



مجلة كلية الآداب

مجلة دورية علمية محكمة

ربع سنوية

العدد الثاني والخمسون
أكتوبر 2019

مجلة كلية الآداب.. مج 1، ع 1 (أكتوبر 1991م) .
بنها : كلية الآداب . جامعة بنها، 1991م
مج؛ 24 سم.
مرتان سنويا (1991) وأربعة مرات سنويا (أكتوبر 2011)
1 . العلوم الاجتماعية . دوريات . 2. العلوم الإنسانية . دوريات.

مجلة كلية الآداب جامعة بنها
مجلة دورية محكمة
العدد الثاني والخمسون
الشهر : أكتوبر 2019
عميد الكلية ورئيس التحرير : أ.د/ عبير فتح الله الرباط
نائب رئيس التحرير : أ.د/ عربي عبد العزيز الطوخي
اشراف عام : أ.د/ عبد القادر البحراوي
المدير التنفيذي : د/ أيمن القرنفيلي
مديرا التحرير : د/ عادل نبيل شحات
د/ محسن عابد السعدني
سكرتير التحرير : أ / إسماعيل عبد اللاه
رقم الإيداع : 6361 : 6363
لسنة : 1991
ISSN: 1687-2525
الورق : 70 جرام أبيض
الداخلي : 1 لون
الخارجي : 300 جم كوشيه
الخارجي : 4 لون + سلوفان
حقوق الطبع محفوظة
طباعة اكتوبر 2019

هئية تحرير المءلة

عميد الكلية ورئيس التحرير : أ.د/ عبير فءح الله الرباط

نائب رئيس التحرير : أ.د/ عربي عبد العزيز الطوخي

اشراف عام : أ.د/ عبد القادر البءراوي

المدير التنفيذي : د/ أيمن القرنفلي

مديرا التحرير : د/ عادل نبيل شءات

: د/ محسن عابد السعدني

سكرتير التحرير : أ / إسماعيل عبد اللاه

اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي
لدى طلبة جامعة طيبة: دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية

**The attitudes of searching for
information in social networks
among the students of Taibah
University: analytic study to observe
thier intellectual attitudes**

2019م - 1440 هـ

د/ محمد الدولاتي

أستاذ مساعد - كلية الآداب والعلوم الإنسانية

قسم المعلومات ومصادر التعلم

جامعة طيبة

الملخص

تمثل هذه الدراسة محاولة لتقصي اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة طيبة لرصد الاتجاهات الفكرية، واعتمدت الدراسة استبانة محكمة تضمنت مجموعة من الأسئلة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين اتجاهات البحث لدى الشباب الجامعي من وجهة نظر طلبة جامعة طيبة، وقد عولجت البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المعروفة، ودلت النتائج بعد تحليل البيانات على الدور الكبير الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في رصد الاتجاهات الفكرية للشباب الجامعي وبينت نتائج الدراسة أنه ثمة دوافع متعددة لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي. كما أظهرت نتائج الدراسة أنه: لا يمكن الثقة بالمعلومات المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي. كما تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في فقدان الخصوصية الشخصية. وتسهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن الآراء بحرية تامة. كما أظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تنمية الشخصية وتعزيز الذات.

الكلمات الدالة: شبكات التواصل الاجتماعي، اتجاهات البحث عن المعلومات، الاتجاهات الفكرية.

Abstract:

This study is an attempt to investigate searching for information in social networks among the students of Taibah University to observe thier intellectual attitudes, the study adopted a questionnaire included a set of questions about the role of social networking sites in the formation of research attitudes among university students The data were processed using well-known statistical methods, and the results after analyzing the data showed the significant role played by social networking sites in observing the intellectual attitude of university students. Specified for the use of university students for social networking sites. The results of the study also showed that: The information displayed on social media sites cannot be trusted. Social media also contribute to the loss of personal privacy. "Social media contribute to expressing opinions freely".

The results also showed that social networking sites help in personal development and self-enhancement.

Keywords: social networks, information searching attitudes, intellectual attitudes .

تمهيد:

أدى التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى زيادة كمية البيانات الرقمية، والتي لم تعد وسائل التحليل الإحصائية قادرة على التعامل معها. لذا ظهرت العديد من الدراسات منذ أواخر الثمانينات تحاول ان تحل مشاكل تحليل البيانات Data mining باعتباره من الموضوعات بالغة الأهمية، ومن خلال الحاجة المتزايدة لأدوات تساعد في تحليل الكميات الهائلة من المعلومات المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي التي يضح من خلالها ملايين النيرا بايتات من المعلومات عبر صفحاتها المتعددة من الفيس بوك وتويتر والإنستغرام والواتس آب، وغيرها وذلك لتحويلها من بيانات متراكمة وغير مفهومة إلى معلومات قيمة يمكن استغلالها والاستفادة منها لتصبح معرفة (Najaf Aghaei,2012)، ولكونها منظومة جديدة من نظم التواصل لعديد من المستخدمين فأن عملية تحليل البيانات داخل مواقع التواصل الاجتماعي بهدف استكشاف تفضيلات الطلاب وميولهم واتجاهاتهم الفكرية قد تدفع المجتمع لوضع الارشادات والتعليمات، والتوجهات التي تدعم تحولهم بشكل يتماشى مع الأنظمة والأعراف السائدة في مجتمعاتهم فسعي الكثير من المستخدمين بتغيير هويتهم الحقيقية، وتسجيلهم بهويات مجهولة للترويج للكثير من الممارسات والسلوكيات والاتجاهات الفكرية المتباينة، مما قد يتسبب بأضرار بالغة للمؤسسات والمصالح والحكومات والأفراد سوارج (2011)، وقد تنامي اهتمام المجتمع السعودي بمواقع التواصل، حيث شهدت تطبيقات وبرامج مواقع التواصل تزايد عدد مستخدميها، فتضاعف عدد المستخدمين النشطين خلال الأعوام الأخيرة (وزارة الاتصال السعودية، 2019)، لذلك كان من الضروري رصد الاتجاهات الفكرية من خلال البحث عن هذه المواقع التي يستخدمها الاعداد الهائلة من الطلبة، والتي يتشكل سلوكهم من خلال تعاملهم مع بعضهم البعض أو تبني جهات خارجية لأفكار مغايرة تؤثر في سلوك فئة معينة من الطلاب؛ لذلك تسعى الدراسة للتنقيب عن المعلومات في مواقع التواصل

الاجتماعي لتحليلها وإبرازها للمجتمع لتأكيد دورها في رصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تواجه عملية تحليل البيانات والمعلومات داخل مواقع التواصل الاجتماعي تحديات كبيرة مع ظهور الجيل الثالث من الويب الدلالي والذي ساعد في توجيه وتقديم خدمات المعلومات ومن أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي Social Media Sites التي ساهمت بشكل كبير في تشكيل وجدان وفكر كثير من الطلبة الجامعيين لذلك كانت المحاولات الجادة من الدول والحكومات لتوجيه فكر شبابها بعيداً عن الانحرافات الفكرية والتي تسعى الدراسة من خلال رصد ومعرفة البيانات التي يستخدمها رواد مواقع التواصل الاجتماعي المنشورة من خلال الفيس بوك وتويتر، وأيضاً لتلاشي عدد من الإشكاليات التي يمثل بعضها مخالفات قد يتعرض صاحبها للمسائلة القانونية والأخلاقية.

تحاول هذه الدراسة من خلال البحث وتحليل المعلومات بمواقع التواصل الاجتماعي أن ترصد الاتجاهات الفكرية لدى طلبة جامعة طيبة، ويمكن صياغة مشكلة الدراسة من خلال طرح التساؤلات التالية:

- 1- ما المقصود بتحليل المعلومات وما أبرز تطبيقاته في بيئة الشبكات الاجتماعية؟
- 2- كيف يمكن الاستفادة من تطبيقات تحليل المعلومات في بيئة الشبكات الاجتماعية؟
- 3- ما الاتجاهات الفكرية لطلاب جامعة طيبة في بيئة الشبكات الاجتماعية؟
- 4- ما انعكاسات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على الاتجاهات الفكرية لطلاب جامعة طيبة؟
- 5- ما أبرز مواقع شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة بالنسبة لطلاب جامعة طيبة؟

6- ما العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية لطلاب جامعة طيبة (الجنس- العمر - التخصص)، وبين طبيعة المشاركات الفكرية في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة ومبرراتها فيما يلي:

- 1- الكشف عن معدل وحجم تعرض طلبة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي محاولة الوصول الى أسباب ودوافع التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- التعرف على مدى ثقة طلبة الجامعات بالمعلومات التي يحصلون عليها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- الاهتمام بالجامعة التي تمثل البيئة التي يستقي الطلبة معلوماتهم وتشكيل مفاهيمهم وتوجيههم التوجيه الذي يناسب قيمهم وعاداتهم.
- 4- البحث وتحليل البيانات في مواقع التواصل الاجتماعي وتقييمها، ورصد الاتجاهات الفكرية لشباب الجامعة المتأثرون بالتيارات الفكرية حيث تشكل اراء هذه الفئة المستهدفة من مجتمع الدراسة.
- 5- البحث بأستخدام أدوات تحليل البيانات عن الاتجاهات الفكرية المنحرفة والتي يتم الترويج لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- تحليل المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي وتقييمها.
- 2- الوصول الى أسباب ودوافع طلبة جامعة طيبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- 3- التعرف على مدى ثقة الطلاب بالمعلومات التي يحصلون عليها عن طريق مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.
- 4- معرفة ترتيب شبكات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث درجة اعتماد المستفيدين عليها في الحصول على المعلومات.
- 5- التعرف على علاقة المتغيرات الديموغرافية بالبحث عن المعلومات من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لتوظيفها.
- 6- انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات الفكرية لدي طلبة التعليم الجامعي

خامساً: فروض الدراسة:

الفرض الأول: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحليل المعلومات داخل مواقع التواصل الاجتماعي وحجم مساهمتها في رصد ومعرفة الاتجاهات الفكرية.

الفرض الثاني: وجود علاقة دالة إحصائية بين مدى تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة بهذه المواقع.

الفرض الثالث: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المعلومات ومواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الطلاب بشكل دائم للحصول على المعلومات.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر مهم للمعلومات عن الامن الفكري ومتغير القسم الذي ينتمي إليه الطلاب.

سادساً: حدود الدراسة:

اقتصرت الدراسة على الحدود الآتية:

الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على كيفية تحليل المعلومات داخل مواقع التواصل الاجتماعي

1- الحدود النوعية: تهدف الدراسة الوصول الى أسباب ودوافع طلبة جامعة طيبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على طلبة التعليم الجامعي المقيدين بجامعة طيبة بالمملكة العربية السعودية.

الحدود الزمنية: الفصل الدراسي الثاني لعام 1440 هـ

سابعاً: التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

1- تحليل المعلومات

هو النشاط الذي يقوم باستخراج المعلومات المتواجدة في كميات كبيرة من المعلومات، بهدف البحث عن أنماط معرفية واكتشاف الحقائق الخفية الواردة في قواعد المعلومات.

تحليل المعلومات عملية متطورة تقوم باشتقاق المعلومات المطلوبة والفعالة والشاملة من كم هائل من المعلومات طبقاً لأهداف مسبقة (Knitting,2015).

ويمكن تعريف تحليل المعلومات إجرائياً بأنه:

"تحليل كمية كبيرة من المعلومات في مواقع متعددة مربوطة عبر شبكات الانترنت وهذه المعلومات ترتبط بعلاقات منطقية لاستخلاص ورصد الأفكار والاتجاهات التي تعبر عن هؤلاء المستخدمين".

2- مواقع التواصل الاجتماعي

تعرف بأنها خدمة متوفرة عبر الانترنت تعمل على ربط عدد كبير من المستخدمين من شتى أرجاء العالم ومشاركتهم وتشبيكهم في موقع إلكتروني واحد يتواصلون معا مباشرة ويتبادلون الأفكار والمعلومات (المدهون، 2012، 37).

ويُطلق مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media) على مجموعة متنوعة من تطبيقات الإنترنت، بحيث يمكن للمستخدمين من خلال هذه المواقع العمل

على مشاركة الروابط التي تحتوي على محتوى معين، ومشاركة الصور، ومقاطع الفيديو، والتعليق عليها من قبل مستخدمين آخرين. (2019), www.techopedia.com, Retrieved 2-1-2019. Edited .

3- الاتجاهات الفكرية

الاتجاه مصدر أتجه، وهو مأخوذ من الوجهة، قال تعالى: لولكل وجهة هو موليها} (البقرة، 148). وقال السمين الحلبي (1414) الوجه المقصد والمذهب. فهو عنده مجموعة التصورات والقيم والطرق والتقنيات التي تشكل مذهباً محدداً مقبولاً في علم من العلوم في عصر من العصور.

وتعرف أيضاً بأنها إيمان الفرد بأفكاره وتبنيه لاتجاه معين نحو هذه الأفكار هو ما قد يدفعه ويوجه سلوكه نحو تحقيق ما يهدف إليه. (Argin. (2013).

الاتجاه الفكري: هو القدرة او المحافظة على سلامة الأفكار والمعتقدات الصحيحة لدى الأفراد مع تزويدهم بأدوات البحث وبيان طرق التفكير الصحيحة (الأتربي، 2011).

تعرف إجرائياً في الدراسة بأنها الانحراف في الفكر سواء أخلاقي او تعليمي او سياسي بفعل موجّهات خارجية

ثامناً: منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي لدراسة كيفية تحليل المعلومات داخل مواقع التواصل الاجتماعي ومن ثم ومقارنتها.

المنهج المقارن: للمقارنة بين تحليل المعلومات في الفيس بوك وتويتر، والخروج بنتائج توضح أي من هذه المواقع يمكن استخدامها بطريقة تؤثر في تغيير الاتجاهات الفكرية لطلبة الجامعة والالتزام بقوانين التي اقرتها الجهات المسؤولة في كيفية الاستخدام الآمن لهذه المواقع.

تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون عينة الدراسة من 2510 من طلبة جامعة طيبة في المدينة المنورة المملكة العربية السعودية خلال العام الجامعي 2018/2019م، بمختلف التخصصات العلمية، ويتفاوتون في المستويات العمرية والاقتصادية والاجتماعية مما يسمح بدوره في تمثيل اتجاهات الطلبة بشكل موضوعي.

