

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات طلاب كليات الإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة

د. سعيد حامد*

ملخص البحث باللغة العربية:

تستهدف الدراسة البحث في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات طلاب كليات الإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة وتأثيرات ذلك. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على 200 مفردة من الطلاب الإماراتيين. كما قامت بتوظيف مدخل الاستخدامات والتأثيرات نظرية الشبكة الفاعلة.

توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي وأشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رؤية المبحوثين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي ومدى اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.
- توجد وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي ودوافع اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي وأشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت.
- توجد وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأساليب التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي والتأثيرات الناتجة عن متابعتهم لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي – طلاب كليات الإعلام – الإمارات العربية المتحدة

*أستاذ مساعد بقسم الإعلام – كلية الخوارزمي الدولية الإمارات العربية المتحدة

The social media effect on developing the skills of mass communication faculties' students in the United Arab Emirates

Abstract:

The study aims to investigate the use of social networks in developing the skills of students of mass communication faculties in the United Arab Emirates and its effects. The study used the survey method and the questionnaire tool applying to 200 respondents. The study used the theory of uses and effects as well as the theory of Actor-Network Theory (ANT).

Main results:

- There is a statistically significant correlation between the rate of respondents' use of social media sites and their forms of interaction on these sites in developing their media skills.
- There is a statistically significant correlation between the respondents' vision of the role of social media sites in developing their media skills and the extent of their reliance on these sites in this regard.
- There is a statistically significant correlation between the extent of respondents' reliance on social media sites in developing their media skills and their motives of reliance .
- There is a statistically significant correlation between the motives of respondents' reliance on social media sites in developing their media skills and their forms of interaction on these sites .
- There is a statistically significant correlation between the methods used by the respondents to develop their media skills and the effects resulting from following the methods of developing their media skills through social media sites.

Key Words: Social Media sites - Students in mass communication faculties – the United Arab Emirates

المقدمة:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة التي شهدها العالم طفرة نوعية في عالم الشبكات والاتصالات أدت إلى انتشار الشبكة العنكبوتية؛ الأمر الذي ساعد على ظهور شبكات التواصل الاجتماعية التي تعتبر من أكثر الوسائل استخدامًا للتواصل بين الأفراد في الوقت الحاضر لما لها من أهمية بالغة، تتمثل في سهولة الاستخدام وقدرة مستخدميها على الوصول إلى المعلومات خلال وقت قصير، حيث تعتبر وسيلة التواصل الأكثر ذكاءً من حيث استقطاب مستخدميها.

حظى موضوع التواصل الاجتماعي بنصيب وافر من الاهتمام خلال الأنشطة البحثية، سواء على مستوى المؤتمرات أو الندوات أو المحاضرات أو الإصدارات العلمية، إيماناً منا بأهمية مواكبة أهداف التنمية ومتطلباتها على المستويين المحلي والإقليمي بعد أن فرض التطور المعرفي مفاهيمًا جديدة، فسعت هذه الدراسة لمعرفة آثار استخدام أدوات التواصل الاجتماعي. ويشهد الإعلام حاليًا تغيرًا في شكل المحتوى وطريقة نشره، بسبب الطفرة التكنولوجية وانتشار الشبكات الاجتماعية، مما يحتم على منتجي المحتوى الإعلامي مواكبة التطور التكنولوجي وتسخيرها لخدمة أهدافهم.

تبدي دولة الإمارات اهتمامًا، ربما يفوق دولاً متقدمة أخرى، بتتبع التطور التكنولوجي في العالم، كما تعد من أكثر دول المنطقة والعالم اهتمامًا بالانخراط في العصر الرقمي، والتحول نحو اقتصاد قائم على المعرفة والابتكار وتكنولوجيا المعلومات، وذلك عن قناعة راسخة بأن التخطيط الجيد يستطيع توظيف التكنولوجيا من أجل توفير حلول إبداعية لكثير من العقبات، وبالتالي فإن المحتوى التعليمي التدريبي المنتج يركز على الممارسات الاتصالية والإعلامية التي يتم إنتاجها وفقًا لأسس وقواعد معينة تساعد على استهلاك الجمهور له من منطلق تلبية احتياج معرفي وثقافي وتدريبية معين، وما سبق يُعرف أيضًا بمفهوم منطلق الوسائل الإعلامية (1). Media Logic

تكمن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في سرعة التواصل مع الآخرين عبر شبكاتها المتنوعة، سواء كانت تويتر أو فيس بوك أو سناب شات، بالإضافة إلى طبيعة عرض المعلومة سواء من خلال الصورة أو الصوت أو الفيديو أو أي وسيلة أخرى من وسائل الوسائط المتعددة، مما نمى شعبيتها في الآونة الأخيرة، حيث استطاعت التأثير على فئات متنوعة من مستخدميها، كما استطاعت أن تغطي أحداثًا كثيرة سواء في المجالات الاجتماعية أو التعليمية أو السياسية أو الاقتصادية أو أي مجالات أخرى. وقد أصبحنا في وقتنا الحاضر ليس فقط مستخدمين لهذه الشبكات، إنما مغدبين لها وأشخاص مؤثرين فيها بالأحداث المحيطة بنا.

لم يعد دور شبكات التواصل الاجتماعي قاصرًا على التواصل مع الأصدقاء وتبادل النقاشات الاجتماعية والسياسية فحسب، فقد تجاوز دورها ذلك بكثير، حيث بدأت شركات عديدة في استغلال هذه المواقع للترويج لمنتجاتها والتواصل مع الجمهور المستهدف، كما استخدمتها الحكومات لنشر البيانات والمعلومات وتلقي الآراء والتعليقات من قبل أفراد المجتمع.

أما على الصعيد الأكاديمي، فيمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تساعد الطلاب في مجالات التنمية الذاتية والإبداع وتعزيز المعرفة وتبادل المعلومات وزيادة مهارات التقنية. ومن خلال الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعية، يستطيع الطالب أن يصل إلى أكبر قدر من المعرفة والمعلومات المفيدة التي تعزز قدراته على الأداء الأكاديمي وتمكنه من التفوق في الدراسة. كما بدأ كثيرون من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات العالمية والعربية باستخدام هذه الشبكات للتواصل مع الطلاب من أجل إنشاء بيئة تعليمية وتفاعلية يكون فيها المتعلم عنصرًا فاعلاً يشارك في المسؤولية وليس مجرد متلقٍ سلبي لمعلومات يلقيه إياها المعلم في القاعات الدراسية⁽²⁾. وقد ثبت أن شبكات التواصل الاجتماعي تتيح للطلاب استكشاف اهتماماتهم على نطاق عالمي ومناقشتها مع عدد أكبر من الأشخاص، وهذا له تأثير على التعلم الذاتي لديهم لأن المعلومات ومصادر المعرفة أصبحت مفتوحة ومتاحة أكثر من ذي قبل⁽³⁾.

لم تعد طرائق وأساليب التعليم الجامعي مقتصرة على الطرق التقليدية فقط، فقد تعدت هذه المرحلة. ولم يعد الطالب يعتمد كليًا على أستاذه، بل أصبح يعتمد على نفسه في الحصول على ما يحتاجه من معلومات ومعارف، خاصة في عصر الحاسبات الآلية والشبكات المعلوماتية وتطور خدماتها، وذلك بواسطة تعلمه ذاتيًا. وأصبح التعلم الذاتي أسلوبًا عمليًا يساير الاتجاهات التربوية الحديثة ويتفق مع اقتصاديات التعليم، حيث يوفر الوقت والجهد والمال⁽⁴⁾. وتؤكد الدراسات الحديثة تزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التعلم، حيث تجمع بين الفردية والاجتماعية في التعلم، ويمكن عن طريقها تحويل العملية التعليمية من التعليم إلى التعلم الذي يعتمد على البناء والإنتاج والحوار والتعاون⁽⁵⁾.

أولاً: الدراسات السابقة

- دراسة (إيناس صلاح محمود، 2021)⁽⁶⁾

تستهدف الدراسة البحث في أثر التفاعل بين إستراتيجية التشارك ونمط الأسلوب المعرفي للتعلم في بيئة التعلم الإلكترونية على تنمية مهارات إنتاج الإنفوجرافيك التعليمي لطلاب تكنولوجيا التعليم. واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان بالتطبيق على 40 طالبًا. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى وجود فروق دالة

إحصائياً بين المجموعات التي درست بإستراتيجية التشارك وغيرها التي لم تدرس بهذه الإستراتيجية في الأداء العملي لمهارات الإنتاج, وذلك لصالح المجموعة التي درست باستخدام إستراتيجيات التتشارك.

- دراسة (أمل شعبان أحمد, 2020) (7)

تستهدف الدراسة الكشف عن فاعلية استخدام المدونة التعليمية في تنمية مهارات الإنترنت لدى طلاب الصف الثالث الإعدادي لمادة الحاسب الآلي وتكونت عينة البحث من (60) طالبا من طلاب الصف الثالث الإعدادي بمدرسة الجامعة الإسلامية الإعدادية التابعة لإدارة الزيتون التعليمية. واستخدمت الباحثة منهج شبه التجريبي ذو المجموعة التجريبية، الضابطة " قبلي-بعدي". وتمثلت أدوات البحث في اختبار تحصيلي للجوانب المعرفية وبطاقة ملاحظة لقياس الأداء المهاري وتم إعداد مواد وأدوات الدراسة. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى وجود فرق ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 <$) بين متوسطي درجات الطلاب أفراد العينة في الاختبار التحصيلي للجوانب المعرفية وبطاقة الملاحظة لقياس الأداء المهاري بين التطبيق البعدي خالية من إثر التطبيق القبلي لصالح البعدي. توجد علاقة ارتباطية موجبة بين نتيجة الاختبار التحصيلي للجوانب المعرفية وبين نتائج بطاقة الملاحظة خالية من إثر التطبيق القبلي لصالح البعدي.

