مزيد من الدراسات والبحوث والنشاطات العلمية حول استخدام الهاتف النقال في العمل الإعلامي.

بناء على النتائج يقدم البحث مجموعة من التوصيات وهي:

1. العمل على نشر ثقافة الاستثمار الأمثل للهواتف النقالة في الدراسة والعمل لدى الشباب من طلبة الجامعة ولا سيما طلبة كليات الاعلام، من خلال دورات تدريبية وورش عمل وندوات لتطوير كفاءاتهم ومهاراتهم وتوجيه أنظارهم إلى طرائق تحقيق ذلك.

## المصادر والمراجع

- البناء، حازم (2006)، "استخدام المرأة المصرية للدراما العربية التي تعرضها القنوات الفضائية والإشباع المتحققة منها"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة: كلية الاعلام، (2)، 7، 65-157.
- بن صغير، زكرياء، 2020، "خدمات صحافة الموبايل وتأثيراتها على الممارسة الإعلامية أي مستقل للعم الإعلامي"، *مجلة العلوم الإنسانية*، (1)، 20، 773-784.
- تقرير اقتصاد المعرفة، 2016، *اقتصاد المعرفة العربي 2015-2016*، الذي تم إطلاقه (الثلاثاء 29 مارس 2016) من قبل أورينت بلانيت.
- خلف، خمائل زيدان، وعبد الأمير الفيصل، 2020، "دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المتحققة منها"، *مجلة بحوث الشرق الأوسط*، جامعة عين شمس، (55)، 205-258.
- حسن، سعد كاظم، 2016، "أولويات أوجه الثراء الإعلامي لدى مستخدمي الصحف الالكترونية العراقية"، *مجلة الباحث الإعلامي*، (32)، 84-59.
- دليو، فضل، 2004، *الاتصال، مفاهيمه-نظرياته-وسائله*، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- دليو، فضيل 2006، *تاريخ وسائل الاتصال*، قسنطينة، مطبعة cirta copy.
- رمضان، تسامي، وأنوار عبده، 2018، "مدى استخدام الطلبة للهواتف الذكية بهدف الحصول على المعلومات طلبة كلية الاعلام وكلية تكنولوجيا المعلومات في جامعة النجاح الوطنية نموذجاً"، *بحوث كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، قسم الصحافة المكتوبة والالكترونية*، نابلس، جامعة النجاح الوطنية.
- سالم، دعاء فتحي، 2016، "دور شبكات التواصل الاجتماعي
- في اكساب طلال الاعلام التربوي مهارات التعلم الذاتي"، *المجلة المصرية لبحوث الاعلام*، جامعة القاهرة كلية الاعلام، (54)، 432-347.
- سالم، سماح، 2012، *البحث الاجتماعي، الأساليب، المناهج، والاحصاء*، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- سعدون، فؤاد، ومعين الميتمي، 2017، "دوافع استخدام طلبة الجامعات الهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها دراسة مسحية مقارنة بين طلاب الخليجيين واليمنيين"، *المجلة العربية للاعلام والاتصال*، (18)، 166-113.
- الशल، انشراح، 2006، *تكنولوجيا الاتصال عن بعد*، القاهرة، دار الايمان للطباعة.
- الشامي، عبد الرحمن، 2014، "الإعلام الجديد والقديم: التحديات والفرص"، *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*، (32)، 105، 125-139.
- شرف، ايناس منصور، 2021، "اعتماد طلاب اقسام الاعلام التربوي على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر*، (56)، ج 3، 1418-1362.
- صادق، عباس مصطفى، 2008، *الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات*، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.
- الطرابيشي، مرفت، والسيد عبد العزيز، 2006، *نظريات الاتصال*، القاهرة، دار النهضة العربية.
- الطيب، عبد النبي، 2014، *فلسفة ونظريات الإعلام*، الهرم، الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد، 2007، *الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت*، القاهرة، عالم الكتب.
- عبد العزيز، السيد 2012، "التوجهات والمقاربات النظرية في بحوث الاعلام الجديد دراسة تحليلية"، *مجلة كلية الآداب*

- مكاوي، حسن، وليلى السيد، 2015، *الاتصال ونظرياته المعاصرة*، ط7، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.  
 مبيج، بيرنادر، 2011، *الفكر الاتصالي من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة*، تر: أحمد القصور، الدار البيضاء، درا توبقال للنشر.  
 النجار، سعيد غريب، 2003، *تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية*، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.  
 النجار، عبد الهادي أحمد، 2018، "استخدام الشباب الجامعي المصري للتطبيقات الإعلامية لصحافة الهواتف الذكية والاشباعات المتحققة منها"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، جامعة القاهرة كلية الاعلام، (13)، 81-166.  
 نور أحمد، عزيزة محمد، 2020، "استخدام الهاتف النقال في إثراء محتوى الإعلام الجزيرة انموذجاً"، ورقة بحثية، *معهد الجزيرة للإعلام*، 1-40.