عاشراً: أداة الدراسة:

تم تصميم أداة الدراسة "الاستبانة" كأداة لجمع المعلومات بهدف البحث في مواقع التواصل الاجتماعي لرصد الاتجاهات الفكرية لدى طلبة جامعة طيبة، وقد تكونت الاستبانة من خمس أجزاء هي:

الجزء الأول: المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين، " النوع، التخصص، القسم، الكلية.
الجزء الثاني: الفقرات التي تعالج الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة من خلال التحليل في مواقع التواصل الاجتماعي.
الجزء الثالث: الفقرات التي تقيس دور تحليل المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات.
الجزء الرابع: الفقرات التي تقيس دور تحليل المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
الجزء الخامس: الفقرات التي تقيس دور تحليل المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم.

أحد عشر: الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة هناك العديد من الدراسات حول البحث عن المعلومات، لكنها تركز في الغالب على الأعمال التجارية والإحصائيات، وهناك القليل من الدراسات التي تتناول تقييم برمجيات وأدوات البحث عن المعلومات وكيفية اختيارها، إلا أن دراسات عامة تصلح على أي البرمجيات وليست البحث عن المعلومات فقط، نظراً

لكثرة الخدمات التي تتعامل مع الكميات الهائلة من المعلومات، وجاءت بعض الدراسات التي تتناول البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي وهو موضوع الدراسة الحالية وفيما يلي عرض لأبرزها:

الدراسات العربية

دراسة محمد رده الخزاعي، حسن السريحي (2018)، "تحليل الآراء على شبكات التواصل الاجتماعي: نموذج تطبيقي لقياس مستوى التعصب الرياضي في تويتر" هدفت الدراسة إلي قياس مستوى التعصب الرياضي من خلال تحليل الآراء على شبكة تويتر باستخدام أداة إلكترونية لقياس الآراء ثم تطويرها وتطبيقها وذلك بهدف التعرف على طرق وأساليب تحليل الآراء على شبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة العوائق والتحديات التي تواجه التحليل الألي للآراء على الشبكات الاجتماعية وقد تم تطوير أداة لتحليل الآراء والمشاعر واستخدامها في هذه الدراسة التي تعد تجريبية في هذا الجزء منها واعتمدت على تحليل المحتوى لتحليل التغريدات وقد توصلت الدراسة الى ان الكتابة باللغة العامية وباللهجة المحلية تشكل تحديا كبيرا لنمذجة أساليب التحليل

دراسة المبارك البدوي سعد البدوي (2017)، "استخدام تقنيات المعلومات لاستكشاف أنماط مؤثرات التحصيل الأكاديمي لطلاب المرحلة الثانوية دراسة حالة شهادة التعليم الثانوي الصف الثالث علمي من العام 2007-2016" هدفت الدراسة إلى اكتشاف المعرفة باستخدام تقنيات المعلومات الهدف الأساسي من الدراسة هو اكتشاف بعض الأنماط السائدة في المعلومات الأكاديمية للطلاب في امتحان الشهادة الثانوية - المساق العلمي منذ 2007 وحتى عام 2016 ومن ثم الخروج بمؤشرات عامة حول الأداء الأكاديمي لدعم السياسات التعليمية لدي متخذي القرار في وزارة التربية والتعليم.

دراسة كورا إقبال ديب وآخرون (2017) بعنوان النموذج المرن لتحليل الآراء من الإعلام الاجتماعي" تهدف هذه الدراسة الي تنفيذ خوارزمية برمجة التحليل الالي لنصوص التغريدات المستقاة من شبكة تويتر وتصنيفها الي تغريدات ايجابية وسلبية ومحايده وذلك بهدف معرفة مشاعر وأفكار المشاركين نحو موضوع ما وتمثيل تلك الآراء في شكل رسوم بيانية تعكس نسب التصنيفات الثلاث مستخدمين مكتبة معالجة اللغة الطبيعية من ستانفورد Stanford NLP Library

دراسة دعاء البري (2015)،"الوعي واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية الأكاديمية من قبل الأكاديميين بجامعة جنوب الوادي في مصر" أجريت هذه الدراسة باستخدام استبيان على شبكة الإنترنت تم إنشاؤه من خلال منتدى جوجل. تم تصميم الاستطلاع بطريقة لم يكن المشاركون كذلك قادر على إرسال أكثر من رد واحد ولكن يمكنه تعديل رده المقدم. على مدار الفترة من أغسطس 2015 إلى أكتوبر 2015، تم إرسال رابط إلى الاستبيان عبر بريد إلكتروني شخصي ورسائل Facebook إلى أعضاء هيئة التدريس في جامعة جنوب الوادي من مختلف وتألفت من أربع مجموعات من الأسئلة. المجموعة الأولى كانت حول مميزات الديموغرافية. وركزت المجموعة الثانية على الوعي واستخدام ASNSs بينما كانت المجموعة الثالثة حول فوائد وعقبات استخدام ASNS. المجموعة الرابعة تتعكس على طريقة تحسين الوعي والاستخدام الأكاديمي لديهم.

دراسة يس، نجلاء أحمد (2015)، "خدمات منصة شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك Facebook platform services ودورها في مساعدة المكتبات الأكاديمية العربية على مشاركة المعرفة: دراسة تجريبية على مكتبة جامعة القاهرة" هدفت الدراسة إلى دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك Facebook في مساعدة المكتبات العربية عامة والأكاديمية منها بصفة خاصة على مشاركة المعرفة مع كل

من يبحث عنها بشكل أكثر تفاعلا وديناميكية بغض النظر عن الحواجز الزمنية والمكانية.

دراسة فهد علي (2014): "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجا) دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود ودراسة مسحية استخدم الباحث فيها المنهج الوصفي التحليلي، وهدفت إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة ومحاولة الكشف عن الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في: التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، إهمال أداء الشعائر الدينية، وأن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في: الاطلاع على أخبار البلد، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من تخطي حاجز الخجل.

دراسة الشهري (٢٠١٣)) وقد هدفت إلى التعرف عن أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على نمط العلاقات الاجتماعية والتي تدفع إلى الاشتراك في موقع فيس بوك (Facebook)، (وموقع تويتر (Twitter)، والكشف عن الآثار السلبية والإيجابية عن استخدام هذه المواقع، ومن أجل تحقيق ذلك اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث على عينة مكونة من (١٥٠ طالبة) بجامعة الملك عبد العزيز تم اختيارهم بطريقة قصديه ، وقد توصلت إلي مجموعة من النتائج كان أهمها، أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات إلي استخدام موقعي فيس بوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع.

دراسة فراس نائل روجي هاشم (2013)، "اثر استخدام أساليب التحليل عن المعلومات في دعم الرأي المهني المدقق" هدفت الدراسة الي اختبار مدي قدرة أساليب التحليل عن المعلومات لدعم راي المدقق حول وجود أخطاء جوهرية في بنود القوائم المالية وأيضا قدرة المنشأة في تحليل المعلومات واستخراج النتائج اعتمدت على الشبكات العصبية وتقنية الانحدار اللوجستي كونهما من اهم أساليب تقنيات التحليل التي تم استخدامها في معظم الدراسات السابقة.

دراسة طلال فاضل حسين (2013)، "عقدة الارتباطات الهرمية لصفحات موقع مواقع التواصل الاجتماعي التطبيق" تناول هذا البحث مسألة عقدة تسلسل الارتباط الهرمي لصفحات الويب. ويستهل بمقدمة عن تنقيب المعلومات وهو موضوع يتخصص في اكتشاف الأنماط الموجودة في المجاميع الكبيرة في المعلومات. ثم يتم التطرق إلى صفحات الويب ثم العقدة وقياس التشابه. بعد ذلك تعرض خوارزمية لعقدة الصفحات على كل مستوى من تسلسل الارتباط الهرمي للصفحات وتطبق على صفحات الويب لجامعة الموصل باستخدام ثلاثة طرق للعقدة والتي اعطت نتائج منسجمة بتطبيق هذه الطرق الثلاث.

دراسة: عبد الكريم على الدبيسي وزهير ياسين، (2013)، هدفت الدراسة إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل العام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة.
- أصبحت الشبكات تشكل مصدرا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام ظهرت علاقة موجبة ودالة) عند مستوى 05.0 بين تكرار استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس

بوك وتشكيل الرأي العام للطاب، كما ظهر من خال تحليل استجابات الطاب على استطلاع الرأي. ظهرت عالقة موجبة ودالة) عند مستوى 05.0) بين المشاركة في أنشطة شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك وتشكيل الرأي العام لطاب الجامعة.

الدراسات الأجنبية

دراسة "سينجا أرشان" (Singh, Archan, 2017)، "التقيب عن المعلومات لطلاب الجامعة" تهدف هذه الدراسة على استخراج المعرفة من المعلومات التي طرحها طلاب الجامعة على المواقع الاجتماعية في فئات مختلفة. اقترحت الدراسة إطار عمل لاستخراج بيانات الوسائط الاجتماعية الخام باستخدام تقنيات استخراج المعلومات.. وتمثلت المعرفة في هذه الدراسة في تحديد الأنواع المتكررة لتدفق وتبادل المعلومات من قبل طلاب الجامعة. يمكن تعزيز هذه المعرفة من خلال معرفة سلوك الطلاب واهتماماتهم على الشبكة الاجتماعية.

دراسة نعمان أوغلو وآخرون (Numanoglu, et, al, 2016)، "فحص اتجاهات طلاب المرحلة المتوسطة نحو مواقع التواصل الاجتماعي" تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المواقف العامة لطلاب المرحلة المتوسطة اتجاه مواقع التواصل الاجتماعي. وتمت مقارنة نتائج الطلاب في مسح اتجاهات مواقع التواصل الاجتماعي بين المجموعات بناءً على متغيرات "استخدام الوسائط الديموغرافية والاجتماعية". لم يكن هناك اختلاف كبير في درجات اتجاهات الطلاب نحو مواقع التواصل الاجتماعي بين المجموعات على أساس الجنس والمدارس ومستويات الصفوف ومستويات الدخل. كان هناك اختلاف كبير في هذه الاتجاهات بين المجموعات بناءً على عدد مرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والوقت

المستغرق في كل المتغيرات وكان موقف الطلاب العام اتجاه مواقع التواصل الاجتماعي كان إيجابياً وعاليً

دراسة "سبادا" (2014)، (Spada)، الهدف من هذه الدراسة هو تحديد المواقف العامة لطلاب المدارس المتوسطة تجاه مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم ما إذا كانت بعض المتغيرات تؤثر على اتجاهات الطلاب تجاه مواقع التواصل الاجتماعي أجريت هذه الدراسة كدراسة مسح وصفي. نتائج أي اختلاف محتمل في درجات مواقف مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركين بناءً على المتغيرات الديموغرافية.

دراسة "ليراس وآخرون" (Lyres, et, al 2014)، تهدف هذه الدراسة إلى مراجعة وتنقيح واختبار البرامج التعليمية من عدة اتجاهات. تم استخدام وسائل تقنيات تحليلية المعلومات التعليمية وبواسطة تقنيات تحليلية التحري عن العلاقة الخفية في المعلومات المجمعة من التجارب التي تمت في قسم التعليم في جامعة باتراس والتي تتعلق بمهمة تقييم البرامج ومن ثم تم تقديم نتائج هذه الدراسة ومناقشتها بطريقة كمية وكيفية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة تلاحظ أن معظم هذه الدراسات أكدت على الدور المؤثر الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على أفكار وسلوكيات الأفراد داخل المجتمعات ولكن لم نجد في أي من الدراسات السابقة دراسة البحث وتحليل المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة الجامعات، وهذا يتضح من كون ارتباط هذه الدراسة ببعض الدراسات السابقة واختلافها مع البعض الآخر، فوجه الاتفاق مع الدراسات التي تناولت البحث وتحليل المعلومات وعن العلاقات الخفية لمحتوي ما يكتبه الطلاب على صفحاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك ارتبطت الدراسة باستخراج المعرفة من المعلومات التي طرحها طلاب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي وتمثلت المعرفة في هذه الدراسة في

تحديد الأنواع المتكررة لتدفق وتبادل المعلومات من قبل طلاب الجامعة وذلك لرصد اتجاهاتهم الفكرية وهذا لم تتطرق إليه أيًا من الدراسات السابقة. وتمثلت استفادة الباحث خلال اطلاعه على الدراسات السابقة في بناء الأطر المعرفية للبحث مثل مشكلة الدراسة وأهميتها وتساؤلاتها وغيرها وتعد الدراسات السابقة بمثابة الأساس العلمي الذي تنطلق منه هذه الدراسة ونوضح النقطة التي توقفت عندها الأخيرة وتحاول الإضافة في هذا المجال.

الإطار النظري للدراسة

يجيب الإطار النظري على تساؤلات الدراسة متضمنا عناصرها المتمثلة في مفهوم البحث عن المعلومات وخصائصه وأنواعه وكذلك الهوية في مواقع الاتصال الاجتماعي والوعي بخطورة الانحراف الفكري في مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك طرق البحث عن المعلومات داخل مواقع التواصل الاجتماعي.

أولاً: البحث عن المعلومات

وردت العديد من التعريفات دارت جميعها في فلك كون البحث وتحليل المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي وهي واحدة من تقنيات الحوسبة الذكية التي تعمل في سياق البحث عن المعلومات داخل هذه المواقع. يمكن القول إن التحليل والبحث عن المعلومات هي اكتشاف المعرفة من خلال الكم الهائل من المعلومات والقدرة على تحليل المعلومات من منظورات مختلفة واستخلاص العلاقات بينها وتلخيصها إلى معلومات مفيدة، قد تسهم في الوصول الي معرفة الاتجاهات الفكرية للطلبة في الجامعات من خلال تجمعاتهم والمجموعات التي يكونونها على مواقع التواصل الاجتماعي أو استغلالهم فكريا من قبل أفراد او جماعات تحاول أن تملي عليهم اتجاهات معينة او ترسخ في أذهانهم بعض المعتقدات الخاطئة لذلك تسعى الدراسة لتحقيق أهدافها ومنها مقدرة الطلبة على

كيفية التعامل مع مصادر المعلومات بكافة أنواعها المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي وقدرتهم على الانتقاء والفرز.

ومن خلال ما سبق يمكن القول إن البحث عن المعلومات يعتمد على أربعة عناصر أساسية وهي:

1- البيانات: هي عبارة عن الحقائق والأرقام والنصوص التي يمكن أن تعالج من قبل الحاسب.

2- المعلومات: النماذج والعلاقات بين تلك البيانات التي تشكل معلومات مفيدة.

3- المعرفة: المعلومات السابقة يمكن أن تحول إلى معرفة حول الأنماط التاريخية أو التوقعات المستقبلية، مثال معلومات عن حركة المبيعات والمشتريات للزبائن يمكن أن تزودنا بمعرفة عن سلوكهم الشرائي، فيساعدنا ذلك في معرفة أي من المواد تحتاج إلى ترويج أكثر.