- دراسة (إيناس محمد الحسيني مندور, 2020) (8)

تستهدف الدراسة الكشف عن فعالية ثلاث إستراتيجيات من إستراتيجيات التعلم التشاركي بمنصة تعلم إلكترونية في تنمية مهارات التواصل وإنتاج مصادر تعلم رقمية لدى طلاب تكنولوجيا التعليم. واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي. وتوصلت في أهم نتائجها إلى فعالية كل إستراتيجيات التعلم التشاركي في التحصيل المعرفي والمهارات لمهارات إنتاج مصادر تعلم رقمية, وتنمية مهارات التواصل لدى طلاب تكنولوجيا التعليم. كما أوضحت تفوق مجموعة إستراتيجية محاكاة التعلم التشاركي عبر الويب للتعلم بالبيئة الصفية على مجموعة إستراتيجية المنتج التشاركي وإستراتيجية الملف المتنقل.

- دراسة (شيماء صبرى عبد الحميد وآخرين, 2019) (9)

تستهدف الدراسة التعرف على واقع استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات الاتصال لدى طلاب الإعلام التربوي, ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل العلاقة بين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية مهارات الاتصال. لذا اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي الذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على المعلومات المفصلة عن الظاهرة (وأوصاف

عن الظاهرة) محل الدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (100) طالباً وطالبة من طلاب الفرقة الثالثة والفرقة الرابعة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة بنها. واستخدم الباحثان استبياناً حول استخدام طلاب قسم الإعلام لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات الاتصال لديهم كأداة من أدوات جمع البيانات وتم تطبيقه على أفراد العينة للتعرف على تنمية مهارات الاتصال لديهم. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أهمية الدور الذي تؤديه مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين وتنمية مهارات الاتصال لدى الطلاب. وترجع هذه النتائج إلى الدور الفعال الذي تؤديه مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات الاتصال المختلفة لدى طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية -جامعة بنها.

- دراسة (نورة بنت مرزوق عواض الحارثي, 2019)⁽¹⁰⁾

تستهدف الدراسة الكشف عن فاعلية استخدام الانفوجرافيك التعليمي (الانفوجرافيك المتحرك) عبر شبكات التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) في تنمية بعض المهارات العملية في الحاسب الآلي لدى طالبات الصف الثاني المتوسط. وتحقيقاً لأهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج شبه التجريبي، وتكونت عينة الدراسة من (51) طالبة من طالبات الصف الثاني المتوسط بمدينة مكة المكرمة، في الفصل الدراسي الأول لعام 1438- 1439هـ؛ بواقع (26) طالبة للمجموعة التجريبية التي درست باستخدام الانفوجرافيك التعليمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، و(25) طالبة للمجموعة الضابطة التي درست بالطريقة المعتادة لتدريس الحاسب الآلي وهو استخدام شبكة المعمل. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات مجموعتي الدراسة في التطبيق البعدي لبطاقة الملاحظة ككل؛ لصالح المجموعة التجريبية، مما يدل على وجود أثر إيجابي لاستخدام الانفوجرافيك التعليمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على تنمية بعض المهارات العملية في الحاسب الآلي.

- دراسة (نادية مصطفى أحمد, 2019)⁽¹¹⁾

تستهدف الدراسة التعرف على مدى استخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لديهم. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح الإعلامي، وتمثلت أدوات الدراسة في استمارة الاستبيان ومقياس الاستخدام الناقد (إعداد الباحثة) والتي طبقت على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، على مجتمع المراهقين المصريين، فترة عمرية (17- 21 سنة) فترة المراهقة المتأخرة والموازية لفترة التعليم الجامعي، قوامها 450 مفردة موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث من طلاب ثلاثة جامعات (المنوفية- الأزهر- 6 أكتوبر). وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ضعف مهارة الاستخدام الناقد للمراهقين المصريين أثناء استخدامهم لمواقع

التواصل الاجتماعي، وذلك للأربعة مهارات الإعلامية التي ركزت عليها الباحثة وهم (مهارة الوصول للرسائل الإعلامية، مهارة تحليل الرسائل الإعلامية، مهارة نقد الرسائل الإعلامية، ومهارة إنتاج الرسائل الإعلامية). كما توصلت الباحثة إلي ضعف درجة الوعي الإعلامي لدي المبحوثين أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك فيما يتعلق بالعناصر الخمسة الأساسية لأي عملية اتصالية والتي اعتمدت عليها الباحثة والمتمثلين في الوعي بـ (معرفة المرسل وصانع المحتوى، معرفة الرسالة والمحتوي، نوعية الوسيلة وتقنياتها، المستقبل والجمهور المستهدف، وتأثير الرسالة ورد الفعل).

-دراسة (راغب مختار محمد أبو النجا، 2018)⁽¹²⁾

تستهدف الدراسة تنمية المهارات الإدارية لدى القيادات الوسطى بالتربية والتعليم بالدقهلية عن طريق تصميم بيئة تدريب قائمة على الدمج بين المحاكاة التفاعلية ومصادر التعلم مفتوحة المصدر. واستخدم الباحث المنهج الوصفي في الدراسة الميدانية في تحديد المهارات الإدارية اللازم توافرها لدى القيادات الإدارية الوسطى، كما استخدم المنهج شبه التجريبي للتعرف على فاعلية بيئة التدريب القائمة على الدمج بين المحاكاة التفاعلية ومصادر التعلم مفتوحة المصدر على كل من التحصيل المعرفي والأداء العملي للمهارات الإدارية لدى القيادات الإدارية الوسطى. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى فاعلية بيئة التدريب القائمة على الدمج بين المحاكاة التفاعلية ومصادر التعلم مفتوحة المصدر في تنمية الجوانب المعرفية والأدائية للمهارات الإدارية، حيث أثبت الباحث وجود فرق دال إحصائيا عند مستوى معنوية (0,05) بين متوسطي درجات أفراد عينة البحث في التطبيق القبلي والبعدي لكل من الاختبار التحصيلي المرتبط بالجوانب المعرفية، ومقياس المهارات المرتبط بالجوانب الأدائية لصالح التطبيق البعدي. لذا أوصي البحث بضرورة توظيف بيئة التدريب القائمة على الدمج بين المحاكاة التفاعلية ومصادر التعلم مفتوحة المصدر في مقررات إعداد طلاب الدراسات العليا، وكذلك تدريب طلاب كلية التربية على المهارات المختلفة.

دراسة (حنان صلاح الدين، 2018)⁽¹³⁾

تستهدف الدراسة الكشف عن الدور الذي يمكن أن يؤديه أعضاء هيئة التدريس في جامعة أم القرى؛ من أجل تعزيز الوسطية لدى الطالبات؛ وذلك عن طريق تنمية مهارات التفكير الناقد لديهن؛ من خلال توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في الأنشطة الصفية. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن الوسطية نسق ثقافي له آلياته العقلية، تتضمن سلسلة من العمليات الفكرية التي تعتمد في الأساس على التفكير الناقد، وأن العلاقة بين التفكير الناقد وبين الوسطية علاقة مهمة وتبادلية ومركزية.

وعليه فقد تأكد أن تعزيز الوساطة لدى طالبات جامعة أم القرى؛ من خلال توظيف شبكات التواصل الاجتماعي؛ يحتاج أن تمتلك الطالبات مهارات التفكير الناقد بداية.

-دراسة (أحمد بن عبد العزيز المبارك، 2016)(14)

تستهدف الدراسة البحث في أثر التدريس باستخدام الفصول الافتراضية عبر شبكة الإنترنت على تحصيل طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود في مقرر تقنيات التعليم والاتصال. وقد تم استخدام المنهج التجريبي من خلال التطبيق على فصل افتراضي تحت التجريب والتطوير. وضمت العينة العشوائية 42 طالبًا. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط تحصيل الطلاب في المقرر. وأنه تمت الاستفادة من تقنيات الإنترنت في التعليم من خلال نشر المقررات الدراسية على الإنترنت وإعطاء تدريبات منزلية والتواصل عبر الرسائل الإلكترونية بين الطلاب بعضهم ببعض ومع المدرسين.

- دراسة (دعاء فتحى سالم، 2016)(15)

تستهدف الدراسة دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في إكساب طلاب الإعلام التربوي مهارات واستراتيجيات التعلم الذاتي، سعيًا لبيان أبعاد هذا الدور، وصولاً إلى وضع استنتاجات ورؤية واضحة لهذا الدور، وتحديد الطرح المستقبلي له. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أتاحت للشباب بوجه عام والطلاب على وجه الخصوص فرصًا للتواصل الاجتماعي مع أصدقائهم من خلال عدد من المواقع الاجتماعية مثل Myspace أو Facebook أو تحميل أفلام فيديو خاصة بهم على YouTube، أو غير ذلك من المواقع، إضافة إلى أنهم يتعلمون من خلال الشبكات الاجتماعية بأسلوب التعليم الذاتي المباشر من خلال البحث عن معلومة في دائرة اهتماماتهم أو الحصول على هذه المعلومة من خلال التواصل مع من يمكن أن يساعدهم وهذا يعتبر أسلوبًا مختلفًا عن أسلوب التعليم المتبع في معظم الجامعات أو المؤسسات التعليمية الأخرى، حيث إن القائمين على العملية التعليمية يعدون خبراء في المجال ويحددون المحتوى الذي يتم تدريسه، دون النظر في كثير من الأحيان لأساليب التعلم الذاتي التي من المفترض إكسابها للمتعلم، لما لها من أهمية بالغة الخطورة على حياته المستقبلية بوجه عام.

-دراسة (Nada Dabbagh Anastasia Kitsantas، 2014)(16)

تستهدف الدراسة تحسين أساليب التعلم عند دمج التعلم الرسمي وغير الرسمي باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية ودعم التعلم الذاتي المنظم في التعليم العالي، وذلك بناءً على الاطلاع على ما سبق من دراسات في هذا المجال، وتصور العلاقة

بين وسائل التواصل الاجتماعي والتعلم الذاتي المنظم، وتوفير إطار تربوي تعليمي يضم وسائل التواصل الاجتماعي لخلق بيئة داعمة للتعلم الذاتي المنظم.