بقنا، جامعة جنوب الوادي، (39)، 462-490.  
 العقاري، محمد علي، 2019، *نظريات الاتصال*، الرياض، مكتبة الرشد للنشر والتوزيع.  
 العقاري، محمد علي، 2020، "المدخل النظرية في دراسات الاعلام الرقمي: دراسة نقدية"، *مجلة علوم الاتصال*، جامعة ام درمان، (6)، 1-44.  
 المبيضين، إبراهيم، 2019، "تمو مستخدمي الانترنت في العالم 188% في 10 سنوات"، *جريدة الغد* 2019/3/8. تم الاسترداد بتاريخ 2022/10/13.  
 مصطفى، معتصم بابكير، 2015، *ايدلوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام*، الخرطوم، مركز التنوير المعرفي.  
 مكاوي، حسن عماد، 2003، *تكنولوجيا الاتصال في عصر العولمة*، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

### المراجع الأجنبية

Manea, Adriana, 2020, "Educational Communication under the Influence of Digital Changes", *Educatia 21 Journal*, (18), 157-157.  
 Badger, Jessica et al, 2014, "Media Richness and Information Acquisition in Internet Recruitment", *Journal of Managerial Psychology*, 7(29): 866-883.  
 Christakis. Nicholas, 2010, How is the Internet Changing the Way You Think? Edge:  
<https://www.edge.org/responses/how-is-the-internet-changing-the-way-you-think>  
 Campbell, Scott, 2007, "A Cross-Cultural Comparison of Perceptions and Uses of Mobile Telephony", *A New Media & Society*, 9(2), 343-363.  
 GÜL, Ayşen et al, 2020, *Digital Transformation in Media & Society*, Istanbul, Istanbul University Publication No: 5270, <https://creativecommons.org/licenses/by-cn14.0/>  
 Mandal, Debashish, & Robert Queen, 2013, "Extending Media Richness Theory to Explain Social Media Adoption by Microbusinesses", *International Technology*, 4(4):1-28.  
 Mankeka, Purnima, 2009, "Media and Mobility in a Transnational World", in: Hesmondhalgh, and Toynbee

(Eds), *The Media and Social Theory*, London, Routledge.  
 Molyneux, Logan, 2014, "Reporters Smartphone Use Improve Quality of Work", *News Paper Research Journal*, 35(4):83-97.  
 Vryzas, Nikolas et al, 2019, "Machine-Assisted Reporting in the Era of Mobile Journalism: the MoJo – Mate Platform", *Strategy and Development Review*, 9 (Special Issue), 22-43.  
 Organization for Economic Co-operation and Development, 2018, *Bridging the Digital Gender Divide Include, Upskill, Innovate, Better Policies for Better Live*, 1-151.  
 Saeed, Nauman et al, 2008, "Media Richness and User Acceptance of Second Life", *Proceedings Ascilite 2008 Melbourne*, 815-860.  
 Salleh, Noor, & Sedigheh Moghavvemi, 2014, "Media Richness Theory for Social Media Research: Opportunities and Challenges", in: Ainin Sulaiman and Muzamil Naqshbandi, *Social Media, Dynamism, Issues and Challenges*, Chapter Seven, 123-149.  
 Sołtysik-Piorunkiewicz, Anna, 2013, "The Development of Mobile Internet Technology and Ubiquitous Communication in a Knowledge-Based Organization",

- Online Journal of Applied Knowledge Management*, 1(1), 29-41.
- Thussu, Daya, 2000, *International Communication Continuity and Change*, London, Bloomsbury Academic.
- Wei, Ran, 2008, "Motivations for Using the Mobile Phone for Mass Communications and Entertainment", *Telematics and Informatics*, (25), 36-46.
- Wright, Beverly *et al*, 2011, "Application of Media Richness Theory to Data Collection", *The Journal of Applied Business Research*, 24(1): 137-142.
- Ziani, Abdul-Karim *et al*, 2015, "The Use of Mobile Phone and the Internet in Obtaining Local News in GCC Regions: University Students' Perspectives", *Dannish Journal of Media and Communication Studies*, 1(1): 1-10

## Gratification of Yarmouk University Mass Communication Students' Use of Mobile Phones

*Ahmed Alfaleh\**

### ABSTRACT

The aim of the current research is to study the uses of the mobile phone by students of the Faculty of Mass Communication at Yarmouk University as a means of communication and the gratifications achieved from it. The study adopts the survey method and is based on the two theories of media richness and digital transformation and it employes a questionnaire administered to a sample of 300 students of the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University. The findings of the study show that the media students at Yarmouk University use their mobile phones intensively, and they use the mobile phone as a means of communication to a high degree. Further, the findings show that the use of the mobile phone satisfies the media students in a high degree, and it provides them with a means of entertainment, communication, and provides them with useful information. They use mobile social network applications to a high degree, the highest for live video applications, and the lowest for editing.

**Keywords:** Uses, Mobile phone, Students, Faculty of mass communication, Gratifications.

---

\* Department of Creative Arts at SAE College, Luminus Technical University College.

Received on 26/7/2022. Accepted for Publication on 26/10/2022.