4- مستودعات البيانات: المستخدمة في التحليلات الزمنية واكتشاف المعرفة واتخاذ القرارات، فهي مصممة خصيصا لاستخلاص البيانات ومعالجتها وتمثيلها وتقديمها بصورة مناسبة لهذه الأغراض، وتخزن كمية ضخمة من البيانات قد تكون من مصادر مختلفة، مثلا عدة قواعد بيانات من عدة نماذج.

أ- مفهوم البحث عن المعلومات:

هناك الكثير من التعريفات التي ذكرتها الأدبيات عن مفهوم البحث عن المعلومات فهو يكمن في تحليل مجموعة كبيرة من البيانات لتحديد الأنماط المخفية منها (Tiwari & Vima, 2013 ، Gok & Bozkir، Kiray، 2015). وتعتبر تقنية تستخدم لوصف اكتشاف المعرفة والبحث عن علاقات مهمة مثل الأنماط والارتباطات والتغيرات بين المتغيرات في قواعد البيانات (Pal, 2012). يمكن تعريف البحث عن البيانات بأنها تطبيقات خوارزميات مختلفة، لتحديد الأنماط والعلاقات في مجموعة بيانات.

أو هو استخلاص المعرفة من كميات كبيرة من البيانات وتحليلها من منظورات مختلفة واستخلاص العلاقات بينها وتلخيصها إلى معلومات مفيدة، ويعد البحث عن المعلومات مصطلحا شائعا لأكتشاف المعرفة، في حين يضع البعض البحث عن المعلومات كخطوات أساسية في عملية اكتشاف المعرفة. بالرغم من أن ظهور البحث عن المعلومات في أواخر الثمانينات كان مجالا حديثا في دراسة قواعد المعلومات والذكاء الصناعي وتكنولوجيا قواعد المعلومات وتعلم الآلة والإحصائيات وعرض المعلومات.

ب- الخصائص الرئيسية للبحث عن المعلومات:

- تتلخص الخصائص الرئيسية في البحث عن المعلومات بالخطوات التالية :
- (1) الكشف التلقائي لنماذج المعلومات: تتم عملية التحليل عن البيانات من خلال بناء نماذج تستخدم خوارزميات للعمل على المعلومات.
 - (2) التركيز على مجموعات كبيرة من مخازن وقواعد المعلومات.
 - (3) الكشف التلقائي لنماذج المعلومات: تتم عملية البحث عن المعطيات من خلال بناء نماذج تستخدم خوارزميات للعمل على المعلومات.
 - (4) التنبؤ والتصنيف: هي عمليات تصنيفية وتنبؤية. يمكن لنموذج المعلومات أن يتنبأ بمدى احتمال إصابة شخص ما بمرض معين بالاعتماد على نتائج تحليلية للشخص ونتائج تحاليل سابقة (قاعدة المعرفة).
 - (5) المعطيات التنبؤية بتوليد قواعد Rules: وهذه القواعد هي شروط تدل على نتيجة أو قرار عند وجود حالة ما، يمكن أن تحدد إحدى القواعد أن شخصا ما مصاب بمرض لم يتم كشفه بعد، وذلك من خلال تلك الخبرة التي اكتسبها النظام من خلال دراسة وتحليل حالات وأعراض الإصابة بذلك المرض.

ج- أنواع البحث عن المعلومات

يوجد العديد من أنواع أو طرق البحث عن المعلومات والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

(1) تحليل الارتباط Correlation Analysis

تحليل الارتباط هو طريقة للتقييم الإحصائي تستخدم لدراسة قوة العلاقة بين اثنين من المتغيرات المستمرة المقاسة عددياً (مثل الطول والوزن). تتغير المتغيرات معاً خلال فترة زمنية معينة. إذا كان هناك ارتباط، وفقاً للقيم العددية المقاسة، فقد يكون هذا إما موجباً أو سالباً (Neville, J (2017).

Jensen, D. and

(2) شجرة القرارات Decision Tree learning

يتم استخدامها في عمليات التنبؤ prediction والتصنيف classification. حيث يتم استخدام طريقة تنازلية أو من أعلى إلى أسفل top-down ويتم اختيار خاصية/متغير/قيمة تقسم السجلات على تفرعات الشجرة. لوضع معايير معينة تساعد في اتخاذ القرار بالموافقة أو الرفض..

(Sharma, P., Bhartiya, R. (Dec. 2012)

(3) الخوارزميات الجينية Genetic Algorithm

توليد بعض الحلول للمشكلة عشوائياً، ثم يتم فحص هذه الحلول ومقارنتها ببعض المعايير التي يضعها مصمم الخوارزمية، وأفضل الحلول فقط هي

التي تبقى أما الحلول الأقل كفاءة فيتم إهمالها (Flockharta, I. and

RadclieabN. (1996)

(4) شبكات النظرية الافتراضية Bayesian Networks

تعتمد شبكات النظرية الافتراضية على أساس الاستدلال الاحتمالي لحل مشكلة عدم اليقين وعدم الاكتمال، ولها أفضل مزية لحل الأخطاء الناجمة

عن عدم اليقين ويمكن باستخدام بنية شبكة النظرية
Heckerman, D) Bayesia

(5) مسار المجموعة الخام: Rough Set Approach

تعتمد الفكرة الرئيسة للمجموعة الخام على المعرفة الموجودة لمشكلة معينة، من خلال تصنيف إدارة البيانات الفعلية، وتقسيم نطاق المشكلة، وتقليل البيانات في إطار فرضية الاحتفاظ بالمعلومات المهمة.

(6) الشبكة العصبية Neural Network

هي نظام ديناميكي بهيكل طوبولوجي لتوجيه الرسم البياني، يتكون نظام الشبكة العصبية من وحدات معالجة بسيطة وكبيرة، والتي يمكن أن تقدم الكثير من المعلومات المعقدة والبيانات العادية والمنظمة، لإيجاد العلاقة الداخلية بين البيانات من خلال تشابه الزمان والمكان. أحمد فايز سيد (2016، 814)

(7) التحليل الإحصائي: statistical Analysis

هو طريقة دقيقة للتقريب عن البيانات بالاعتماد على نظرية الاحتمالات الإحصائية، مثل: تحليل الانحدار وتحليل العوامل من خلال نماذج من الكائنات وشرح صلاحية النموذج، وأخيرا التنبؤ بالتنمية المستقبلية. ويستخدم كبرامج تطبيقية للإحصائيات.

د- تطبيقات البحث عن المعلومات

باستخدام بعض البرمجيات مثل orange وهي ومن الأدوات المتخصصة في البحث عن المعلومات و تعتبر بيئة برمجية شاملة توفر أدوات وتقنيات البحث عن المعلومات وتعلم الآلة وهي لا تتطلب كتابة أكواد وتتميز باستخدام نوافذ مرئية Visual، لتحليل البيانات بطريقة تفاعلية، كما أنها متوفرة لجميع أنظمة التشغيل المعروفة ولتنفيذ إجراءات البحث عن المعلومات لابد من أتباع الإجراءات التالية:

- الإدخال والتحضير المسبق للبيانات.
 - تصنيف المعلومات.
 - تحليل وعرض البيانات بشكل مرئي (رسومات بيانية).
- <https://www.datamining-journal.com> كما انها تتميز ببساطتها وسهولة التجول من خلال والواجهة الرسومية الإبداعية ومن أسهل أدوات لتتقرب عن المعلومات مقارنة بأدوات البحث الأخرى، تتمثل قوتها في وظيفة العرض التفاعلي التي تتيح للمستفيدين وضع العلامات ثم اختيار نقاط البيانات أو العقد مباشرة من الرسوم البيانية.

ثانياً: الهوية في مواقع الاتصال الاجتماعي

يخفي كثير من المستخدمين هويتهم داخل مواقع التواصل الاجتماعي ويظهرون بهويات غير حقيقية بغية ترويج إشاعات او بس أفكار مسمومة خوفا من الملاحظات القانونية التي قد تطول الكثير منهم وقد قسم "سوارج" (2011)،

أ- الهوية الحقيقية

هوية الفرد في عصر مواقع التواصل الاجتماعي الي هويتين:

1- هوية الفرد على الشبكة (on line)،

2- المستخدم خارج الشبكة الهوية الحقيقية

بمعني تخفي الأشخاص خلف شخصيات غير حقيقية يستخدم اسم مستعار فمن الممكن ان يفصح عن عمره وجنسه ويخفي معلومات اخري برون (2012).

ب- الظهور بهوية مجهولة

يمكن الكشف عن شخصية أي فرد يدخل على الشبكة من خلال عنوان Address IP عندما يقوم بتسجيل بياناته الأولية ، لكنه يمكن أن يخفي هويته أو جزء منها في بعض مواقع التواصل الاجتماعي مع كونه يتفاعل مع الآخرين عبر الحاسب الألي او الهاتف المحمول ولا يمكن لأحد أن يعرفه وقد أوقعت هذه الظاهرة الكثير من

المستخدمين في حرج بعد كشف هويتهم فعلي من يطلقون الأكاذيب وبروجون الإشاعات والأكاذيب في وسائل التواصل الاجتماعي يجب أن يعرفوا هذه الحقيقة فلا مجال للتخفي بأي وسيلة كانت وأن ما ينشرونه على مواقع التواصل الاجتماعي يقع ضمن مسؤوليتهم القانونية. "وايت، و جونزاليس" (2017)

ثالثاً: الوعي بخطورة الانحراف الفكري عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الوعي حالة فكرية معرفية متقدمة واستخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي يشكل جزء من منظومته الفكرية وأصبحت تشكل أيضاً سلوكياته والتي أصبحت بعد ذلك جزء من مكونات المجتمع الثقافية والفكرية، وحتى يصل الطلبة للوعي الفكري يجب مراعاة الأسباب التالية: -

- تحتاج المجتمعات لجهود من جميع المؤسسات التعليمية والتربوية والاجتماعية لتشكل درجة وعي يفصل بين الاستخدام الإيجابي والسلبي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- وضع خطط استراتيجية وطنية يقودها المثقفون لحملات التوعية المتواصلة بكيفية التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.
- دعم التشريعات والتنظيمات الموجهة لتعزيز الاستخدام الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي والتقليل من أثارها السلبية.
- وضع خطط بـ بطريفة مرنة تساعد في الاستجابة للمستجدات في هذا المجال المتطور.
- تطوير التعاون المشترك بين كل منطقة جغرافية للاستفادة من التجارب مواجهة الممارسات السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- التمييز بين منظمات حقوق الإنسان والأحزاب المبنية على المعارضة الهادفة، وجماعات الإرهاب التي تهدف إلى تشويه الأفكار لأغراض سياسية. (Zhao 2012 & Gallant)

رابعاً: طرق البحث وتحليل المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي

هناك عدة طرق لتحليل بيانات مواقع التواصل الاجتماعي، أهمها:

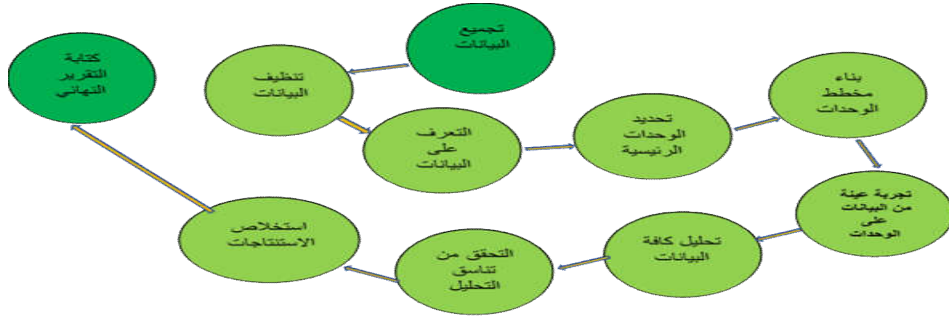
1- تحليل المحتوى (Content Analysis)

هي تقنية/أسلوب (method) لفهم واستنتاج المعنى من كمية كبيرة من النصوص عن طريق إتباع طريقة تصنيف منهجية (systematic classification process). قد تكون كمية (quantitative) أو نوعية (qualitative). تُعنى الطريقة الكمية بإحصاء مقدار أو عدد تكرار كلمة معينة أو مصطلح معين في النص، بينما تُعنى الطريقة النوعية بتصنيف المعلومات لمواضيع أو أقسام (categories)؛ وقد تكون مزيج بين الطريقة الكمية والنوعية وهذا هو السائد. (Vidal etc., 2011; Vural & Bat 2010; Hazar, 2011; Dikme, 2013)

هناك طريقتين أو أسلوبين لتحليل المحتوى:

أ- **التحليل الاستنتاجي** ((Deductive): حيث تقوم عملية التحليل مع وجود أقسام أو مواضيع سابقة تم استنتاجها من تحليل بيانات سابقة مشابهة (عن طريق دراسات سابقة مثلاً)، ويتم تحليل البيانات الحالية عن طريق استخدام المواضيع أو الأقسام السابقة، حيث يقوم الباحث بمطابقة البيانات الحالية بنتائج البحوث السابقة.

ب- **التحليل الاستقرائي** (Inductive): حيث تبدأ عملية التحليل بدون وجود مواضيع أو أقسام متوقع وجودها في البيانات حيث يتم الوصول للأقسام أو المواضيع عن طريق استخدام البيانات الحالية بشكل كامل.

الخطوات الأساسية لتحليل البيانات عن طريق تقنية تحليل المحتوى هي

، (Nisbet& Miner (2009)

شكل (1)

1- تجميع وتجهيز المعلومات:

يتم تجميع وتجهيز البيانات لعملية التحليل، لذلك يجب عليك في هذه المرحلة اختيار البيانات المراد تحليلها. قد يكون لديك أسباب معينة في عملية الاختيار بحيث تكون عينة البيانات المختارة تساعدك في الإجابة على تساؤلاتك والوصول لأهدافك من التحليل، وقد تكون عملية الاختيار عشوائية بشكل كامل.

2- تنظيف البيانات:

3- من العناصر غير المرغوب فيها. سواءً كانت تعليقات وبيانات مثل الإعلانات، الموقع الجغرافي للمغرد، الصورة الشخصية، وقت التغريد، وغيرها. قد تكون هذه المعلومات مهمة لعملية تحليلك وقد تكون غير مرغوب بها. في حالة كانت هذه البيانات غير مرغوب بها، تقوم بإزالتها بهذه الخطوة.

4- التعرف على البيانات:

قبل البدء بعملية التحليل قراءة البيانات ومعرفة محتواها لتكوين صورة

مبدئية عن ماهية البيانات وما هو المحتوى المتبادل بين المستخدمين في تلك العينة.