- دراسة Baiyun Chen, Thomas Bryer (2013) (17)

تستهدف الدراسة فحص الإستراتيجيات التدريسية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التعلم الرسمي وغير الرسمي. واعتمدت الدراسة على اجراء المقابلات لمعرفة كيفية استخدام وسائل الاعلام الاجتماعية في التعليم والتعلم. وتوصلت في نتائجها إلى أنه على الرغم من ازدياد شعبية وسائل التواصل الاجتماعي، فإن نسبة منخفضة من المعلمين والمتعلمين يستخدمونها لأغراض تعليمية. وأضافت أن التعلم غير الرسمي باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية يمكن أن يتيسر من قبل مدربين لدمج وسائل الاعلام الاجتماعية في بيئات التعلم الرسمية لإجراء مناقشات غنية، وزيادة المشاركة، وعمل اتصالات واسعة النطاق، واستخدام نظريات التعلم الاجتماعية في وسائل الإعلام الاجتماعية لربط التعلم الرسمي وغير الرسمي.

- دراسة Christine Redecker, Kirsti Ala-Mutka (2010) (18)

تستهدف الدراسة البحث في تأثير وسائل الاعلام الاجتماعية على التعلم في أوروبا. وتوصلت في نتائجها إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في البيئات التعليمية الرسمية يوفر فرصًا جديدة للابتكار وتحديث مؤسسات التعليم والتدريب، حيث تسمح للمستخدمين بنشر مشاركة المحتوى والفيديو والصور والموسيقى، ومن ثم أكدت الدراسة ان وسائل الاعلام الاجتماعية يمكن ان تسهم في تعزيز فرص التعلم والتعليم نظرًا لتيسير وصول الطلاب الى المعلومات وتسهيل توزيع المواد التعليمية، وفتح قنوات بديلة لاكتساب المعرفة وتعزيز المهارات، ودمج التعلم في المجتمع الاوسع، وتيسير بناء مجتمع متعاون بين المعلمين والمتعلمين، وزيادة التحصيل الدراسي مع وجود أدوات محفزة وجذابة للتعلم، تنفيذ استراتيجيات تربوية تهدف الى دعم وتسهيل وتعزيز وتحسين عمليات التعلم، وتعلم استخدام تقنيات الويب 2.0 ووسائل الاعلام الاجتماعية توفر للمتعلم التعاون مع غيره من المتعلمين، كما توفر له فرص لتطوير كفاءتهم.

- دراسة Terry Kind, Gillian Genrich (2010) (19)

تستهدف الدراسة البحث في سياسات وسائل التواصل الاجتماعي في مدارس الطب بالولايات المتحدة، حيث تناولت استخدام كليات الطب لمواقع وسائل الاعلام الاجتماعي وتحديد ما إذا كانت سياسات هذه الكليات تتناول صراحة استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي، ولديها قوانين وسياسات في استخدامها لهذه المواقع. وتوصلت

الدراسة في نتائجها إلى أن موقعي الفيسبوك وتويتر من أكثر المواقع الاجتماعية شائعة الاستخدام بين الطلاب. وأشارت الدراسة أنه لا بد من وجود تصريحات تعرف الطلاب ما هو ممنوع وما هو غير لائق في استخدامهم للشبكات الاجتماعية، ويكون استخدامهم للشبكات تحت دراسة ومسئولية.

- دراسة (2010) Catherine McLoughlin, Mark J. W. Lee (20)

تستهدف الدراسة البحث في الطابع الشخصي والتعلم الذاتي المنظم في عصر الانترنت، حيث قدمت دليلاً قاطعاً على أهمية تشجيع الطلاب على التحكم في عملية التعلم ككل (التعلم الذاتي)، وذلك من خلال أدوات وتقنيات الويب 2.0، على أساس قدرة هذه الأدوات على دعم المحادثة الغير رسميه والحوار الانعكاسي وتوليد المحتوى التعاوني، مما يتيح الوصول إلى مجموعة كبيرة من الأفكار. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن استخدام هذه الأدوات بشكل مناسب يمكن أن تحول السيطرة إلى المتعلم من خلال تعزيز خبراته، من أجل التعلم الذاتي المنظم والاستقلال الذاتي، حيث لا يحتاج الطلاب الى الأدوات والمحتوى اللازمة لتعلمهم فقط، ولكن أيضاً لا بد من حصولهم على الخبرات اللازمة لدعم تعلمهم، وذلك مثل ممارستهم مع تقنيات الحوسبة الاجتماعية، ووسائل الإعلام الاجتماعية.

- دراسة (2010) Sarah Lewis , Roy Pea (21)

تستهدف الدراسة البحث في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الجوال في التعلم التوليدي للمجتمعات، حيث تناولت الدراسة محاولة المربين ايجاد سبل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأدوات الويب 2.0 لدعم التعلم. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن نظريات التعلم الاجتماعي يمكن أن تسهم في تصميم تطبيقات الوسائط التشاركية لدعم التعلم، كما تفترض إشراك إمكانات عديدة بواسطة التفاعل الاجتماعي لتعزيز مجتمعات التعلم التوليدي، وإمكانية تطبيق التعلم غير الرسمي.

- دراسة (أرين كارينسكي, 2010) (22)

تستهدف الدراسة التعرف على أثر استخدام موقع الفيس بوك على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات. وقد طبقت الدراسة على 219 طالب جامعي باستخدام أداة الاستبيان. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى أن الأشخاص الذين يقضون وقتاً أطول على الإنترنت يخصصون وقتاً أقصر للدراسة مشيرًا إلى أن لكل جيل اهتمامات تجذبه، وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم "الدرشة"، وحل الفوايزر، وإبداء رأيه في كثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدام . وأضافت أن (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إدمانهم لموقع الفيس بوك أثر سلبياً على تحصيلهم الدراسي، كما تدنت درجاتهم في الامتحانات.

- دراسة Sarah Lewis (2010) (23)

تستهدف الدراسة اختبار أكثر سبع شبكات اجتماعية استخدامًا تشمل facebook, myspace, blogger, twitter, wordpress, classmates on line & linkedin طبقًا لتقسيم نلسون Nelson الذي قسم المجتمع إلى ثلاث طبقات مرتفعة ومتوسطة ومنخفضة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود اختلاف بين أكثر شبكتين استخدامًا الـ facebook و Myspace. وأن 25% من الذين يمثلون الطبقة الاجتماعية المرتفعة يفضلوا استخدام الـ Facebook أكثر من هؤلاء الذين يندرجون في الطبقة الاجتماعية المنخفضة، بينما تفضل نسبة 37% من الذين يندرجون إلى الطبقة المنخفضة استخدام Myspace. وأضافت أن مستخدمي الـ Faceook يفضلون استخدام LinkedIn وهو موقع خاص بشبكة رجال الأعمال المحترفين، وهو عامل يوضح الاختلافات الديموغرافية بين مستخدمي الشبكتين الاجتماعيتين. وأخيرًا أشارت النتائج إلى أن هؤلاء الذين يستخدمون Blogging و Twiting يعيشون في المناطق الحضرية، مثل نيويورك ولوس أنجلوس وسان فرانسيسكو وشيكاغو.

- دراسة R.J-C Chu, C-C Tsai (2009) (24)

تستهدف الدراسة البحث في الاستعداد لممارسة التعلم الذاتي الموجه، حيث تناولت الدراسة عديدًا من الأسئلة البحثية لوضع نموذج لشرح العوامل التي تؤثر على تفضيلات المتعلمين البالغين لبيئات التعلم البنائية على شبكة الإنترنت. وتم جمع البيانات من 541 مشارك من معاهد تعليم الكبار في تايوان، واستخدم البحث 10 نقاط لتقييم تفضيلات المتعلمين الكبار. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن الاستعداد للتعلم الذاتي يؤدي دورًا رئيسيًا في توقع تفضيلات الكبار لبيئات التعلم القائم على الإنترنت.

- دراسة Paul Walsh (2008) (25)

تستهدف الدراسة البحث في الاستخدامات التعليمية لشبكات التواصل. وتم جمع المعلومات على مدى ست شهور على طلاب تتراوح أعمارهم ما بين 16-18 عام في 13 مدرسة حضرية في ميدوست Midwest. وتوصلت في نتائجها إلى وجود كثير من الفوائد التعليمية لمواقع الشبكات الاجتماعية مثل Myspace و Facebook، أون 94% من العينة يستخدمون الإنترنت، وخاصة المواقع الاجتماعية. كما وضع الطلاب في أول القائمة الأشياء التي تعلموها من المواقع الاجتماعية المهارات التقنية technology skills، ثم الابداع creativity، كما أنهم أصبحوا منفتحين على وجهات نظر ومهارات اتصالية جديدة ومتعددة.

1- دراسة Valerie Barker (2008) (26)

تستهدف الدراسة البحث في استخدامات المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي. وأجريت الدراسة بالتطبيق على 703 من الناضجين older adolescents، واستخدمت نظرية الاستخدامات والشبكات ونظرية الهوية الاجتماعية. كما تم استخدام أسلوب المسح واستمارة الاستبيان. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن المبحوثين يستخدمون شبكات المواقع الاجتماعية بدافع طقوسي، مثل تضيئة الوقت والهروب من أجل الاسترخاء. وأن المبحوثين لا يشعرون بالأمان من خلال المواجهة وجهًا لوجه والتعبير عن الهوية من خلال تلك الشبكات باعتبارها تعويضًا اجتماعيًا social compensation.