5- تحديد الوحدات الرئيسية:

عند تحليل بيانات عن حملات إعلانية مختلفة، قد تجد تعليقات تدور حول الممثلين وأخرى حول موسيقى الإعلان والإخراج، وأخرى حول المحتوى أو المنتج؛ فهذه قد تعتبر وحدات أو مواضيع مختلفة.

6- بناء مخطط الوحدات:

تقوم ببناء مخطط كامل للمواضيع والمواضيع الفرعية والعلاقات فيما بينها. في هذه الخطوة تقوم بتسمية وتعريف كل قسم وتحديد ما يشمله أو لا يشمله كل قسم. الوضع (Singh & Vimal, Tiwari (2013).

7- تجربة عينة من البيانات على مخطط الوحدات:

هذه الخطوة تمكنك من معرفة ما إذا كان مخطط الوحدات يغطي جميع البيانات والمواضيع بالبيانات أم لا. إذا وجدت عدم شمولية مخطط الوحدات لبعض البيانات تقوم بتعديله ليشمل البيانات.

8- تحليل كافة البيانات:

نقوم بتحليل البيانات عند تأكدنا من ملائمة مخطط الوحدات لجميع البيانات.

9- التحقق من تناسق التحليل:

في هذه الخطوة نتحقق من أننا أدرجنا نفس نوعية البيانات لنفس القسم، إن كان هناك تغريدات تتحدث عن طريقة إخراج الإعلانات، نتحقق من أن جميع هذه التغريدات تم تصنيفها تحت نفس القسم. تحسين مهارات

التعلم (Vijayalakshmi (2013)

10- استخلاص الاستنتاجات من التحليل:

فهم الصورة الكاملة من البيانات التي قمنا بتحليلها وربط النتائج بمعلومات أخرى (مثال: دراسات سابقة، معلومات وإحصائيات أخرى) لربط النتائج بالعالم الاجتماعي المحيط به.

11- كتابة التقرير النهائي:

نقوم بهذه المرحلة بكتابة التقرير النهائي بالنتائج والخطوات التي تم إتباعها للوصول للنتائج.

الجانب التطبيقي للدراسة**صدق أداة الدراسة وثباتها:**

صدق الاستبيان يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه , كما يقصد بالصدق "شمول الاستمارة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية, ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية, بحيث تكون مفهومه لكل من يستخدمها" .

وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال:

أ-الصدق الظاهري للأداة:

التعرف على مدى صدق أداة الدراسة في قياس ما وضعت لقياسه تم استخدام صدق المحكمين حيث تم عرضها على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس بالتعليم أعلى من الثانوى . وفي ضوء آراء المحكمين تم إعداد أداة هذه الدراسة بصورتها النهائية .

ب- صدق الاتساق الداخلي للأداة:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة تم تطبيقها ميدانياً وتم حساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة حيث تم حساب معامل

الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة بالدرجة الكلية للاستبانة، كما توضح ذلك الجدول التالي:

جدول رقم (1)

يوضح المصفوفة الارتباطية بين ابعاد الاستبانة اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة والمجموع الكلي

الابعاد	معامل الارتباط بالمجموع الكلي
الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة	0.61**
دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات	0.65**
دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري	0.47**
دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم	0.38**

* تدل على أن معامل الارتباط دال عند مستوى (0.01)

يتضح من الجدول السابق ارتباط أبعاد الاستبانة بالمجموع الكلي بمستوى دلالة (0.01) ، وهذا يؤكد أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الصدق.

ثبات الأداة :

تم استخدام معادلة ألفا كرونباخ للتأكد من الاتساق الداخلي لفقرات الأداة، حيث تم استخراج معامل الثبات على مستوى الأداة بالكامل وعلى مستوى الأبعاد ، وذلك باستخدام برنامج SPSS ، والجدول التالي يبين معامل الثبات لأداة الدراسة وأبعادها :

جدول رقم (2)

معاملات الثبات للابعد وللأداة ككل

معامل الثبات	الابعد
0.64	صنع القرار من في العائله عاده يتخذ القرار النهائي
0.70	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات
0.70	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري
0.74	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم
0.70	الاستبانة ككل

وبالنظر إلى النتائج الموجودة بالجدول السابق يتضح أن معامل ثبات بالنسبة لمحاور الاستبانة والمجموع الكلي مرتفعة. وبناء على هذه النتيجة فإن مستوى الثبات لمحتوى الأداة يعد ملائماً من وجهة نظر البحث العلمي.

أساليب التحليل الإحصائي للدراسة:

تم إعداد الاستبانة الخاصة بالدراسة التي تمثل وجهة نظر عينة الدراسة وذلك بطريقة تحقق أهداف الدراسة و يسهل معها إدخال متغيرات الدراسة للحاسوب حتى يتسنى تحليلها بواسطة برنامج SPSS. تم التعامل مع البيانات بمستوى دلالة (0.05) و (0.01) لوصف وتحليل بيانات الدراسة.

وتم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS النسخة (21) حيث تم استخدام النسب المئوية والمتوسطات الحسابية لوصف اتجاهات مفردات الدراسة نحو متغيرات الدراسة ولتحديد طول خلايا مقياس ليكرت الثلاثي (الحدود الدنيا والعليا) تم حساب المدى (3 - 1 = 2) ثم تقسيمه على 3 وهي الثلاث مستويات (مرتفع، متوسط، منخفض)، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة (0.66=3/2) إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح) وبالتالي فئة المنخفض (من 1 : 1.66) وفئة متوسط (1.67 : 2.33) وفئة مرتفع من (2.34

(3) وهكذا أصبح بالإمكان تصنيف قيم المتوسطات الحسابية لكل بند من بنود محاور الاستبانة وكذلك للمتوسط الكلي للدراسة.

تم استخدام عدد من الأساليب الكمية والإحصائية المناسبة وفقاً لطبيعة تساؤلات الدراسة ومستوى قياس المتغيرات الكلية للدراسة .

وتمت المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) النسخة (21)، والأساليب التي استخدمت هي:

1- أساليب الإحصاء الوصفي:

(1) التكرارات (Frequencies) والنسب المئوية: لحساب البيانات التي

تتعلق بخصائص عينة الدراسة والتي تتمثل في الجزء الأول من

الاستبانة (البيانات الأولية)، وكذلك حساب التكرارات والنسب

المئوية لاستجابات فئة البحث، عن كل بند من بنود الاستبانة.

(2) المتوسط الحسابي (Mean)؛ لحساب متوسط استجابات عينة الدراسة

عن كل بند من بنود الجزء الثاني من الاستبانة (ابعاد الدراسة)

لترتيب الفقرات أو العبارات.

(3) الانحراف المعياري (Standard Deviation): وذلك للتعرف على مدى

انحراف أو تشتت استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات

متغيرات الدراسة الرئيسية ولكل محور من محاور الاستبيان عن

متوسطها الحسابي.

(4) معامل ارتباط بيرسون (Pearson)؛ لحساب الاتساق الداخلي، وثبات

استبانة الدراسة.

(5) استخدام معامل ألفا كرونباخ: للتحقق من ثبات الأداة.

2- أساليب الإحصاء الاستدلالي:

(1) اختبار (كا2) (chi – square) : للكشف عن الفروق بين استجابات

كل فئة على حده، من خلال المقارنة بين التوزيع التكراري التجريبي أو الملاحظ والتوزيع التكراري المتوقع، للتحقق مما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد الفئة (التكرارات الملاحظة) على كل مفرد والتكرارات المتوقعة، وذلك باستخدام المعادلة:

$$كا2 = \frac{\text{مجم (التكرار التجريبي - التكرار المتوقع)}^2}{\text{(التكرار المتوقع)}}$$

وقد تم إدخال الدرجات الخام باستخدام برنامج الإكسل Excel.

(2) اختبار (ت) : لمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

الدلالة (0.05) في إجابات أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الدراسة ثنائية التصنيف .

(3) اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova): لمعرفة مدى

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في إجابات أفراد عينة الدراسة وفقاً للخصائص الشخصية (الديموغرافية) التي تصنفها أكثر من اثنين لأفراد عينة الدراسة .

خصائص عينة الدراسة :

تقوم هذه الدراسة على عدد من المتغيرات المتعلقة بالخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وفي ضوء هذه المتغيرات يمكن تحديد خصائص أفراد عينة الدراسة كالتالي:

جدول (3)

البيانات الاولية لعينة الدراسة

الصفة	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
النوع	ذكر	147	58.57
	انثي	104	41.43
	الاجمالي	251	100
الكلية	كلية العلوم	14	5.58
	كلية الآداب	153	60.96
	كلية إدارة أعمال	13	5.18
	كلية الإعلام	1	0.40
	كلية التربية	17	6.77
	كلية الحاسبات	8	3.19
	كلية دار علوم والشريعة الإسلامية	4	1.59
	كلية الصيدلة	4	1.59
	كلية الطب	8	3.19
	كلية الهندسة	23	9.16
	أخرى	6	2.39
	الاجمالي	251	100
القسم	أحياء	14	5.58
	لغات وترجمة	153	60.96
	إدارة	13	5.18
	إعلام	1	0.40
	بدنية	17	6.77
	علوم الحاسب	8	3.19
	أصول دين	4	1.59

الصفة	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
	أدوية	4	1.59
	جراحة	8	3.19
	مدني	23	9.16
	أخرى	6	2.39
	الاجمالي	251	100
المستوى	المستوي الأول	10	3.98
	المستوي الثاني	28	11.16
	المستوي الثالث	33	13.15
	المستوي الرابع	27	10.76
	المستوي الخامس	63	25.10
	المستوي السادس	11	4.38
	المستوي السابع	29	11.55
	المستوي الثامن	14	5.58
	المستوي التاسع	1	0.40
	أخرى	35	13.94
	الاجمالي	251	100
لديه حساب على مواقع التواصل الاجتماعي	نعم	246	98.01
	لا	5	1.99
	الاجمالي	251	100
أفضل مواقع التواصل	Facebook	6	2.39
	Twitter	126	50.20
	instagram	106	42.23

النسبة المئوية (%)	التكرار	الاستجابة	الصفة
5.18	13	Other	الاجتماعي
100	251	الاجمالي	
3.19	8	Facebook	أي هذه المواقع تستخدمه أكثر
47.01	118	Twitter	
49.80	125	instagram	
100	251	الاجمالي	

يوضح الجدول السابق البيانات الاولية لعينة الدراسة وفق المتغيرات المتعلقة بالخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة .

نتائج المحور الأول : الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة :

تم دراسة آراء عينة الدراسة حول الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة ، وذلك من خلال استجابات عينة الدراسة ، حيث تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للمحور الأول (الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة) ، والجدول التالي توضح ذلك:

جدول (4)

التكرارات والنسب المئوية و ك² للمحور الأول (الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة)

مستوي الدلالة	ك ²	الرأى الثالث		الرأى الثاني		الرأى الأول		البنود	م
		%	ك	%	ك	%	ك		
0.01	63.24	9.96	25	48.21	121	41.83	105	هل تعتقد ان لشبكات التواصل الاجتماعية تأثيرا فكريا على المستخدم؟	1
0.01	69.81	58.17	146	21.91	55	19.92	50	هل يتم تعبير بروفائلك بشكل متكرر؟ وذلك يعزى إلي	2
0.01	29.17	49.40	124	25.10	63	25.50	64	لو أرسل صديق لك طلب صداقة فإتك	3
0.01	148.95	34.66	87	8.76	22	51.79	130	لو تم اختراق موقعك على مواقع التواصل الاجتماعي بوضع صور لا تتوافق مع اخلاقيات مجتمعنا انصرف	4
0.01	34.84	21.91	55	50.60	127	27.49	69	إذا تكررت التجاوزات من صديق على مواقع التواصل الاجتماعي ولم يستجيب للطلبات المتكررة بالالتزام الآداب العامة فأني	5
0.01	4.98	36.65	92	26.69	67	36.65	92	الصفحات التي يتكرر نشرها لمحتوي مسيء أخلاقيا اتخذ تجاهها الموقف التالي	6
0.01	71.00	8.37	21	47.81	120	43.82	110	عندما تقترب أية مناسبة جماهيرية (وطنية) فأني	7
0.01	36.94	25.10	63	23.51	59	51.39	129	يعتمد تصديقي لما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات على	8
0.01	10.74	34.66	87	41.04	103	24.30	61	عندما أنشر منشورا يعبر عن رأي لي وينتقده بعض الأصدقاء فأني	9
0.01	73.44	57.37	144	13.94	35	28.69	72	عندما لا يعجبني أداء مسئول ما في الدولة فأني	10
0.05	5.65	26.29	66	37.45	94	36.25	91	إذا أرسل صديق لي منشورا لا أوافق على الأفكار الواردة فيه مطلقا فأنتي	11
0.01	9.19	25.10	63	34.26	86	40.64	102	أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتفاء بنجاحات أبناء وطني في المحافل الدولية	12
0.01	179.91	30.28	76	69.32	174	0.40	1	أستطيع إبداء رأبي على المواقع التواصل الاجتماعي بحرية تامة	13
0.01	13.99	25.90	65	29.88	75	44.22	111	أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين المستوى العلمي لزملائي بنفس القسم والمستوي	14

مستوي الدلالة	م ²	الرأى الثالث		الرأى الثاني		الرأى الأول		البنود	م
		%	ك	%	ك	%	ك		
0.05	7.47	29.88	75	28.69	72	41.43	104	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة في تطوير قسمي العلمي وكليتي	15
0.01	34.67	15.94	40	40.24	101	43.82	110	عندما نتناقش في قضية معينة على مواقع التواصل الاجتماعي	16
0.01	13.49	44.22	111	28.69	72	27.09	68	أرسل لك منشور يحمل فكرة تعجبك لكنه يحوي ألفاظا تعتبر سبابا ستقوم ب	17
0.01	25.35	45.82	115	34.26	86	19.92	50	يمكنك نشر مقولة أعجبتك على مواقع التواصل الاجتماعي دون نكر صاحبها مع علمك به	18
0.01	109.87	45.42	114	2.39	6	52.19	131	في توأصلي مع أصدقائي على مواقع التواصل الاجتماعي	19
0.01	35.53	16.33	41	37.45	94	46.22	116	توفر مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة لأصحاب الفكر المتطرف لنشر أفكارهم.	20

* قيمة (م²) الجدولية عند مستوى (0.01)=9.210، وعند مستوى (0.05)=5.991 لدرجة حرية (2)

من خلال النتائج الموضحة أعلاه أن جميع قيم م² دالة عند مستوى (0.01)، إذ أن قيم م² المحسوبة أكبر من قيمة م² الجدولية عند مستوي (0.01) لدرجة حرية (2) الموضحة أسفل الجدول السابق ، وهذا يؤكد أن آراء عينة الدراسة حول بنود هذا البعد متنسقة مع نفسها وهذه البنود تميز آراء الافراد عينة الدراسة نحو إتجاه معين وعدم تشتت التكرارات حول بدائل الاختيار الثلاثة .

كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة أن الآراء المندرجة تحت عبارات المحور الأول (الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة)، حصلت على موافق كالتالى:-

1- بالنسبة للعبارة رقم (1) وهو " هل تعتقد ان لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرا فكريا على المستخدم؟": الرأى الأول (غالبا تأثيرها إيجابي) وافق عليه عدد (105) بنسبة (41.83%)، والرأى الثاني (غالبا تأثيرها سلبي) وافق عليه عدد

(121) بنسبة (48.21%)، والرأى الثالث (لا تؤثر) وافق عليه عدد (25) بنسبة (9.96%).

2- بالنسبة للعبارة رقم (2) وهو "هل يتم تغيير بروفائلك بشكل متكرر؟ وذلك يعزي إلي": الرأى الأول (الهروب من الواقع) وافق عليه عدد (50) بنسبة (19.92%)، والرأى الثاني (تضليل الأصدقاء) وافق عليه عدد (55) بنسبة (21.91%)، و الرأى الثالث (رؤية الآخرين لك بشكل مختلف) وافق عليه عدد (146) بنسبة (58.17%).

3- بالنسبة للعبارة رقم (3) وهو " لو أرسل صديق لك طلب صداقة فإنك": الرأى الأول (توافق عليه بسرعة دون ان تتعرف على هويته) وافق عليه عدد (64) بنسبة (25.50%)، والرأى الثاني (أوافق عليه لأنه صديق لشخص مضاف عندي واثق فيه) وافق عليه عدد (63) بنسبة (25.10%)، والرأى الثالث (اضيفه بعد التعرف عليه) وافق عليه عدد (124) بنسبة (49.40%).

4- بالنسبة للعبارة رقم (4) وهو " لو تم اختراق موقعك على مواقع التواصل الاجتماعي بوضع صور لا تتوافق مع اخلاقيات مجتمعنا اتصرف " : الرأى الأول (أرسل رسالة اعتذار للأصدقاء) وافق عليه عدد (130) بنسبة (51.79%)، والرأى الثاني (اتجاهل إرسال رسالة اعتذار للأصدقاء) وافق عليه عدد (22) بنسبة (8.76%)، و الرأى الثالث (اغلق الموقع) وافق عليه عدد (87) بنسبة (34.66%).

5- بالنسبة للعبارة رقم (5) وهو " إذا تكررت التجاوزات من صديق على مواقع التواصل الاجتماعي ولم يستجب للطلبات المتكررة بالتزام الآداب العامة فأني": الرأى الأول (اتجاهل منشوراته) وافق عليه عدد (69) بنسبة (27.49%)، والرأى الثاني (أقوم بحظره نهائي) وافق عليه عدد (127) بنسبة (50.60%)، والرأى الثالث (احذفه من قائمة الأصدقاء) وافق عليه عدد (55) بنسبة (21.91%).

6- بالنسبة للعبارة رقم (6) وهو " الصفحات التي يتكرر نشرها لمحتوي مسيء أخلاقيا اتخذ تجاهها الموقف التالي " : الرأى الأول (ابلق عنه فوراً) وافق عليه عدد (92) بنسبة (36.65%) ، و الرأى الثانى (اتجاهلها) وافق عليه عدد (67) بنسبة (26.69%) ، و الرأى الثالث (أحظرها) وافق عليه عدد (92) بنسبة (36.65%) .

7- بالنسبة للعبارة رقم (7) وهو " عندما تقترب أية مناسبة جماهيرية (وطنية) فأنى:" الرأى الأول (استخدم المواقع التواصل الأجتماعى فى الدعاية والاعلان عن افكارى وتطلعاتى) وافق عليه عدد (110) بنسبة (43.82%) ، و الرأى الثانى (لا اهتم) وافق عليه عدد (120) بنسبة (47.81%) ، و الرأى الثالث (أخشى التحدث) وافق عليه عدد (21) بنسبة (8.37%) .

8- بالنسبة للعبارة رقم (8) وهو " يعتمد تصدىقى لما ينشر على مواقع التواصل الأجتماعى من معلومات على:" الرأى الأول (اسم الصفحة الناشرة) وافق عليه عدد (129) بنسبة (51.39%) ، والرأى الثانى (مدى الثقة فىمن شارك معى هذه المعلومات) وافق عليه عدد (59) بنسبة (23.51%) ، والرأى الثالث (المعلومات التى أعرفها عما نشر) وافق عليه عدد (63) بنسبة (25.10%) .

9- بالنسبة للعبارة رقم (9) وهو " عندما أنشر منشورا يعبر عن رأى لى وينتقده بعض الأصدقاء فأنى " : الرأى الأول (أفضل إلا يقوموا بنقد رأىى فى تعليقات مشاهدة من الجميع) وافق عليه عدد (61) بنسبة (24.30%) ، و الرأى الثانى (أسعد بنقدهم رأىى فى تعليقات حتى يتاح للجميع المشاركة فى المناقشة) وافق عليه عدد (103) بنسبة (41.04%) ، و الرأى الثالث (لا اهتم بنقدهم طالما انى مقتنع برأىى) وافق عليه عدد (87) بنسبة (34.66%) .

10- بالنسبة للعبارة رقم (10) وهو " عندما لا يعجبنى أداء مسئول ما فى الدولة فأنى " : الرأى الأول (أنتقد أداءه على مواقع التواصل الأجتماعى بحرية دون

- التجريح في شخصه) وافق عليه عدد (72) بنسبة (28.69%) ، و الرأي الثاني (أنقد الأداء بشكل عام دون التعرض خوفا من المسائلة) وافق عليه عدد (35) بنسبة (13.94%) ، و الرأي الثالث (لا استخدم المواقع التواصل الاجتماعي مطلقا في نقد أي مسئول) وافق عليه عدد (144) بنسبة (57.37%) .
- 11-** بالنسبة للعبارة رقم (11) وهو " إذا أرسل صديق لي منشورا لا أوافق على الأفكار الواردة فيه مطلقا فأنتني " : الرأي الأول (لا أعلق عليه) وافق عليه عدد (91) بنسبة (36.25%)، والرأي الثاني (أعلق عليه بشكل يظهر احترامي لشخصه واختلافي مع الفكرة فقط) وافق عليه عدد (94) بنسبة (37.45%)، والرأي الثالث (تعتمد طريق تعليقي عليه حسب ما يحتويه المنشور من أفكار) وافق عليه عدد (66) بنسبة (26.29%) .
- 12-** بالنسبة للعبارة رقم (12) وهو " أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتفاء بنجاحات أبناء وطني في المحافل الدولية " : الرأي الأول (كثيرا) وافق عليه عدد (102) بنسبة (40.64%) ، والرأي الثاني (قليلًا) وافق عليه عدد (86) بنسبة (34.26%) ، و الرأي الثالث (لا استخدمها في هذا الشأن) وافق عليه عدد (63) بنسبة (25.10%) .
- 13-** بالنسبة للعبارة رقم (13) وهو " أستطيع إبداء رأبي على المواقع التواصل الاجتماعي بحرية تامة": الرأي الأول (دائما) وافق عليه عدد (1) بنسبة (0.40%)، والرأي الثاني (أحيانا) وافق عليه عدد (174) بنسبة (69.32%)، والرأي الثالث (نادراً) وافق عليه عدد (76) بنسبة (30.28%) .
- 14-** بالنسبة للعبارة رقم (14) وهو "أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين المستوي العلمي لزملائي بنفس القسم والمستوي": الرأي الأول (كثيرا) وافق عليه عدد (111) بنسبة (44.22%) ، والرأي الثاني (قليلًا) وافق عليه عدد (75)

بنسبة (29.88%)، والرأى الثالث (لم افعل لك مطلقا) وافق عليه عدد (65) بنسبة (25.90%).

15- بالنسبة للعبارة رقم (15) وهو " استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة في تطوير قسيمي العلمي وكليتي " : الرأى الأول (كثيرا) وافق عليه عدد (104) بنسبة (41.43%) ، و الرأى الثاني (قليلا) وافق عليه عدد (72) بنسبة (28.69%) ، و الرأى الثالث (لم افعل لك مطلقا) وافق عليه عدد (75) بنسبة (29.88%) .

16- بالنسبة للعبارة رقم (16) وهو " عندما نتناقش في قضية معينة على مواقع التواصل الاجتماعي " : الرأى الأول (لا أحب الدخول في هذه المناقشات) وافق عليه عدد (110) بنسبة (43.82%) ، و الرأى الثاني (أحاول إبداء رأئي دون نقد رأي الآخر) وافق عليه عدد (101) بنسبة (40.24%) ، و الرأى الثالث (أبدي رأبي وأنقد الآراء التي لا تقنعني دون تهكم أو سخرية منها أو من صاحبها) وافق عليه عدد (40) بنسبة (15.94%) .

17- بالنسبة للعبارة رقم (17) وهو " أرسل لك منشور يحمل فكرة تعجبك لكنه يحوي ألفاظا تعتبر سبابا ستقوم ب " : الرأى الأول (مشاركة المنشور مع توضيح رفضك للسباب التي يحتويها) وافق عليه عدد (68) بنسبة (27.09%)، والرأى الثاني (التعليق برفض تلك الالفاظ) وافق عليه عدد (72) بنسبة (28.69%)، والرأى الثالث (تجاهل المنشور) وافق عليه عدد (111) بنسبة (44.22%).

18- بالنسبة للعبارة رقم (18) وهو " يمكنك نشر مقولة أعجبتك على مواقع التواصل الاجتماعي دون ذكر صاحبها مع علمك به " : الرأى الأول (دائما ما افعل ذلك) وافق عليه عدد (50) بنسبة (19.92%) ، والرأى الثاني (أحيانا)

وافق عليه عدد (86) بنسبة (34.26%) ، و الرأي الثالث (اذكر المقولة مع ذكر صاحبها) وافق عليه عدد (115) بنسبة (45.82%) .

19- بالنسبة للعبارة رقم (19) وهو " في تواصلني مع أصدقائي على مواقع التواصل الاجتماعي " : الرأي الأول (استخدم الكتابة العامية بحروف انجليزية) وافق عليه عدد (131) بنسبة (52.19%) ، والرأي الثاني (لأعرفها) وافق عليه عدد (6) بنسبة (2.39%) ، والرأي الثالث (أعرفها ولكني لا أستعملها) وافق عليه عدد (114) بنسبة (45.42%).

20- بالنسبة للعبارة رقم (20) وهو "توفر مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة لأصحاب الفكر المتطرف لنشر أفكارهم." : الرأي الأول (نعم ألاحظ ذلك) وافق عليه عدد (116) بنسبة (46.22%) ، والرأي الثاني (لا أعرف أحد منهم) وافق عليه عدد (94) بنسبة (37.45%) ، والرأي الثالث (أحذفه فور معرفته من صفحتي) وافق عليه عدد (41) بنسبة (16.33%).

نتائج المحور الثاني: دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات:

تم دراسة آراء عينة الدراسة حول دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات ، وذلك من خلال استجابات عينة الدراسة ، حيث تم استخراج التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للمحور الثاني (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات) ، والجداول التالية توضح ذلك:

جدول (5)

التكرارات والمتوسطات الحسابية والنسب المئوية و χ^2 للمحور الثاني (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات)

م	البنود	نعم		لا		أحيانا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية (%)	مستوى الموافقة	Y ²	مستوى الدلالة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%							
21	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب مهارات ومعارف جديدة	186	74.10	12	4.78	53	21.12	2.69	0.56	89.77	مرتفع	197.79	0.01	1
22	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الشخصية وتعزيز الذات	130	51.79	34	13.55	87	34.66	2.38	0.71	79.42	مرتفع	55.28	0.01	7
23	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تبادل وجهات النظر	173	68.92	17	6.77	61	24.30	2.62	0.61	87.38	مرتفع	154.65	0.01	3
24	تمكّني مواقع التواصل الاجتماعي من مواكبة الأحداث السياسية والمستجدات	183	72.91	14	5.58	54	21.51	2.67	0.58	89.11	مرتفع	186.46	0.01	2
25	تسهّم مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن الآراء بحرية تامة.	128	51.00	28	11.16	95	37.85	2.40	0.68	79.95	مرتفع	62.06	0.01	6
26	يقلل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي من دور الخبرة الشخصية في تشكيل الاتجاهات الفكرية	93	37.05	54	21.51	104	41.43	2.16	0.75	71.85	متوسط	16.50	0.01	9
27	تقوم المؤسسات باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام.	153	60.96	24	9.56	74	29.48	2.51	0.67	83.80	مرتفع	101.12	0.01	5

م	البنود	نعم		لا		أحيانا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة (%)	مستوى الموافقة	كا ²	مستوى الدلالة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%							
28	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي علي إيجاد لغة للتفاهم بين أفراد المجتمع.	158	62.95	20	7.97	73	29.08	2.55	0.64	84.99	مرتفع	115.85	0.01	4
29	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الشعور بالمسؤولية الاجتماعية.	122	48.61	38	15.14	91	36.25	2.33	0.73	77.82	متوسط	43.13	0.01	8
	المجموع الكلي	1326	58.70	241	10.67	692	30.63	2.48	0.66	82.67	مرتفع	103.65	0.01	

* قيمة (كا²) الجدولية عند مستوى (0.01) = 9.210 ، وعند مستوى (0.05) = 5.991 لدرجة حرية (2)

من خلال النتائج الموضحة أعلاه أن جميع قيم كا² دالة عند مستوى (0.01)، إذ أن قيم كا² المحسوبة أكبر من قيمة كا² الجدولية عند مستوى (0.01) لدرجة حرية (2) الموضحة أسفل الجدول السابق ، وهذا يؤكد أن آراء عينة الدراسة حول بنود هذا البعد متسقة مع نفسها وهذه البنود تميز آراء الافراد عينة الدراسة نحو إتجاه معين وعدم تشتت التكرارات حول بدائل الاختيار الثلاثة .

كما يتضح أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على المحور الثاني (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات) بنسبة مئوية (82.67%) ، ويمتوسط حسابي عام (2.48 من 3) وهو مرتفع حيث أنه يقع في الفئة (2.33 إلى 3.00) .

كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقوا بدرجة مرتفعة على معظم عبارات المحور الثاني (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات) ، والتي تم ترتيبها تنازلياً حسب موافقة أفراد عينة الدراسة عليها وفقاً لأعلى نسبة مئوية كما يلي:-

- 1- جاءت العبارة رقم (21) وهي " تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب مهارات ومعلومات ومعارف جديدة. " بالمرتبة الأولى بدرجة مرتفعة بنسبة مئوية (89.77%).
 - 2- جاءت العبارة رقم (24) وهي " تمكنني مواقع التواصل الاجتماعي من مواكبة الأحداث السياسية والمستجدات. " بالمرتبة الثانية بدرجة مرتفعة بنسبة مئوية (89.11%).
 - 3- جاءت العبارة رقم (23) وهي " تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تبادل وجهات النظر. " بالمرتبة الثالثة بدرجة مرتفعة بنسبة مئوية (87.38%).
 - 4- جاءت العبارة رقم (28) وهي " تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على إيجاد لغة للتفاهم بين أفراد المجتمع. " بالمرتبة الرابعة بدرجة مرتفعة بنسبة مئوية (84.99%).
 - 5- جاءت العبارة رقم (27) وهي "تقوم المؤسسات باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام. " بالمرتبة الخامسة بدرجة مرتفعة بنسبة مئوية (83.8%).
 - 6- جاءت العبارة رقم (25) وهي " تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن الآراء بحرية تامة. " بالمرتبة السادسة بدرجة مرتفعة بنسبة مئوية (79.95%).
 - 7- جاءت العبارة رقم (22) وهي "تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الشخصية وتعزيز الذات." بالمرتبة السابعة بدرجة مرتفعة بنسبة مئوية (79.42%).
- كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقوا بدرجة متوسطة على بقية عبارات المحور الأول (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي

لتحديد الإيجابيات) ، والتي تم ترتيبها تنازلياً حسب موافقة أفراد عينة الدراسة عليها وفقاً لأعلى نسبة مئوية كما يلي:-

8- جاءت العبارة رقم (29) وهي " تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الشعور بالمسؤولية الاجتماعية. " بالمرتبة الثامنة بدرجة متوسطة بنسبة مئوية (77.82%).

9- جاءت العبارة رقم (26) وهي " يقلل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي من دور الخبرة الشخصية في تشكيل الاتجاهات الفكرية " بالمرتبة التاسعة بدرجة متوسطة بنسبة مئوية (71.85%).

نتائج المحور الثالث : دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري :

تم دراسة آراء عينة الدراسة حول دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري، وذلك من خلال استجابات عينة الدراسة، حيث تم استخراج التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للمحور الثاني (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري)، والجداول التالية توضح ذلك:

جدول (6)

التكرارات والمتوسطات الحسابية والنسب المئوية و χ^2 للمحور الثالث (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري)

م	البنود	نعم		لا		أحياناً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية (%)	مستوى الموافقة	كا ²	مستوى الدلالة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%							
30	تعرض مواقع التواصل الاجتماعي لموضوعات ذات آثار سلبية.	137	54.58	20	7.97	94	37.45	2.47	0.64	82.20	مرتفع	83.72	0.01	1

اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي

د. محمد الدولاتي

م	البنود	نعم		لا		أحيانا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية (%)	مستوى الموافقة	ك ²	مستوى الدلالة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%							
31	لا يمكن الثقة بالمعلومات المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي.	105	41.83	29	11.55	117	46.61	2.30	0.67	76.76	متوسط	54.44	0.01	2
32	تسهل مواقع التواصل الاجتماعي في فقدان الخصوصية الشخصية	94	37.45	42	16.73	115	45.82	2.21	0.71	73.57	متوسط	33.76	0.01	3
33	تسهل مواقع التواصل الاجتماعي للقيم والعادات والتقاليد.	72	28.69	28	11.16	151	60.16	2.18	0.61	72.51	متوسط	92.85	0.01	4
34	تعرض مواقع التواصل الاجتماعي الموضوعات كاملة دون حذف أو تشويه.	53	21.12	52	20.72	146	58.17	2.00	0.65	66.80	متوسط	69.67	0.01	7
35	هل تعتقد ان لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرا فكريا على المستخدم؟	92	36.65	116	46.22	43	17.13	1.90	0.91	63.48	متوسط	33.09	0.01	8
36	هل تعتقد ان لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرا على مستواك الدراسي؟	100	39.84	79	31.47	72	28.69	2.08	0.84	69.46	متوسط	5.08	0.01	6

م	البنود	نعم		لا		أحيانا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة (%)	مستوى الموافقة	كا ²	مستوى الدلالة	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك							
37	تعرض مواقع التواصل الاجتماعي لموضوعات ومضامين تسيء للقيم والأخلاق العربية.	85	33.86	47	18.73	119	47.41	2.15	0.71	71.71	متوسط	31.01	0.01	5
	المجموع الكلي	738	36.75	413	20.57	857	42.68	2.16	0.72	72.00	متوسط	50.45	0.01	

* قيمة (كا²) الجدولية عند مستوى (0.01)=9.210، وعند مستوى (0.05) =5.991 لدرجة حرية (2)

من خلال النتائج الموضحة أعلاه أن جميع قيم كا² دالة عند مستوى (0.01)، إذ أن قيم كا² المحسوبة أكبر من قيمة كا² الجدولية عند مستوى (0.01) لدرجة حرية (2) الموضحة أسفل الجدول السابق، وهذا يؤكد أن آراء عينة الدراسة حول بنود هذا البعد متسقة مع نفسها وهذه البنود تميز آراء الافراد عينة الدراسة نحو إتجاه معين وعدم تشتت التكرارات حول بدائل الاختيار الثلاثة .

كما يتضح أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على المحور الثالث (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري) بنسبة مئوية (72.00%) ، ويمتوسط حسابي عام (2.16 من 3) وهو متوسط حيث أنه يقع في الفئة (1.67 إلى 2.33) .

كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقوا بدرجة مرتفعة على عبارة واحدة من عبارات المحور الثالث (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري) ، وهي :-

1- جاءت العبارة رقم (30) وهي " تعرض مواقع التواصل الاجتماعي لموضوعات ذات اثار سلبية. " بالمرتبة الأولى بدرجة مرتفعة بنسبة مئوية (82.2%).

كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقوا بدرجة متوسطة على بعض عبارات المحور الثالث (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري) ، والتي تم ترتيبها تنازلياً حسب موافقة أفراد عينة الدراسة عليها وفقاً لأعلى نسبة مئوية كما يلي:-

2- جاءت العبارة رقم (31) وهي " لا يمكن الثقة بالمعلومات المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي. " بالمرتبة الثانية بدرجة متوسطة بنسبة مئوية (76.76%).

3- جاءت العبارة رقم (32) وهي "تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في فقدان الخصوصية الشخصية" بالمرتبة الثالثة بدرجة متوسطة بنسبة مئوية (73.57%).

4- جاءت العبارة رقم (33) وهي " تسيء مواقع التواصل الاجتماعي للقيم والعادات والتقاليد. " بالمرتبة الرابعة بدرجة متوسطة بنسبة مئوية (72.51%).

5- جاءت العبارة رقم (37) وهي " تعرض مواقع التواصل الاجتماعي موضوعات ومضامين تسيء للقيم والأخلاق العربية. " بالمرتبة الخامسة بدرجة متوسطة بنسبة مئوية (71.71%).

6- جاءت العبارة رقم (36) وهي " هل تعتقد ان لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيراً على مستواك الدراسي؟ " بالمرتبة السادسة بدرجة متوسطة بنسبة مئوية (69.46%).

7- جاءت العبارة رقم (34) وهي " تعرض مواقع التواصل الاجتماعي الموضوعات كاملة دون حذف أو تشويه. " بالمرتبة السابعة بدرجة متوسطة بنسبة مئوية (66.8%).

8- جاءت العبارة رقم (35) وهي "هل تعتقد ان لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيراً فكرياً على المستخدم؟" بالمرتبة الثامنة بدرجة متوسطة بنسبة مئوية (63.48%).

نتائج المحور الرابع : دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم :

تم دراسة آراء عينة الدراسة حول دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم ، وذلك من خلال استجابات عينة الدراسة ، حيث تم استخراج التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للمحور الثاني (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم) ، والجداول التالية توضح ذلك:

جدول (7)

التكرارات والمتوسطات الحسابية والنسب المئوية و كا² للمحور الثاني (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم)

م	البنود	نعم		لا		أحيانا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية (%)	مستوى الموافقة	كا ²	مستوى الدلالة	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك							
38	تسجيل باسمك الحقيقي في شبكات التواصل الاجتماعي	129	51.39	59	23.51	63	25.10	2.28	0.82	75.96	متوسط	36.94	0.01	2
39	كل ما تقدمه من صور ومعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي صحيح	158	62.95	31	12.35	62	24.70	2.51	0.71	83.53	مرتفع	104.81	0.01	1
40	ما تقدمه من صور ومعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي تعكس شخصيتك الحقيقية	127	50.60	67	26.69	57	22.71	2.24	0.85	74.63	متوسط	34.26	0.01	3
41	عندك استعداد لنشر صور أسرتك على	30	11.95	189	75.30	32	12.75	1.37	0.69	45.55	منخفض	198.94	0.01	4

م	البنود	نعم		لا		أحيانا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة (%)	مستوى الموافقة	كا ²	مستوى الدلالة	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك							
	مواقع التواصل الاجتماعي													
	المجموع الكلي	44.22	444	34.46	346	21.32	214	2.10	0.77	70.00	متوسط	93.74	0.01	

* قيمة (كا²) الجدولية عند مستوى (0.01) = 9.210 ، وعند مستوى (0.05) = 5.991 لدرجة حرية (2)

من خلال النتائج الموضحة أعلاه أن جميع قيم كا² دالة عند مستوى (0.01)، إذ أن قيم كا² المحسوبة أكبر من قيمة كا² الجدولية عند مستوى (0.01) لدرجة حرية (2) الموضحة أسفل الجدول السابق ، وهذا يؤكد أن آراء عينة الدراسة حول بنود هذا البعد متسقة مع نفسها وهذه البنود تميز آراء الافراد عينة الدراسة نحو إتجاه معين وعدم تشتت التكرارات حول بدائل الاختيار الثلاثة (موافق، إلى حد ما، غير موافق).

كما يتضح أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على المحور الرابع (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم) بنسبة مئوية (70.00%) ، وبمتوسط حسابي عام (2.10 من 3) وهو متوسط حيث أنه يقع في الفئة (1.67 إلى 2.33) .

كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقوا بدرجة مرتفعة على عبارة واحدة من عبارات المحور الرابع (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم) ، وهي :-

1- جاءت العبارة رقم(39) وهي "كل ما تقدمه من صور ومعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي صحيح" بالمرتبة الأولى بدرجة مرتفعة بنسبة مئوية (83.53%).

كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقوا بدرجة متوسطة على بعض

عبارات المحور الرابع (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم) ، والتي تم ترتيبها تنازلياً حسب موافقة أفراد عينة الدراسة عليها وفقاً لأعلى نسبة مئوية كما يلي:-

2- جاءت العبارة رقم (38) وهي " تسجل باسمك الحقيقي في شبكات التواصل الاجتماعي " بالمرتبة الثانية بدرجة متوسطة بنسبة مئوية (75.96%).

3- جاءت العبارة رقم (40) وهي " ما تقدمه من صور ومعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي تعكس شخصيتك الحقيقية " بالمرتبة الثالثة بدرجة متوسطة بنسبة مئوية (74.63%).

كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقوا بدرجة منخفضة على عبارة واحدة من عبارات المحور الرابع (دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم) ، وهي :-

4- جاءت العبارة رقم (41) وهي " عندك استعداد لنشر صور أسرتك على مواقع التواصل الاجتماعي " بالمرتبة الرابعة بدرجة منخفضة بنسبة مئوية (45.55%).
نتائج الفروق في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة وبعض الخصائص الديموغرافية للعينة :

أولاً : هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة تبعاً لمتغير النوع ؟

تم استخدام اختبار(ت) للتحقق من صحة هذه الفرضية، ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار(ت)، للمتغير المستقل أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة، والمتغير التابع متغير النوع.

جدول رقم (8)

نتائج تحليل اختبار (ت) لدلالة الفروق في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة تبعاً لمتغير النوع

م	الابعاد	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
1	الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة	ذكر	147	38.72	4.42	3.20	0.01
		انثي	104	40.65	5.11		
2	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات	ذكر	147	22.22	3.34	0.57	غير دالة
		انثي	104	22.46	3.07		
3	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري	ذكر	147	17.14	3.02	1.06	غير دالة
		انثي	104	17.52	2.48		
4	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم	ذكر	147	8.49	1.96	0.97	غير دالة
		انثي	104	8.25	1.87		
	المجموع الكلي	ذكر	147	86.57	6.80	2.57	0.05
		انثي	104	88.88	7.32		

دلت نتائج الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة بين الذكور والإناث فيما عدا المحور الأول والمجموع الكلي يوجد فروق لصالح الإناث .

ثانياً : هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة تبعاً لمتغير الكلية ؟

تم استخدام اختبار (One Way ANOVA) للتحقق من صحة هذه الفرضية، ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار (One Way ANOVA)، للمتغير المستقل أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة، والمتغير التابع الكلية.

جدول رقم (10)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدلالة الفروق في أبعاد استبانة حول دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم تبعاً لمتغير الكلية

م	الأبعاد	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة
1	الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة	بين المجموعات	775.57	10.00	77.56	3.73	0.01
		داخل المجموعات	4995.06	240.00	20.81		
		المجموع	5770.63	250.00			
2	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإجابيات	بين المجموعات	58.29	10.00	5.83	0.55	غير دالة
		داخل المجموعات	2544.57	240.00	10.60		
		المجموع	2602.86	250.00			
3	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري	بين المجموعات	74.85	10.00	7.49	0.95	غير دالة
		داخل المجموعات	1899.33	240.00	7.91		
		المجموع	1974.18	250.00			
4	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم	بين المجموعات	39.01	10.00	3.90	1.06	غير دالة
		داخل المجموعات	884.72	240.00	3.69		
		المجموع	923.74	250.00			

م	الابعاد	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
	المجموع الكلي	بين المجموعات	1099.16	10.00	109.92	2.29	0.01
		داخل المجموعات	11507.36	240.00	47.95		
		المجموع	12606.53	250.00			

دلت نتائج الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة بين الكليات المختلفة فيما عدا المحور الأول توجد فروق لصالح (كلية الصيدلة) والمجموع الكلي توجد فروق لصالح (كلية التربية)، وهذا يعني أن عينة الدراسة من كليات مختلفة يتوافقون على أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة فيما عدا المحور الأول توجد فروق لصالح (كلية الصيدلة) والمجموع الكلي توجد فروق لصالح (كلية التربية) .

ثالثاً: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة تبعاً لمتغير القسم؟

تم استخدام اختبار (One Way ANOVA) للتحقق من صحة هذه الفرضية، ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار (One Way ANOVA)، للمتغير المستقل أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة ، والمتغير التابع القسم.

جدول رقم (11)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدلالة الفروق في أبعاد استبانة حول دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم تبعاً لمتغير القسم

م	الابعاد	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
1	الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة	بين المجموعات	775.57	10.00	77.56	3.73	0.01
		داخل المجموعات	4995.06	240.00	20.81		
		المجموع	5770.63	250.00			
2	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإجابيات	بين المجموعات	58.29	10.00	5.83	0.55	غير دالة
		داخل المجموعات	2544.57	240.00	10.60		
		المجموع	2602.86	250.00			
3	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري	بين المجموعات	74.85	10.00	7.49	0.95	غير دالة
		داخل المجموعات	1899.33	240.00	7.91		
		المجموع	1974.18	250.00			
4	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم	بين المجموعات	39.01	10.00	3.90	1.06	غير دالة
		داخل المجموعات	884.72	240.00	3.69		
		المجموع	923.74	250.00			
	المجموع الكلي	بين المجموعات	1099.16	10.00	109.92	2.29	0.01
		داخل المجموعات	11507.36	240.00	47.95		
		المجموع	12606.53	250.00			

دللت نتائج الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات

التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة بين الاقسام المختلفة فيما عدا المحور الأول توجد فروق لصالح (أدوية) والمجموع الكلي توجد فروق لصالح (بدنية)، وهذا يعنى أن عينة الدراسة من أقسام مختلفة يتوافقون على أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة فيما عدا المحور الأول توجد فروق لصالح (أدوية) والمجموع الكلي توجد فروق لصالح (بدنية). رابعاً : هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة تبعاً لمتغير المستوى ؟ تم استخدام اختبار (One Way ANOVA) للتحقق من صحة هذه الفرضية، ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار (One Way ANOVA)، للمتغير المستقل أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة ، والمتغير التابع المستوى.

جدول رقم (12)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدلالة الفروق في أبعاد استبانة حول دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم تبعاً لمتغير المستوى

م	الأبعاد	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
1	الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة	بين المجموعات	495.13	9.00	55.01	2.51	0.01
		داخل المجموعات	5275.50	241.00	21.89		
		المجموع	5770.63	250.00			
2	دور البحث عن المعلومات	بين	70.44	9.00	7.83	0.74	غير

م	الابعاد	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة
	في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات	المجموعات					دالة
		داخل المجموعات	2532.42	241.00	10.51		
		المجموع	2602.86	250.00			
3	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري	بين المجموعات	148.37	9.00	16.49	2.18	0.05
		داخل المجموعات	1825.81	241.00	7.58		
		المجموع	1974.18	250.00			
4	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم	بين المجموعات	31.89	9.00	3.54	0.96	غير دالة
		داخل المجموعات	891.85	241.00	3.70		
		المجموع	923.74	250.00			
	المجموع الكلي	بين المجموعات	840.43	9.00	93.38	1.91	غير دالة
		داخل المجموعات	11766.10	241.00	48.82		
		المجموع	12606.53	250.00			

دلت نتائج الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة بين المستويات المختلفة فيما عدا المحور الأول توجد فروق لصالح (المستوي الثامن)، والمحور الثالث توجد فروق لصالح (المستوي السادس)، وهذا يعني أن عينة الدراسة من مستويات مختلفة يتوافقون على أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية

لطلبة جامعة طيبة فيما عدا المحور الأول توجد فروق لصالح (المستوي الثامن)،
والمحور الثالث توجد فروق لصالح (المستوي السادس).

خامساً : هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد استبانة حول

اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة تبعا

لمتغير لديه حساب على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

تم استخدام اختبار (ت) للتحقق من صحة هذه الفرضية، ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار (ت)، للمتغير المستقل أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة، والمتغير التابع متغير لديه حساب على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (13)

نتائج تحليل اختبار (ت) لدلالة الفروق في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة تبعا لمتغير لديه حساب على مواقع التواصل الاجتماعي

م	الأبعاد	لديه حساب	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
1	الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة	نعم	246	39.51	4.85	0.22	غير دالة
		لا	5	40.00	1.58		
2	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات	نعم	246	22.32	3.22	0.05	غير دالة
		لا	5	22.40	4.04		
3	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري	نعم	246	17.28	2.80	0.41	غير دالة
		لا	5	17.80	3.70		

م	الأبعاد	لديه حساب	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
4	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم	نعم	246	8.37	1.93	1.19	غير دالة
		لا	5	9.40	1.14		
	المجموع الكلي	نعم	246	87.49	7.12	0.66	غير دالة
		لا	5	89.60	6.54		

دلت نتائج الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة بين من لديه حساب على مواقع التواصل الاجتماعي ومن ليس لديه .

سادساً : هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة تبعا لمتغير أفضل مواقع التواصل الاجتماعي ؟

تم استخدام اختبار (One Way ANOVA) للتحقق من صحة هذه الفرضية، ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار (One Way ANOVA)، للمتغير المستقل أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة ، والمتغير التابع أفضل مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (14)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدلالة الفروق في أبعاد استبانة حول دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم تبعاً لمتغير أفضل مواقع التواصل الاجتماعي

م	الابعاد	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة
1	الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة	بين المجموعات	64.77	3.00	21.59	0.93	غير دالة
		داخل المجموعات	5705.86	247.00	23.10		
		المجموع	5770.63	250.00			
2	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإجابيات	بين المجموعات	18.80	3.00	6.27	0.60	غير دالة
		داخل المجموعات	2584.06	247.00	10.46		
		المجموع	2602.86	250.00			
3	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري	بين المجموعات	1.98	3.00	0.66	0.08	غير دالة
		داخل المجموعات	1972.21	247.00	7.98		
		المجموع	1974.18	250.00			
4	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم	بين المجموعات	5.08	3.00	1.69	0.46	غير دالة
		داخل المجموعات	918.65	247.00	3.72		
		المجموع	923.74	250.00			

م	الأبعاد	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
	المجموع الكلي	بين المجموعات	100.63	3.00	33.54	0.66	غير دالة
		داخل المجموعات	12505.90	247.00	50.63		
		المجموع	12606.53	250.00			

دللت نتائج الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة بين مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وهذا يعني أن عينة الدراسة من يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي مختلفة يتوافقون على أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة.

سابعاً : هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة تبعاً لمتغير أي هذه المواقع تستخدمه أكثر ؟

تم استخدام اختبار (One Way ANOVA) للتحقق من صحة هذه الفرضية، ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار (One Way ANOVA)، للمتغير المستقل أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة، والمتغير التابع أي هذه المواقع تستخدمه أكثر.

جدول رقم (15)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدلالة الفروق في أبعاد استبانة حول دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم تبعاً لمتغير أي هذه المواقع تستخدمه أكثر

م	الأبعاد	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة
1	الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة	بين المجموعات	39.11	2.00	19.55	0.85	غير دالة
		داخل المجموعات	5731.52	248.00	23.11		
		المجموع	5770.63	250.00			
2	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات	بين المجموعات	31.59	2.00	15.80	1.52	غير دالة
		داخل المجموعات	2571.27	248.00	10.37		
		المجموع	2602.86	250.00			
3	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري	بين المجموعات	10.40	2.00	5.20	0.66	غير دالة
		داخل المجموعات	1963.78	248.00	7.92		
		المجموع	1974.18	250.00			
4	دور البحث عن المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم	بين المجموعات	4.51	2.00	2.26	0.61	غير دالة
		داخل المجموعات	919.23	248.00	3.71		
		المجموع	923.74	250.00			
	المجموع الكلي	بين المجموعات	49.83	2.00	24.92	0.49	غير دالة
		داخل المجموعات	12556.69	248.00	50.63		
		المجموع	12606.53	250.00			

دلت نتائج الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة بين أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً المختلفة ، وهذا يعنى أن عينة الدراسة من يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي مختلفة يتوافقون على أبعاد استبانة حول اتجاهات البحث عن المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة .

توصيات الدراسة :

- فيما يخص الدراسة بالكشف عن معدل وحجم تعرض طلبة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي محاولة الوصول الى أسباب ودوافع التأثير الايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي، وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج توصي الدراسة بما يلي :
1. الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب مهارات ومعلومات ومعارف جديدة .
 2. الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في تبادل وجهات النظر و التعبير عن الآراء بحرية تامة.
 3. الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي على إيجاد لغة للتفاهم بين أفراد المجتمع.
 4. مجارة وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير السلبي على الرأي العام.
 5. الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الشخصية وتعزيز الذات.
 6. الإفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في تعميق الشعور بالمسؤولية الاجتماعية.
 7. الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الرأي العام بالقضايا العامة.

8. عدم الثقة في الموضوعات التي تعرض في شبكات التواصل الاجتماعي ذات اثار سلبية.
9. البعد الأخلاقي من شبكات التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري.
10. ضرورة عقد دورات تدريبية لطلاب الجامعات تستهدف تطوير مهارتهم في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة القضايا المجتمعية.
11. الحذر من المعلومات المعروضة في شبكات التواصل الاجتماعي وعم الانقياد خلفها.
12. التخوف من شبكات التواصل الاجتماعي من إحداث فقدان الخصوصية الشخصية.
13. الحرص من شبكات التواصل الاجتماعي من إساءة القيم والعادات والتقاليد.
14. ضرورة الوعي بكل ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي من صور ومعلومات صحيح.
15. الوعي بأهمية الإبلاغ عن الصفحات التي يتكرر نشرها لمحتوي مسيء أخلاقيا.
16. الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في الاحتفاء بنجاحات أبناء وطني في المحافل الدولية.
17. ومن خلال المحور الرابع الخاص بالآثار السلبية لاستخدام شبكات التواصل يشكو اغلب الطلبة المبحوثين من الانعكاسات السلبية لاستخدام هذه الشبكات علي العلاقات الاجتماعية نوصي بأجراء دراسة أوسع وعلي حجم عينة اكبر لعلها تظهر الانعكاسات السلبية لاستخدام هذه المواقع علي العلاقات الاجتماعية.

المصادر ، والمراجع :

- المبارك البدوي (2017)، استخدام تقنيات تنقيب البيانات لاستكشاف أنماط مؤثرات التحصيل الأكاديمي لطلاب المرحلة الثانوية: دراسة حالة شهادة التعليم الثانوي، رسالة ماجستير ، جامعة النيلين ، السودان .
- حسن السريحي واليوي (2014). نحو تطبيق الشبكات الاجتماعية في التعليم العالي: دراسة حالة للجامعات السعودية. مجلة البحوث الأكاديمية ، 6 (5) ، 217-231. دوى: B / 5-6 / 20،754،124،2014 / 10.7813
- حنان بنت شعشوع الشهري (٢٠١٣). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية - الفيس بوك وتويتر نموذجاً ، رسالة ماجستير، غير منشورة ، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية ، كلية الآداب العلوم الإنسانية، وزارة التعليم العالي ، المملكة العربية السعودية.
- زهير عابد (2012)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، مجلة جامعة النجاح لأبحاث العلوم الانسانية، مجلد 26، عدد 6، نابلس، فلسطين.
- طلال فاضل حسين (2013)، نمذجة و تحليل و صلات روابط افتراضية بين مواقع المراكز التابعة لجامعة الموصل. المؤتمر العلمي في تقانة المعلومات (5 : 2012 مج. 10، ع. 167 1.الموصل، العراق.
- عايد البلوي (٢٠١٢) .(برنامج تدريبي قائم على البرامج التفاعلية في تعليم الرياضيات وتعلمها ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة أم القرى مكة المكرمة ، المملكة العربية السعودية.
- دعاء كمال بري (2015)، الوعي واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية الأكاديمية من قبل الأكاديميين ، جامعة جنوب الوادي ، مجلة علوم المكتبات والمعلومات ، 3 (2) ، الصفحات 115-132، مصر.
- عبد الكريم على الدبيسي وزهير ياسين، (2013)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد، 40 ، العدد أ ، الأردن.

علام و إلياس (2016). تصورات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لتعليم اللغة الإنجليزية بين مدرسي اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية في السياق السعودي. تدريس اللغة الإنجليزية؛ المجلد. 9 (7). عنوان URL: <http://dx.doi.org/10.5539/elt.v9n7p1>

فراس نائل روجي هاشم (2013). أثر استخدام أساليب التنقيب عن البيانات في دعم الرأي المهني للمدقق. (أطروحة دكتوراه). جامعة عمان العربية، الأردن

فهد السلمي (2017). التواصل الاجتماعي في التعليم العالي: مواقف الأكاديميين واستخداماتها ودوافعهم واهتماماتهم. دكتوراه ، جامعة شيفيلد هالام. <http://shura.shu.ac.uk/information.html>

فهد علي الطيار (2014)، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 30، العدد 61.

محمد بن هلال (2012)، الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية: تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية، المستقبل العربي، السنة 34، العدد 396، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.

محمد رده الخزاعي، حسن السريحي (2018)، تحليل الآراء على شبكات التواصل الاجتماعي : نموذج تطبيقي لقياس مستوى التعصب الرياضي في تويتر cybrarians journal المجلد/العدد: ع50. يونيو، مصر.

محمد عبدالحميد (2009)، المدونات الإعلام البدي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

نجلاء أحمد يس (2015)، خدمات منصة شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك Facebook Social Networking Platform Services ودورها في مساعدة المكتبات الأكاديمية العربية على مشاركة المعرفة: دراسة تجريبية على مكتبة جامعة القاهرة. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات. ع 42 (يناير 2015).