التعليق على الدراسات السابقة:

- بعد استعراض الدراسات السابقة يمكن لنا استخلاص ما يلي:
- اتجهت أغلب الدراسات السابقة إلى دراسة فئات الشباب واستخدامهم للشبكات الاجتماعية.
 - أوضحت معظم الدراسات السابقة أن الفيسبوك Facebook أكثر الشبكات الاجتماعية استخدامًا فيما بين العامة.
 - أظهرت الدراسات السابقة استخدام الشباب لخصائص الشبكات الاجتماعية SNS في إكتساب مهارات التعلم الذاتي وتأثيرها على مخرجات التعليم ومدى علاقتها بالمجتمع.
 - أشادت بعض الدراسات السابقة إلى إمكانية استخدام الشبكات الاجتماعية في توصيل المقررات الدراسية التي تُدرس سواءً في المدارس أو الجامعات.
 - أشارت الدراسات السابقة إلى أن الشبكات الاجتماعية لها دور فعال في عملية التواصل الاجتماعي.
 - اهتمت الدراسات السابقة بالتعرف على دور الشبكات الاجتماعية في التعبئة والمشاركة السياسية والتعبير عن الذات والتصويت في الانتخابات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- يمكن تحديد أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة فيما يلي:
- تحديد المشكلة البحثية والتعرف على دور الشبكات الاجتماعية في إكتساب الشباب مهارات التعلم الذاتي ومهارات تقنية والتعبير عن الذات والتواصل مع الأصدقاء.
 - بلورة فروض الدراسة المستقاة من واقع الدراسات السابقة.
 - الاستفادة من مقاييس الدراسات السابقة في وضع بعض المقاييس الخاصة بالدراسة وقياسها.

– وضع أسئلة الاستمارة الخاصة بالشباب عينة الدراسة.

ثانياً: مشكلة البحث

أحدث التطور التكنولوجي تأثيرات معتبرة في حقل الإعلام، ولا تقتصر شعبية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الدول المتقدمة، حيث أثبتت الدراسات التي أجريت في عام 2010 أن عدد المستخدمين العرب لهذه المواقع، خاصة (الفايس بوك) يصل الى 15 مليون شخص ويزداد عدد المستخدمين العرب مليون شخص كل شهر. وأظهرت دراسة أجريت عام 2013 ارتفاع عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الرئيسية على شبكة الإنترنت ليصل إلى 70.3 مليون مستخدم عربي. وتؤثر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مباشر على عملية الإبداع الإعلامي لدى طلاب الجامعات، فهي تستنفد كثيراً من وقتهم وشغلهم عن مراجعة دروسهم وأداء واجباتهم. وبناءً على ما تقدم، جاءت هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيسي التالي: "ما آثار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات طلاب كليات الإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة؟"

ثالثاً: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في انها تدخل ضمن البحوث التي تتناول دور التكنولوجيا وتأثيرها على إنتاج وتلقي المعلومة الإعلامية بكافة أنواعها المسموعة والمقروءة والمطبوعها والتحكم في توجيهها وصياغتها مع بيان دورها البارز في ظاهرتي التفاعلية وما بعد التفاعلية التي تميز عملية التلقي التي جعلت من المعلومة الإعلامية لما لها أهمية ومكانة بارزة في وسائل الإعلام الجماهيرية. وتنبع أهمية الدراسة في ضوء ما يلي:

- 1- تجمع الدراسة بين متغيرات ثلاثة على درجة كبيرة من الأهمية، وهي تكنولوجيا الاتصال باعتبارها من أهم أنواع التكنولوجيا الجديدة في مجال المعلومات، وطلاب الجامعة المستخدمين لها، والاستخدامات والإشباعات باعتبارها من أهم النظريات التي سيطبقها الباحث في هذه الدراسة.
- 2- تعد الدراسة الأولى من نوعها، كدراسة حالة على جامعات الإمارات، حيث تتناول استخدام الطلاب لتكنولوجيا الاتصال وعلاقة هذا الاستخدام بالإشباعات المطلوبة Gratification Sought، والإشباعات المتحققة Gratification Obtained لهؤلاء الطلاب .
- 3- يتوقع لهذه الدراسة أن تفتح الأفق أمام طلاب الجامعات عند استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال لمجالات أخرى جديدة تفي بمتطلبات الحياة ومواجهة تحديات المستقبل.

- 4- تقدم هذه الدراسة للعاملين والمختصين في مجالات تكنولوجيا الاتصال البيانات الخاصة بحاجات الطلاب ودوافعهم المتصلة باستخدام تكنولوجيا الاتصال، لتحسين برامج الخدمة المقدمة إليهم وفقاً للدراسة الميدانية.
- 5- تستمد الدراسة أهميتها من كون التعليم مع التدريب هو الأداة الفاعلة لتنمية أي مجتمع، خاصة في ظل سعي المؤسسات التعليمية لتوظيف الأساليب الاتصالية التفاعلية الحديثة في مجال التدريب والتعليم في إطار حتمية مواكبة الدولة للحاق بالتطور التكنولوجي الذي طرأ على كافة أشكال الاتصال الحديث سواء الجماهيري أو الإعلامي.
- 6- ندرة الدراسات التي تناولت تأثير النشاط التعليمي التفاعلي ودوره المهم إلى جانب الدور التدريسي لأساتذة الجامعات، حيث تتضح أهمية النشاط التدريبي التفاعلي في إكساب الطالب الجامعي الخريج المهارات التي يحتاجها سوق العمل بعد الانتهاء من الحياة الدراسية الجامعية.

رابعاً: أهداف الدراسة

يمكن تحديد أهداف الدراسة على النحو التالي:

- 1- توضيح مستوى استخدام طلاب الجامعات الإماراتية لوسائل تكنولوجيا الاتصال.
- 2- التعرف على مدى اختلاف هذا الاستخدام باختلاف النوع والمستوى الدراسي.
- 3- تحديد أنواع الإشباع التي يمكن أن تحققها تكنولوجيا الاتصال لطلاب الجامعات.
- 4- الوقوف على مدى اختلاف هذه الإشباع باختلاف النوع والمستوى الدراسي.
- 5- حصر المشكلات التي تواجه طلاب الجامعات عند استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال في تحقيق إشباعاتهم.
- 6- تقديم الحلول المناسبة من خلال تكنولوجيا الاتصال للتغلب على هذه المشكلات في ضوء الدراسة الميدانية.
- 7- تحديد دوافع اعتماد الشباب الجامعي الإماراتي على الأساليب التفاعلية لأجل تحقق الفهم والتذكر للمضمون العلمي الذي يتابعوه.
- 8- تحديد ثقة واستفادة عينة الدراسة من الأساليب التفاعلية الحديثة المتخصصة في الشأن التعليمي والتدريبي الإلكتروني من وجهة نظر الشباب الجامعي الإماراتي.

- 9- تحديد أشكال تفاعل الشباب الجامعي الإماراتي مع المحتوى التعليمي التفاعلي المنشور عبر الأساليب التفاعلية الحديثة الإلكترونية.
- 10- تحديد تأثيرات اعتماد الشباب الجامعي الإماراتي على الأساليب التفاعلية الحديثة المتخصصة في البرامج التأهيلية التدريبية للحصول على الوظائف الملائمة في سوق العمل.

خامساً: الإطار النظري للدراسة

1- مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

- تتفرد تكنولوجيا الاتصال بكثير من المزايا التي تدفع طلاب الجامعة إلى استخدامها، لتحقيق إشباعاتهم Gratification، ومن أهم هذه المزايا:
- توفير المرونة في تحديد الزمان والمكان الذي يرغبونه عبر وسائل تكنولوجيا الاتصال.
 - إمكانية اتساع نطاق استخدام طلاب الجامعة لتكنولوجيا الاتصال في تكوين أفضل للعلاقات المحلية والعالمية، لتبادل الخبرات والمهارات والمعارف المختلفة.
 - سرعة تنوع اهتمامات طلاب الجامعة وتطويرها بما يتناسب مع إشباعاتهم المستهدفة.
 - تحقيق التعلم التعاوني الجماعي، وتنوع محتوى المواد والبرامج المختلفة وأساليب تقويمها بشكل موضوعي، نظراً لما توفره التكنولوجيا من معلومات وتواصل فعال.
 - إمكانية الحصول على آراء العلماء والمفكرين والباحثين في مختلف القضايا والمجالات المتصلة باهتمامات طلاب الجامعة واحتياجاتهم في ضوء الاستخدامات والإشباعات.

تأسيساً على ما سبق يمكن الاعتماد على **مدخل الاستخدامات والتأثيرات** في دراسة العلاقة بين استخدام طلاب الجامعة لتكنولوجيا الاتصال والإشباعات المتحققة منها، حيث تهتم هذه النظرية بدراسة مدى استخدام الجماهير لوسائل الاتصال الحديثة، وما يترتب على هذا الاستخدام من نتائج تشبع رغباتهم، وتؤدي لهم مجموعة من الوظائف المتصلة بدوافعهم وحاجاتهم، لتحقيق مزيد من التواصل الاجتماعي مع الوفاء بمتطلبات الحياة اليومية.

يتعامل هذا المدخل مع الوسائل الاتصالية على أنها تتنافس مع بعضها بعضاً لإرضاء حاجات الجمهور، ولا بد لها أن تأخذ في حسابها وجود بدائل وظيفية لإشباع

الحاجات في حالة عدم نجاح الوسيلة الإعلامية في إشباع حاجات الفرد⁽²⁷⁾, حيث يتوقف استمرار تعامل الفرد مع الوسيلة نتيجة تحقيقها نتائج إيجابية أو نتيجة تلبيةها توقعاته الإيجابية من تعرضه لمضامينها. ويتركز جوهر "الفرض الأساسي" للمدخل حول اعتبار المتلقي إيجابياً ونشطاً في سلوكه الاتصالي مع الوسائل الاتصالية، فهو يتعرض للمحتوى أيًا كان طبيعته لإشباع احتياجاته النفسية والاجتماعية، فالجمهور وفقاً لهذا المدخل هو أساس عملية الاتصال⁽²⁸⁾, إذ يقوم المتلقي باستمرار باختيار الرسائل الإعلامية من فيض الرسائل التي يريد التعرض لها⁽²⁹⁾, وبالتالي يمكن القول بأن مدخل الاستخدامات والتأثيرات يضع المتلقي في موضع المسؤولية تجاه المضامين الإعلامية التي يختارها⁽³⁰⁾, كما يتميز المدخل بإدراك كل من الفروق الفردية والتباين الاجتماعي وتنوع حاجات الأفراد وتأثير ذلك على إدراك السلوك المرتبط في التعامل مع وسائل الإعلام.

انطلاقاً مما سبق، يعتبر هذا المدخل نقطة تحول في مفاهيم دراسات الإعلام، بدءاً من "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟" وصولاً إلى "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟"⁽³¹⁾, مما يوفر مجالاً رحباً لاختبار سلوك الفرد الاتصالي⁽³²⁾, لذا فتح المدخل المجال أمام الدراسة المتعمقة لكثير من وسائل الإعلام الجديدة⁽³³⁾, حيث أصبح التفاعل سمة أساسية تسعى كافة الوسائل الإعلامية إلى توفيرها للجمهور، من خلال تنوع وسائل الاتصال والمشاركة بالوسيلة سواء من بريد إلكتروني أو اتصال هاتفي أو رسائل المحمول SMS، أو من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي أتاحت مؤخراً مساحة كبيرة من الحرية في التعبير عن الرأي، أي يمكن القول بأن شبكة الإنترنت أضفت صفة التفاعلية على كافة الوسائل الإعلامية، الأمر الذي يتطلب نشاطاً كبيراً من المستخدم، وبالتالي أصبح هناك دور وظيفي جديد لم يتطرق له المدخل يرتبط بدور وسائل الإعلام كمنبر لتعبير الجمهور عن ذاتهم ومجالاً لنشاطهم الاجتماعي⁽³⁴⁾, الأمر الذي يعني أيضاً الحد من السيطرة على العملية الاتصالية⁽³⁵⁾.

تتنوع الرؤى حول العلاقة بين استخدامات وسائل الإعلام والتأثيرات اللاحقة لها، وهذه العلاقة ليست بسيطة لكنها مركبة ومتشابكة، تشمل مجموعة من العلاقات بحيث تتناول كل علاقة منظوراً خاصاً، ويمكن إجمالها كالتالي: ⁽³⁶⁾

المنظور الأول: منظور استقبال الجمهور للرسالة الإعلامية

يتم ذلك من خلال التعامل مع الجمهور على أنه نشط ومنتقي للمضمون الإعلامي الذي يختاره سواء عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة التي تحقق له الإشباع، فقد أصبح المواطن شريكاً في صنع الرسالة الإعلامية، فعند بناء الرسائل الإعلامية، يتم الوضع في الاعتبار احتياجات الجمهور المتنوعة⁽³⁷⁾، التي ترتبط بدوافع التعرض للمضمون الإعلامي، من أجل تحقيق إشباع معين. وبناءً على هذه التفسيرات للرسائل الإعلامية تحدث تأثيرات مختلفة⁽³⁸⁾، كما تنتج التوقعات عن

دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد. وتعد التوقعات سبباً في عملية التعرض لوسائل الإعلام، وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية، واختلافات الثقافات.⁽³⁹⁾

أثارت وسائل الاتصال الجديدة (الإنترنت) بإمكاناتها المتطورة تكنولوجياً ورقمياً نموذجاً مقترحاً يصنف الجمهور المتعامل مع الوسائل الجديدة إلى فئتين هما:⁽⁴⁰⁾

- الجمهور النشط:

يستخدم هذا الجمهور الوسائل الجديدة بوعي لإشباع احتياجات محددة لديه، ويتحدد مفهوم الجمهور النشط في نطاق ما يشمل من وعي ذاتي وقدرة على الاختيار أو التفاعلي، وامتداده إلى التفاعل الإيجابي أكثر، وبما يشكل حاجزاً يقلص دور الهيمنة الإعلامية والغزو الثقافي الوافد. ويتمثل الدور الحيوي للنشط للجمهور في ثلاثة مجالات، هي:⁽⁴¹⁾

- اختيار التعرض للرسائل الاتصالية، بناءً على ما يرغب في تحقيقه من امتناع وإشباع.
- تطويع تكنولوجيا الاتصال لخدمة الثقافة المحلية أو القيم والاتجاهات الاجتماعية والسياسية للأفراد.
- تفسير الرسائل الاتصالية والثقافية بشكل يعزز الهوية المحلية، ويتواءم مع المعاني والغايات المقصودة من هذه الرسائل.

الجمهور المؤثر:

هو القطاع الأقل حجماً والأكثر تعليماً وانفتاحاً على العالم الخارجي، والساعي لإشباع حاجاته بطريقة انتقائية، والمساهم في إشباع احتياجات الآخرين، سواء بشكل فردي من خلال استخدام الإنترنت كوسيلة للاتصال الشخصي، أو بشكل مؤسسي من خلال استخدامها كوسيلة للاتصال التنظيمي والإداري داخل مؤسسات الأعمال، أو بشكل جماهيري حينما يخاطب قطاعات واسعة ومتباينة تتزايد أو تتناقض وفقاً لكم ونوع اللغات والرموز العالمية التي يستعين بها لتأكيد رسالته.

بالتالي فإن استخدام هذا المدخل مع وسائل الاتصال الجديدة يعد نتيجة منطقية لخصائص هذه الوسائل وأهميتها التفاعلية والجمهور المُجزأ وصفة اللاتزامن، وقد عززت التفاعلية من المفهوم الرئيسي للمستخدم النشط الذي يقوم عليه مدخل الاستخدامات والإشباع⁽⁴²⁾؛ فمثلاً توصلت إحدى الدراسات التي اعتمدت على مدخل الاستخدامات والإشباع في دراسة العلاقة بين المستخدمين لمواقع الشبكات

بهدف التواصل مع الأصدقاء وتحقيق الصداقات، أن هناك عدة دوافع تتمثل في "البقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى" و"البقاء على اتصال مع الأصدقاء الحاليين"، بالإضافة إلى "تكوين صداقات جديدة"، و"تحديد موقع الأصدقاء القدامى". أما عن الأسباب التي كانت أقل شيوعاً، فتتحدد في "معرفة المزيد عن الأحداث"، و"إضافة وظائف اجتماعية"، و"الشعور بالتواصل"، و"تبادل المعلومات الخاصة بالفرد"، و"الأغراض الأكاديمية"، وأيضاً "أغراض استرجاع الذكريات الماضية". (43)

المنظور الثاني: منظور التعرض لوسائل الإعلام والنظريات المتعلقة بالتأثير

قام "روبين" Rubin بدراسة مدى إسهام الدوافع في تحديد تأثيرات وسائل الإعلام، وتوصل إلى أن التنوع في حاجات أعضاء الجمهور ودوافعهم ينعكس في توجهات نفعية وطقوسية نحو استخدام وسائل الإعلام، مما يؤدي إلى نتائج مختلفة وتأثيرات متباينة. وتوصل "جراي" Crube إلى أن وجود الدوافع مع أبعاد النشاط يحدد إلى حد كبير نوعية تأثيرات وسائل الإعلام، من خلال دراسة أنواع معينة من المضامين الإعلامية، والربط بين دوافع مشاهدتها ودرجة النشاط في المشاهدة من ناحية، ونوعية التأثيرات الناتجة عن المشاهدة من ناحية أخرى، حيث كان الدافع هو المتغير المستقل، والنشاط هو المتغير الوسيط، والتأثيرات هي المتغير التابع، وأشارت النتائج إلى أن الدوافع مع المستوى العالي من نشاط المشاهدة أدت إلى تأثيرات تتعلق بالتفاعل شبه الاجتماعي والمعلومات والمنفعة الاجتماعية. (44)

بالتالي، فإن مدخل الاستخدامات والتأثيرات قد غير الطرق التقليدية للتفكير بشأن التأثيرات الاتصالية، فهو يبحث في كيفية تمثيل أفراد الجمهور للرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقاً لاحتياجاتهم الخاصة، ويؤكد أن الأفراد يقومون باختيارات واعية من بين العناصر المختلفة للمضمون الاتصالي، فيختارون ما يشاهدونه، وبالتالي فإن تنوع التأثيرات الاتصالية يعتمد على حاجة أفراد الجمهور، كما يتبنى هذا المدخل الدعوة إلى إعادة تركيز الاهتمام على النصوص الاتصالية وتفسيراتها، مع الحاجة إلى مزيد من الاهتمام بالمشاهدين، خاصة الأطفال. (45)

انتهت أغلب الدراسات الإعلامية إلى وصف جمهور وسائل الإعلام بأنه جمهور نشط، وقد ظل نشاط الجمهور دائماً موضع تساؤل الباحثين حول ماهية هذا النشاط وأنماطه، حتى أوضح "مارك ألفي وسيفين ويندال" أن مصطلح الجمهور النشط يتضمن قدرة الجمهور على اختيار مصادر المعلومات. ووضع "جاي بلومبير" مستويات لهذا النشاط تشتمل على: (46)

- إمكانية استخدام أجهزة الإعلام كبديل للاتصال الشخصي للحصول على المعلومات.
- الاستخدام العمدي لمضامين أجهزة الإعلام.

تأثيرات استخدام الأفراد للمعلومات التي حصلوا عليها من وسائل الإعلام: (47)

- التأثيرات المعرفية: Cognitive Effect

تتميز التأثيرات المعرفية عن تلك التأثيرات التي تؤثر على السلوك بشكل صريح وواضح. وتتمثل في مجالات عديدة، تشمل تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقصها أو عدم قدرتها على تقديم التفسيرات الممكنة للظاهرة.

- التأثيرات الوجدانية: Affective Effect

هي تلك العمليات الوجدانية التي تشير للفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكراهية، وغيرها. ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم.

- التأثيرات السلوكية: Behavioral Effect

يعد التغيير في الاتجاهات أو المعتقدات أو الحالات العاطفية أمورًا يهتم بها الجميع، حيث تؤثر على سلوكهم بشكل صريح وواضح. وقد حصر ميلفن ديفلير وركينش الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين، هما التنشيط والخمول.

توظيف الباحث لهذا المدخل النظري في إطار الدراسة الحالية:

تمت الاستفادة من مدخل "الاستخدامات والتأثيرات في قياس دوافع استخدام الطلاب لموقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" سواءً كانت دوافع (نفعية) أو (طقوسية)، ومن ثم معرفة الإشباعات المختلفة المتحققة نتيجة ذلك الاستخدام بحسب ما أوردته دراسات سابقة، خاصة فيما يتعلق بمدى فائدة هذا المدخل بالنسبة لدراسة الإنترنت والشبكات الاجتماعية، ثم الكشف عن التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية للتفاعل مع هذه الصفحات، وتأثير كافة العوامل السابقة على الطلاب.