(وزارة الاتصال السعودية، 2019) تمت الزيارة في 12-3-2018: <https://www.mcit.gov.sa/ar>

تمت الزيارة 1-5- <https://www.techopedia.com/definition/4837/social-media>

2019

المراجع الأجنبية References

- Ahmed, W. and Ameen, K. (2017). Defining big data and measuring its associated trends in the field of information and library management. *Library Hi Tech News*, 34(9), 21-24. Retrieved 01 31, 2018, from <http://mplb1ci.ekb.eg/MuseProxyID=1103/MuseSessionID=0015z4e/MuseProtocol=http/MuseHost=www.emeraldinsight.com/MusePath/doi/full/10.1108/LHTN-05-2017-0035>
- Akbulut, A.B., & Yilmazel, G. (2012). Ergen Yas Grubunda Internet Bagımlılıđı Duzeyinin Belirlenmesi, 15.Ulusal Halk Saglıđı Kongresi. Retrieved on September 8, 2015 from <http://uhsk.org/uhsk15/index.php/uhsk15/uhsk15/paper/view/716>. Aksut,
- Alican, C., & Saban A. (2013). Ortaokul ve Lise de Ogrenim Goren Ogrencilerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Tutumları: Urgup Ornegi, *Sosyal Bilimler Enstitusu Dergisi*, 35(2), (1-14 s.). Retrieved on September 8, 2015 from [http://sbedergi.erciyes.edu.tr/35.sayi/makale/1-Cafer%20Alican%20\(114.%20s\).pdf](http://sbedergi.erciyes.edu.tr/35.sayi/makale/1-Cafer%20Alican%20(114.%20s).pdf).
- Argın, F.S. (2013). Ortaokul ve Lise Ogrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının İncelenmesi (Cekmekoy Ornegi), Yayınlanmamış Yuksek Lisans Tezi. Yeditepe University. İstanbul.
- Bulu, S., Numanoglu, M., & Keser, H. (2016). Examination of the attitudes of middle school students towards social media, *Cypriot Journal of Educational Science*. 11(1), 43-48 .
- Chakraborty, R; Vishik, C; & Rao, H. R. (2013). Privacy preserving actions of older adults on social media: Exploring the behavior of opting out of information sharing. *ProQuest*. 948-956 .
- Dikme, G. (2013). Üniversite Ogrencilerinin İletisimde ve Gunluk Hayatta Sosyal Medya Kullanım Aliskanlıkları: Kadir Has

- Universitesi Ornegi, Yayınlanmıs Yuksek Lisans Tezi. Kadir Has University Social Sciences Institute,
- Grosseck, G., Bran, R., & Tiru, L. (2011). Dear teacher, what should I write on my wall? A case study on academic uses of Facebook. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 15, 1425-1430.
- . Fernández, A. (2011). Clinical report: The impact of social media on children, adolescents and families. *Archivos de Pediatría del Uruguay*, 82(1), 31-32.
- Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business horizons*, 54(3), 265-273.
- Hansen, D., Shneiderman, B., & Smith, M. A. (2011). *Analyzing social media networks with NodeXL: Insights from a connected world*. Boston: Elsevier.
- Hew, K. F., & Cheung, W. S. (2013). Use of Web 2.0 technologies in K-12 and higher education: The search for evidence-based practice. *Educational Research Review*, 9, 47-64
- İstanbul. Ergenc, A. (2011). Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Ornegi, Yayınlanmamıs Yuksek Lisans Tezi. Maltepe University, İstanbul. Gulbahar, Y.,
- Kahyaoglu, M., & Celik, H.C. (2011). Ortaogretim ve Yuksekogretim Ogrencilerinin İnternet Kullanımına Yonelik Tutumlarının Cesitli Degiskenlere Gore İncelenmesi. 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, 22-24 September, F ı rat University, Elazig. Retrieved on September 8, 2015 from:
<http://dergipark.ulakbim.gov.tr/nwsaedu/article/view/500063075/5000059224>
- Karademir, T., & Alper, A. (2011). Ogrenme Ortamı Olarak Sosyal Aglarda Bulunması Gereken Standartlar. 5. Uluslararası Bilgisayar ve Ogretim Teknolojileri Sempozyumu. Firat Universitesi, Elazig. Retrieved on September 8, 2015 from:
<http://web.firat.edu.tr/icits2011/papers/27680.pdf>
- Kayseri. Celik, S. (2012). İlkogretim Ogrencilerinin İnternet Kullanım Bicimlerinin Cesitli Degiskenler Acisindan İncelenmesi, *Egitim Teknolojileri Arastirmalari Dergisi*, 3, 4. Retrieved

- on September 8, 2015 from:
[http://www.etad.net/index.php?journal=etad&page=article
 &op=view&path%5B%5D=110&path%5B%5D=pdf](http://www.etad.net/index.php?journal=etad&page=article&op=view&path%5B%5D=110&path%5B%5D=pdf).
- Knitting and Crochet Patterns. (2015). Pattern Discovery In Data Mining Available at: <http://ktuliuepatt.com/pattern-discovery-in-data-mining/>
- Koseoglu, O. (2012). Sosyal Ag Sitesi Kullanicilarinin Motivasyonlari: Facebook Uzerine Bir Arastirma, Selcuk Universitesi Iletisim Fakultesi, s58-81. Retrieved on September 8, 2015 from:
<http://josc.selcuk.edu.tr/article/download/1075000054/1075000051>
- Lenartz, A. J. (2013). All my rowdy ‘friends’: The use of social media in higher education. ProQuest Information & Learning. AAI3509820 .
- Lo, Yuan-Hsiang. (2013). What is the participant learning experience like using YouTube to study a foreign language? ProQuest Information & Learning. AAI3546245 .
- M., Ates, S., Balaban, S., & Celikkanat, A. (2011). İlk ve Ortaogretim Ogrencilerinin Sosyal Paylasim Sitelerine Iliskin Tutumları (Facebook Ornegi)” XIV. Akademik Bilisim Konferansı Bildirileri, 1-3 February 2012. Usak University. Retrieved on September 8, 2015 from <http://ab.org.tr/ab12/bildiri/39.pdf>.
- Najaf Aghaei(2012), Relationship between Organizational Justice and Intention to Leave in Employees of Sport and Youth Head Office of Tehran European Journal of Experimental Biology, 2012, 2 (5):1564-1570
- Ok, F., (2013) Ortaogretim Ogrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Aliskanliklari ve Motivasyonlari, Yayimlanmis Yuksek Lisans Tezi. Firat University Social Sciences Institute,
- Pattapong, K. (2013). Willingness to communicate in a second language: A qualitative study of issues affecting Thai EFL learners from students' and teachers' point of view. (Unpublished PhD thesis), The University of Sydney, Sydney, New South Wales .
- Reinders, H., & Wattana, S. (2014). Can I say something? The effects of digital game play on willingness to communicate. Language Learning & Technol

- Sonmez, B. (2013). Sosyal Medya ve Ortaogretim Ogretmenlerinin Facebook Kullanim Aliskanliklari Yayinlanmamis Yuksek Lisans Tezi. Akdeniz University.
- Spada, M. M. (2014). An overview of problematic internet use. Addictive behaviors, 39(1), 3-6. Sosyal medya nedir?, Retrieved March 03, 2015 from: <http://www.kurumsalhaberler.com/pr/sosyalmedya->

الملاحق

أستبانة الدراسة

ابنائي طلبة جامعة طيبة أضع بين ايديكم استبانة لمعرفة آرائكم حول دراسة بعنوان تحليلالبيانات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لرصد الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة، وإيماناً بأهمية آرائكم أرجو منكم الإجابة عنها بكل صدق وستستخدم اجابات الاستبانة لأغراض الدراسة فقط هل تقبل / او تقبلين المشاركة في هذا الاستبيان

نعم

لا

القسم الأول: المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين

يرجي تحديد جنسك

انثي

ذكر

الكلية:

القسم:

المستوي:

هل لديك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم

لا

ما هي أفضل مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظرك من هذين الموقعين؟

Facebook

Twitter

أي هذه المواقع تستخدمه أكثر؟

Facebook

Twitter

القسم الثاني: الاتجاهات الفكرية لطلبة جامعة طيبة.

1- هل تعتقد ان لشبكات التواصل الاجتماعية تأثيرا فكريا على المستخدم؟*

1- غالبا تأثيرها إيجابي

2- غالبا تأثيرها سلبي

3- لا تؤثر

2- هل يتم تغيير يوفابلك بشكل متكرر؟ وذلك يعزي الي

4-الهروب من الواقع

5-تضليل الأصدقاء

6-رؤية الآخرين لك بشكل يرضيك

3- لو صديق أرسل لك طلب صداقة فأنتك

7-توافق عليه بسرعة دون ان تتعرف على هويته

8-أوافق عليه لأنه صديق لشخص مضاف عندي واثق فيه

9-لا اضيفه لأني لا اعرفه

4- لو تم اختراق موقعك على فيس وبوضع صور لا تتوافق مع اخلاقيات

مجتمعنا السعودي اتصرف

10- أرسل رسالة اعتذار للأصدقاء

11- اتجاهل إرسال رسالة اعتذار للأصدقاء

12- اغلق الموقع

5- إذا تكررت التجاوزات من صديق على مواقع التواصل الاجتماعي ولم يستجب

للطلبات المتكررة بالتزام الآداب العامة فأني

- 13- اتجاهل منشوراته
 14- أقوم بحظره نهائي
 15- احذفه من قائمة الأصدقاء
 6- الصفحات التي يتكرر نشرها لمحتوي مسيء أخلاقيا اتخذ حيالها الموقف التالي

- 1- ابلغ عنه فوراً
 2- اتجاهلها
 3- اكتب منشور تحذيرياً منها
 7- عندما يقترب ايه مناسبة جماهيرية (وطنية) فأني
 1- استخدم المواقع التواصل الاجتماعي في الدعاية والاعلان عن افكاري وتطلعاتي
 2- لا اهتم
 3- أخشى التحدث
 8- يعتمد تصديقي لما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات على
 1- اسم الصفحة الناشرة
 2- مدى الثقة فيمن شارك معي هذه المعلومات
 3- المعلومات التي اعرفها عما نشر
 9- عندما انشر منشور يعبر عن رأي لي وينتقده بعض الأصدقاء فأني
 1- أفضل إلا يقوموا بنقد رأيي في تعليقات مشاهدة من الجميع
 2- أسعد بنقدهم رأيي في تعليقات حتي يتاح للجميع المشاركة في المناقشة
 3- لا اهتم بنقدهم طالما اني مقتنع برأيي
 10- عندما لا يعجبني أداء مسئول ما في الدولة فأني
 1- أنتقد أداءه على مواقع التواصل الاجتماعي بحرية دون التجريح في شخصه

2- انقد الأداء بشكل عام دون التعرض خوفا من المسائلة

3- لا استخدم المواقع التواصل الاجتماعي مطلقا في نقد أي مسئول

11- إذا أرسل لي صديق منشور لا أوافق على الأفكار الواردة فيه مطلقا فأني

1- لا اعلق عليه

2- اعلق عليه بشكل يظهر احترامي لشخصه واختلافي مع الفكرة فقط

3- تعتمد طريق تعليقي عليه حسب ما يحويه المنشور من أفكار

12- استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتفاء بنجاحات أبناء وطني في

المحافل الدولية

1- كثيرا

2- قليلا

3- لا استخدم المواقع التواصل الاجتماعي في هذا الشأن

13- أستطيع ابداء رأبي على المواقع التواصل الاجتماعي بحرية تامة

1- دائما

2- أحيانا

3- نادرا

14- استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين المستوي العلمي لزملائي

بنفس القسم والمستوي

1- كثيرا اعط مثالين

2- قليلا اعط مثال

3- لم افعل لك مطلقا

15- استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة في تطوير قسمي العلمي

وكليتي

1- كثيرا اعط مثالين

2- قليلا اعط مثال

3- لم افعل لك مطلقا

16- عندما نتناقش في قضية معينة على المواقع التواصل الاجتماعي

- 1- لا احب الدخول في هذه المناقشات
- 2- أحاول ابداء رأيي دون نقد رأي الآخر
- 3- أبدي رأيي وانقد الآراء التي لا تقنعني دون تهكم او سخريه منها او من صاحبها

17- أرسل لك منشور يحمل فكرة تعجبك لكنه يحوي ألفاظا تعتبر سبابا ستقوم بـ

- 1- مشاركة المنشور مع توضيح رفضك للسباب التي يحتويها
- 2- التعليق برفض تلك الالفاظ
- 3- تجاهل المنشور

18- جاءك منشور يعلن على مواقع التواصل الاجتماعي هيئة او وزارة او

مؤسسة منح للطلاب على مهارات جديدة ستقوم بـ

- 1- مشاركة المنشور بعد التأكد من صحة الخبر
- 2- عمل اعجاب فقط
- 3- تجاهل المنشور

19- يمكنك نشر مقولة عجبك على مواقع التواصل الاجتماعي دون ذكر

صاحبها مع علمك به

- 1- دائما ما افعل ذلك
- 2- أحيانا
- 3- اذكر المقولة مع ذكر صاحبها

20- في تواصلني مع أصدقائي على مواقع التواصل الاجتماعي

- 1- استخدم الكتابة العامية بحروف انجليزية
- 2- لا اعرفها
- 3- اعرفها ولكني لا استخدمها

21- توفر مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة لأصحاب الفكر المتطرف لنشر

أفكارهم.

- 1- نعم لاحظ ذلك
- 2- لا أعرف أحد منهم

3- أ حذفه فور معرفته من صفحتي

م	المتطلبات		
	نعم	لا	أحيانا
القسم الثالث: دور التحليل في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الإيجابيات.			
1	نعم	لا	أحيانا
2	نعم	لا	أحيانا
3	نعم	لا	أحيانا
4	نعم	لا	أحيانا
5	نعم	لا	أحيانا
6	نعم	لا	أحيانا
7	نعم	لا	أحيانا
8	نعم	لا	أحيانا
القسم الرابع: دور التحليل في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوعي بخطورة الانحراف الفكري.			
1	نعم	لا	أحيانا
2	نعم	لا	أحيانا
3	نعم	لا	أحيانا
4	نعم	لا	أحيانا
5	نعم	لا	أحيانا
6	نعم	لا	أحيانا
7	تأثيرها إيجابي	تأثيرها سلبي	لا تؤثر
8	تأثيرها إيجابي	تأثيرها سلبي	لا تؤثر
9	نعم	لا	أحيانا

القسم الخامس : التحليل في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد هوية المستخدم			
1	هـ	هل تسجل باسمك الحقيقي في شبكات التواصل الاجتماعي؟	نعم لا أحيانا
2	هـ	هل تضيف بيانات صحيحة عنك في شبكات التواصل؟	نعم لا أحيانا
3	هـ	هل كل ما تقدمه من صور ومعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي صحيحة؟	نعم لا أحيانا
4	هـ	هل ما تقدمه من صور ومعلومات في مواقع التواصل تعكس شخصيتك الحقيقية؟	نعم لا أحيانا
5	هـ	هل عندك استعداد لنشر صور اسرتك على مواقع التواصل الاجتماعي؟	نعم لا أحيانا