2- نظرية الشبكة الفاعلة (ANT) Actor-Network Theory

ظهرت نظرية الشبكة الفاعلة عام 1980 على أيدي ميشيل كولان Michel Callon وبرونو لاتور Bruno Latour وجون لو John Law⁽⁴⁸⁾. وهي من النظريات التي تمزج بين العلوم المختلفة والتكنولوجيا. ويتم استخدامها في مجالات متعددة منها علم الاجتماع والجغرافيا والإدارة والاقتصاد والفلسفة⁽⁴⁹⁾ وأيضاً في التعليم. وفي السنوات الأخيرة أصبح لها شعبية كبيرة في الدراسات التي تتناول التعليم عن بعد من خلال الإنترنت وفي البيئات الافتراضية⁽⁵⁰⁾. ويتم تطبيقها حديثاً لدراسة

العلاقات الاجتماعية والاتصالية على شبكة الإنترنت وفي الواقع الافتراضي المضاف Augmented Reality⁽⁵¹⁾.

تقوم النظرية على فكرة عدم وجود اختلاف بين العناصر البشرية وغير البشرية عند التعامل معا فيكونوا وحدة واحدة يُطلق عليها شبكة. وتهتم بالعلاقات التي تحدث بين العناصر الاجتماعية والبشرية والتكنولوجية داخل الشبكة. ويتم التعامل مع كل العناصر بشكل متساو⁽⁵²⁾، فلا يتم النظر إلى العناصر الصغيرة المكونة للشبكة بشكل منفصل ومستقل وفردية، ولكن بشكل متكامل وشامل وجماعي، إلا عندما يحدث خطأ أو عطل في عنصر من عناصر الشبكة، فيتم الشعور بهذا العنصر بشكل مستقل⁽⁵³⁾. وقد قامت النظرية بتشبيه الشبكة بالصندوق الأسود الذي يبدو صندوقاً ولكن عند فتحه يتم التعرف على عناصره⁽⁵⁴⁾.

تجمع النظرية بين عناصر المجتمع والتكنولوجيا في منظومة واحدة مهما كان هناك اختلاف في نوع وطبيعة العناصر. ويعتبر كل عنصر عاملاً فاعلاً بالشبكة ولا يمكن فصله عنها، حيث يوجد ارتباط واتصال بين العوامل والعناصر المختلفة. كما يؤثر كل عنصر على العنصر الآخر بالشبكة، فيمكن أيضاً أن يؤثر على شبكات أخرى⁽⁵⁵⁾.

تتكون العلاقات داخل الشبكة من خلال وسطاء، فالوسيط هو الرابط الذي يصل بين العوامل والعناصر الفاعلة في الشبكة ويعتبر لغة الشبكة للتواصل بين هذه العوامل والعناصر. والعامل الفاعل هو أي عنصر يقوم بفعل ونشاط داخل الشبكة. وتتعدد العناصر والعوامل الفاعلة في الشبكة الواحدة⁽⁵⁶⁾. ويمكن أن تنبثق من الشبكة شبكات أخرى تتطور في اتجاه التقارب أو اتجاه التباعد، ويمكن أيضاً إضافة عناصر فاعلة جديدة للشبكة تتحرك نحو الاستقرار والتقارب أو التباعد والنفور، ولكن الشبكات غير القادرة على تحقيق الاستقرار بداخلها تختفي، في حين التي تحقق الاستقرار والتقارب تزدهر وتبقى⁽⁵⁷⁾. وداخل الشبكة يتم اتباع واستخدام نفس الإطار التحليلي والتفسيري عند التعرض للعناصر كلها سواء كانت بشرية أو غير بشرية⁽⁵⁸⁾.

سادساً: تساؤلات وفروض الدراسة

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما مدى مساعدة وسائل التواصل الاجتماعي للمبحوثين على تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؟
- 3- ما مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؟

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- 4- ما عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في متابعة وسائل التواصل لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي بشكل يومي؟
- 5- ما وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؟
- 6- كيف يتفاعل المبحوثون في مجال تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؟
- 7- لماذا يعتمد المبحوثون على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؟
- 8- ما التأثيرات المتحققة للمبحوثين نتيجة متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم الإعلامية؟
- 9- ما العناصر التي تجذب المبحوثين في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؟
- 10- ما أشكال تفاعل المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت؟
- 11- كيف يتأثر المبحوثين بأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي؟
- 12- ما السلبيات التي وجدها المبحوثون في أثناء متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؟

فروض الدراسة:

- 1- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي وأشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت.
- 2- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رؤية المبحوثين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي ومدى اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.
- 3- الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي ودوافع اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.
- 4- الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب

- الإعلامي وأشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت.
- 5- الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأساليب التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي والتأثيرات الناتجة عن متابعتهم لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي.
- 6- الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع - الفرقة الدراسية - الدخل الشهري- ملكية السكن.

سابعاً: التعريفات الإجرائية للدراسة

لدراسة مصطلحات عديدة، أهمها ما يلي:

- طلاب الجامعة: University Students

يُقصد بهم في البحث الحالي الطلاب الذين أُتيحت لهم فرصة الالتحاق لمواصلة التعليم العالي بالجامعات أو المعاهد العليا، ويدخل في تكوينهم مجموعة من العوامل والظروف.

- **التكنولوجيا Technology**: هي تطبيق "منظم" لحقائق ومفاهيم ومبادئ وقوانين ونظريات العلم في الواقع الفعلي لأي مجال من مجالات الحياة الإنسانية، فهناك التكنولوجيا والفضاء وتكنولوجيا الحروب وتكنولوجيا الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الزراعة⁽⁵⁹⁾.

- **تكنولوجيا الاتصال Communication Technological**: الاتصال هو عملية نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات بين مرسل الرسالة ومستقبلها في مضامين اجتماعية معينة عن مسألة معينة أو واقع محدد، وتنتقل هذه الرسالة من إنسان لآخر ومن جماعة لأخرى⁽⁶⁰⁾. **وتُعرف وفقاً للبحث الحالي بأنها:** "كافة ما يستخدمه طلاب الجامعة من تقنيات وأدوات ووسائل على شبكات التواصل الاجتماعي لجمع المعلومات التعليمية.

- **شبكات التواصل الاجتماعي (Internet Social Networks)**: يعرفها بيترز (Peters) على أنها الشبكات الإلكترونية على الإنترنت التي تسمح للمستخدم بإنشاء ملف شخصي للتفاعل مع الآخرين، ومشاركة وتبادل البيانات معهم، وتتيح للمستخدمين إمكانية تحميل المعلومات والبيانات والمواد الإعلامية المختلفة⁽⁶¹⁾. ويتحدد التعريف الإجرائي لها في كونها شبكات تتيح التواصل لمستخدميها في أي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

وقت وفي أي مكان من العالم، ويعتمد عليها الشباب الجامعي الأردني في التحاور فيما بينهم حول الموضوعات المطروحة التي يقومون بمتابعتها، وتتمثل هذه الشبكات في الفيس بوك واليوتيوب والانستجرام والتويتز.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة

- منهج البحث:

نظراً لطبيعة الدراسة اعتمدنا في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي بما يتلاءم مع نوعية الدراسة باعتبارها دراسة وصفية.

- مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث في الشباب الجامعي في مختلف جامعات دولة الإمارات العربية المتحدة. وتم اختيار عينة ممثلة للطلاب بلغ عددها 200 مفردة. ويمكن تحديد خصائص العينة على النحو التالي:

جدول رقم (1)

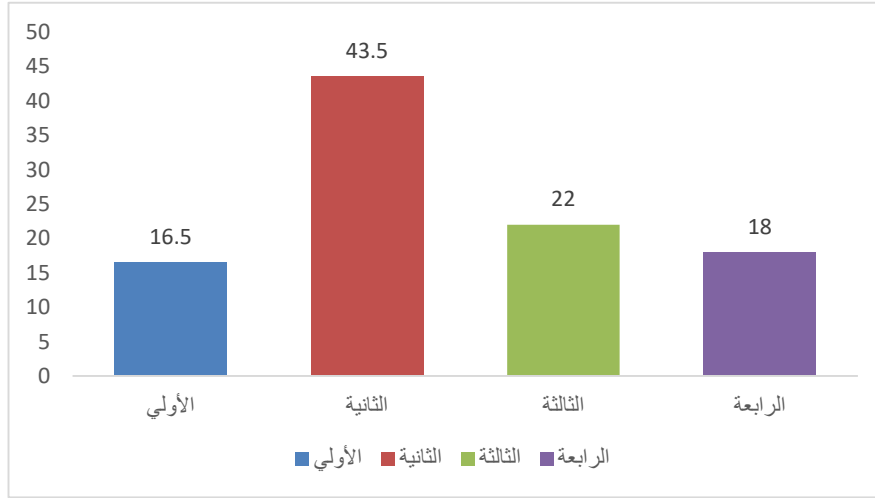
وصف عينة الدراسة

الإجمالي		البيانات الشخصية	
%	ك		
40.0	80	ذكور	النوع
60.0	120	إناث	
100.0	200	الإجمالي	
16.5	33	الأولى	الفرقة الدراسية
43.5	87	الثانية	
22.0	44	الثالثة	
18.0	36	الرابعة	
100.0	200	الإجمالي	
13.0	26	أقل من الف دينار	متوسط الدخل الشهري
29.0	58	من الف دينار إلى أقل من 3 آلاف دينار	
58.0	116	من 3 آلاف دينار فأكثر	
100.0	200	الإجمالي	
68.0	136	تمليك	ملكية السكن
32.0	64	إيجار	
100.0	200	الإجمالي	

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة؛ حول النوع، بلغت نسبة الإناث (60%)، ونسبة الذكور (40%). وحول الفرقة الدراسية، كانت أعلى نسبة من المبحوثين في الفرقة الثانية (43,5%)، ثم في الفرقة الثالثة

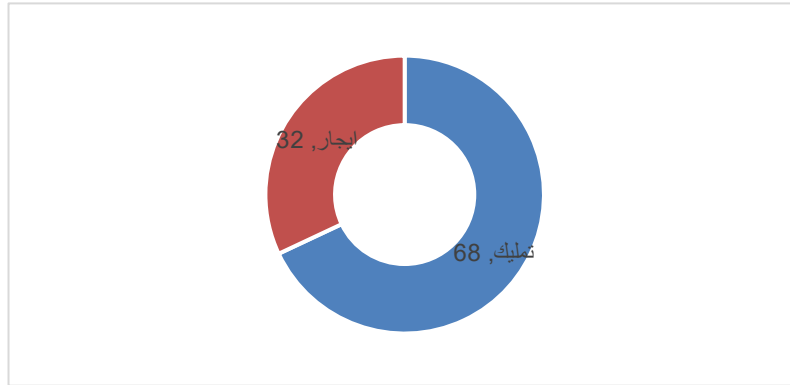
المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

(22%)، وأخيراً في الفرقة الأولى (16,5%). وفيما يتعلق بمتوسط الدخل الشهري، بلغت نسبة من يزيد دخلهم عن "3000 دينار" (58%)، ثم من يتراوح دخلهم بين "1000 و3000 دينار" (29%)، وأخيراً من يقل دخلهم عن "1000 دينار" (13%). وفيما يتعلق بملكية السكن، بلغت نسبة ساكني "التملك" (68%)، وكانت نسبة ساكني "الإيجار" (32%).



شكل رقم (1)

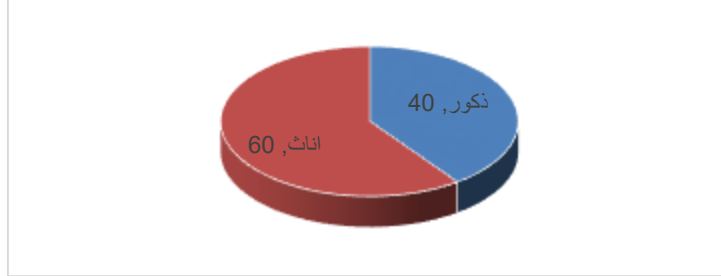
توزيع عينة الدراسة وفق السنة الدراسية



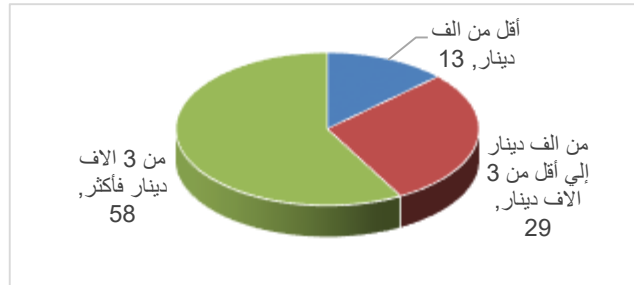
شكل رقم (2)

توزيع عينة الدراسة وفق نوع السكن

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)



شكل رقم (3)
توزيع عينة الدراسة وفق النوع



شكل رقم (4)
توزيع عينة الدراسة وفق الدخل الشهري

- الفترة الزمنية:

تمتد الفترة الزمنية للدراسة إلى ثلاثة أشهر.

أدوات جمع البيانات:

تتحدد أدوات جمع البيانات، التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث، في استمارة الاستبيان، حيث قام الباحث بتصميم استمارة استبيان حرص من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة.

اختبار الصدق والثبات

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

• اختبار الصدق (Validity):

يعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين⁽⁶²⁾ في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

• اختبار الثبات (Reliability):

يُقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحث تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي:

قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم أعاد تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول، الذي وصل إلى 89.6%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحتها للتطبيق وتعميم النتائج.

التحليل الإحصائي للبيانات:

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

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أولاً: المقاييس الوصفية

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.

الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة:

(المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبرة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) .
- كا² (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA .

ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

النتائج الإحصائية والنتائج الكيفية:

أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

- حدود استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (2)

حدود استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي

ك	%	حدود استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي
200	100.0	دائماً
200	100	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق حدود استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي؛ فأجاب جميع أفراد العينة (100%) بأنهم يستخدمون وسائل التواصل "دائماً".

تتسق هذه النتيجة مع دراسة (بول ولش, 2008)⁽⁶³⁾ التي استهدفت البحث في الفوائد التعليمية لمواقع الشبكات الاجتماعية، مثل ماييسبيس Myspace والفييسبوك Facebook. وأكدت أن 94% من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت، و82% يستخدمون الإنترنت من المنزل، و77% لديهم ملحق (صفحة) خاصة profile على أحد المواقع الاجتماعية. وكذلك دراسة (سارة بيريز, 2009)⁽⁶⁴⁾ التي استهدفت اختبار أكثر سبع شبكات اجتماعية استخداماً تشمل facebook, myspace, blogger, twitter, wordpress, classmates on line & linkedin طبقاً لتقسيم نلسون Nelson الذي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

قسم المجتمع إلى ثلاث طبقات مرتفعة ومتوسطة ومنخفضة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود اختلاف بين أكثر شبكتين استخدامًا الـ Facebook و Myspace. وأن 25% من الذين يمثلون الطبقة الاجتماعية المرتفعة يفضلوا استخدام الـ Facebook أكثر من هؤلاء الذين يندرجون في الطبقة الاجتماعية المنخفضة، بينما تفضل نسبة 37% من الذين يندرجون إلى الطبقة المنخفضة استخدام Myspace. وأضافت أن مستخدمي الـ Facebook يفضلون استخدام LinkedIn وهو موقع خاص بشبكة رجال الأعمال المحترفين، وهو عامل يوضح الاختلافات الديموغرافية بين مستخدمي الشبكتين الاجتماعيتين.

يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء هدف شبكات التواصل الاجتماعي في خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع واحد، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم، وتتفق لغتهم التقنية.



شكل رقم (5)

حدود استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي

- توقيت استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (3)

توقيت استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي

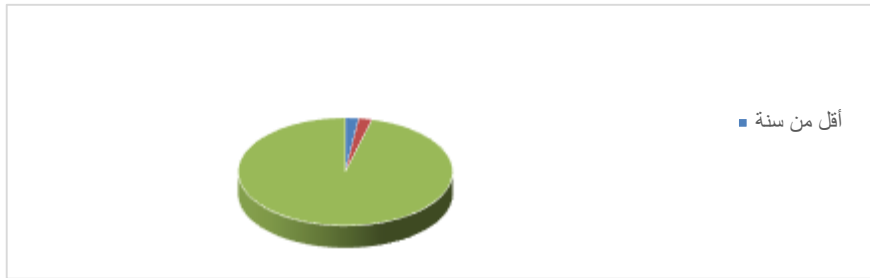
توقيت استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي	ك	%
أقل من سنة	4	2.0
من سنة إلى سنتين	4	2.0
أكثر من سنتين	192	96.0
الإجمالي	200	100.0
مؤشرات إحصائية (كا2): 353.440 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 (دال)		

تشير البيانات السابق عرضها إلى توقيت استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي؛ فكان "أكثر من سنتين" في المرتبة الأولى بنسبة (96%)، ثم كل من "أقل من سنة" و"من سنة إلى سنتين" بنسبة (2%) لكل منهما.

تنسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (353.440)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث توقيت استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

تنسق هذه النتيجة مع دراسة (بول ولش، 2008)⁽⁶⁵⁾ التي استهدفت البحث في الفوائد التعليمية لمواقع الشبكات الاجتماعية، مثل ماييسبيس Myspace والفييسبوك Facebook. وتوصلت في أهم نتائجها إلى أن 94% من العينة يستخدمون الإنترنت، و82% يستخدمون الإنترنت من المنزل، و77% لديهم ملص (صفحة) خاصة profile على أحد المواقع الاجتماعية. وعندما سُئل الطلاب ماذا تعلموا من استخدام المواقع الاجتماعية، وضع الطلاب في أول القائمة المهارات التقنية technology skills، ثم الإبداع creativity، حيث يشاركون في الأعمال الإبداعية، مثل الشعر والدراما، والممارسة الأمنية والمسئولية لاستخدام المعلومات والتكنولوجيا.

وكذلك دراسة (سارة بيريز، 2009)⁽⁶⁶⁾ التي استهدفت اختبار أكثر سبع شبكات اجتماعية استخدامًا تشمل facebook, myspace, blogger, twitter, wordpress, classmates on line & linkedin طبقًا لتقسيم نلسون Nelson الذي قسم المجتمع إلى ثلاث طبقات مرتفعة ومتوسطة ومنخفضة. وتوصلت في نتائجها إلى وجود اختلاف بين أكثر شبكتين استخدامًا الـ facebook و Myspace. وأن 25% من الذين يمثلون الطبقة الاجتماعية المرتفعة يفضلوا استخدام الـ Facebook أكثر من هؤلاء الذين يندرجون في الطبقة الاجتماعية المنخفضة، بينما تفضل نسبة 37% من الذين يندرجون إلى الطبقة المنخفضة استخدام Myspace.



شكل رقم (6)

توقيت استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي

- معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي:
 جدول رقم (4)

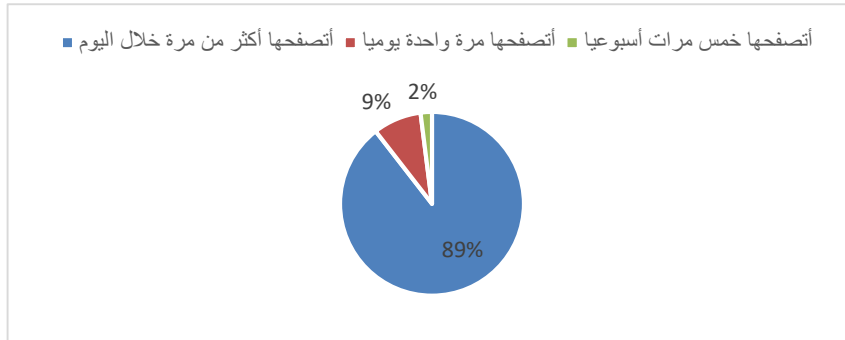
معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي

معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي	ك	%
أتصفحها أكثر من مرة خلال اليوم	179	89.5
أتصفحها مرة واحدة يوميًا	17	8.5
أتصفحها خمس مرات أسبوعيًا	4	2.0
الإجمالي	200	100.0
مؤشرات إحصائية (كا2: 285.190 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

تشير البيانات السابق عرضها إلى معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "أتصفحها أكثر من مرة خلال اليوم" في المرتبة الأولى بنسبة (89,5%)، ثم كل من "أتصفحها مرة واحدة يوميًا بنسبة (8,5%)، وأخيرًا "أتصفحها خمس مرات أسبوعيًا" بنسبة (2%) .

تتنسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (285.190)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث معدل استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

تتنسق هذه النتيجة مع دراسة (بول ولش، 2008) (67) التي أكدت أن 94% من العينة يستخدمون الإنترنت، و82% يستخدمون الإنترنت من المنزل، و77% لديهم ملص (صفحة) خاصة profile على أحد المواقع الاجتماعية. وكذلك دراسة Elizabeth A. Warfel التي أوضحت أن مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية يمثلون 63% حيث يقضون ثلاث ساعات أو أكثر أمام مواقع الشبكات الاجتماعية. ودراسة سماح عبد الرازق الشهawy التي أشارت إلى ارتفاع معدل تعرض الشباب الجامعي للإنترنت يوميًا بنسبة 39.5%.



شكل رقم (7)

معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي

– مدى مساعدة وسائل التواصل الاجتماعي للمبجوثين على تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي:

جدول رقم (5)

مدى مساعدة وسائل التواصل الاجتماعي للمبجوثين على تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

الجانبي الإعلامي	نعم تساعدني بشكل كبير	أحياناً تساعدني	الإجمالي
88.0	176	12.0	200
100.0	200		
مؤشرات إحصائية (كا2: 115.520 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال)			

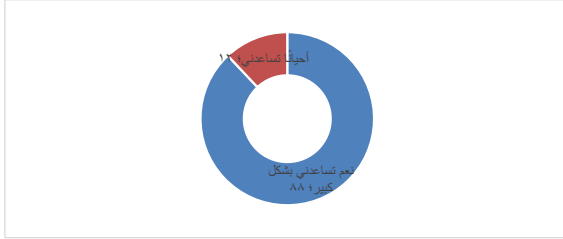
تشير البيانات السابق عرضها إلى مدى مساعدة وسائل التواصل الاجتماعي للمبجوثين على تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "نعم تساعدني بشكل كبير" في المرتبة الأولى بنسبة (88%)، ثم "أحياناً تساعدني" بنسبة (12%).

تنسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (115.520)، عند درجة حرية (1)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبجوثين من حيث مدى مساعدة وسائل التواصل الاجتماعي لهم على تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة (أحمد بن عبد العزيز المبارك، 2016) (68) التي أكدت أنه تمت الاستفادة من تقنيات الإنترنت في التعليم من خلال نشر المقررات الدراسية على الإنترنت وإعطاء تدريبات منزلية والتواصل عبر الرسائل الإلكترونية بين الطلاب بعضهم ببعض ومع المدرسين. وكذلك دراسة (دعاء فتحى سالم، 2016) (69) التي توصلت في أهم نتائجها إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أتاحت للشباب بوجه عام والطلاب على وجه الخصوص فرصاً للتواصل الاجتماعي مع أصدقائهم من خلال عديد من المواقع الاجتماعية مثل Myspace أو Facebook أو تحميل أفلام فيديو خاصة بهم على YouTube، أو غير ذلك من المواقع، إضافة إلى أنهم يتعلمون من خلال الشبكات الاجتماعية بأسلوب التعليم الذاتي المباشر من خلال البحث عن معلومة في دائرة اهتماماتهم أو الحصول على هذه المعلومة من خلال التواصل مع من يمكن أن يساعدهم وهذا يعتبر أسلوباً مختلفاً عن أسلوب التعليم المتبع في معظم الجامعات أو المؤسسات التعليمية الأخرى، حيث إن القائمين على العملية التعليمية يعدون خبراء في المجال ويحددون المحتوى الذي يتم تدريسه، دون النظر في كثير من الأحيان لأساليب التعلم

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الذاتي التي من المفترض إكسابها للمتعلم، لما لها من أهمية بالغة الخطورة على حياته المستقبلية بوجه عام.



شكل رقم (8)

مدى مساعدة وسائل التواصل الاجتماعي للمبحوثين على تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

– مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي:

جدول رقم (6)

مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

الدرجة	النسبة (%)	العدد (ك)
بدرجة كبيرة	73.0	146
بدرجة متوسطة	25.0	50
بدرجة ضعيفة	2.0	4
الإجمالي	100.0	200

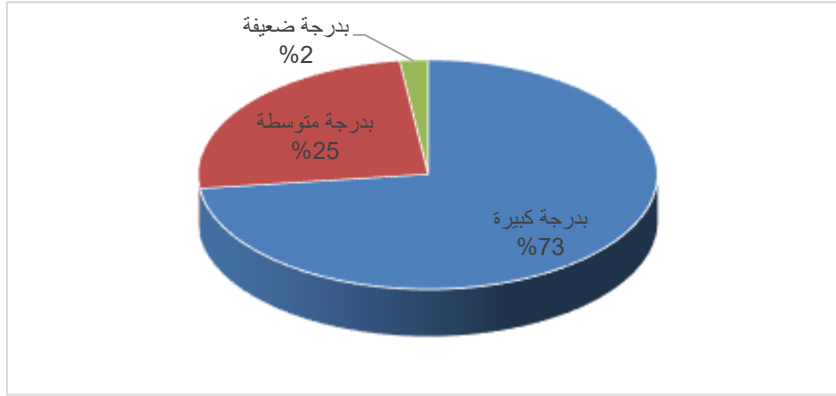
مؤشرات إحصائية (كا2: 157.480 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال)

تشير البيانات السابق عرضها إلى مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "بدرجة كبيرة" في المرتبة

الأولى بنسبة (73%)، ثم "بدرجة متوسطة" بنسبة (25%)، وأخيراً "بدرجة ضعيفة" بنسبة (2%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (157.480)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث مدى اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.

يفسر الباحث هذه النتيجة في ضوء المميزات التي تتميز بها شبكات التواصل الاجتماعي عن غيرها من حيث العالمية والتفاعلية والتنوع وسهولة الاستخدام، وأيضاً شعور الفرد في هذا المجتمع الافتراضي بأنه عضو فعال، أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك، ويسمع ويتحدث، حيث تجاوز الدور السلبي من الاستماع والإطلاع فقط. كما يشير ذلك إلى موافقة المبحوثين على استخدام الشبكات الاجتماعية في عملية التطوير والتعلم الذاتي، حيث نجد أن معظم التوجهات التربوية المعاصرة تدعو إلى كثير من الاتجاهات ومنها تزايد الاهتمام بدمج الوسائل التعليمية المعتمدة على الحاسوب في التعليم واستخدام التقنيات التفاعلية المتقدمة مثل الوسائط المتعددة والواقع الافتراضي، وهذا يعني أنه يجب على القائمين على العملية التعليمية توجيه الطلاب نحو استخدام تلك الشبكات الاجتماعية فيما يساعدهم على التطوير الذاتي واكتساب المهارات التقنية والبحث عن معلومات وتبادلها مع من لهم نفس الاهتمامات والتوجهات.



شكل رقم (9)

مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

– عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في متابعة وسائل التواصل لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي بشكل يومي:

جدول رقم (7)

عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في متابعة وسائل التواصل لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي بشكل يومي

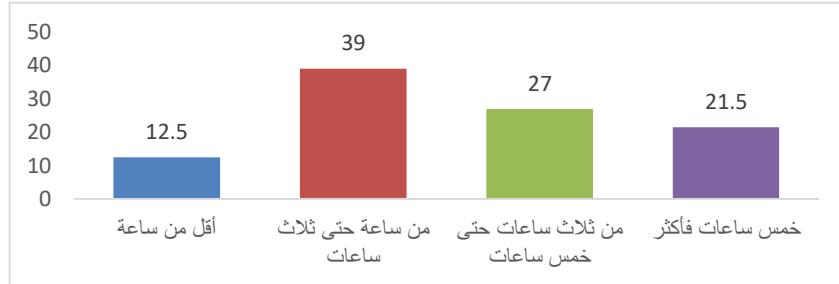
عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في متابعة وسائل التواصل لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي بشكل يومي	ك	%
أقل من ساعة	25	12.5
من ساعة حتى ثلاث ساعات	78	39.0
من ثلاث ساعات حتى خمس ساعات	54	27.0
خمس ساعات فأكثر	43	21.5
الإجمالي	200	100.0
مؤشرات إحصائية (كا2: 29.480 درجة الحرية: 3 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

تشير البيانات السابق عرضها إلى عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في متابعة وسائل التواصل لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي بشكل يومي؛ فذكروا "من ساعة حتى ثلاث ساعات" في المرتبة الأولى بنسبة (39%)، ثم "من ثلاث ساعات حتى خمس ساعات" بنسبة (27%)، وأخيراً "أقل من ساعة" بنسبة (12,5%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (29.480)، عند درجة حرية (3)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث مدى عدد الساعات التي يقضونها في متابعة وسائل التواصل لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي بشكل يومي.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة Elizabeth A. Warfel⁽⁷⁰⁾ التي أوضحت أن مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية يمثلون 63% حيث يقضون ثلاث ساعات أو أكثر أمام مواقع الشبكات الاجتماعية.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)



شكل رقم (10)

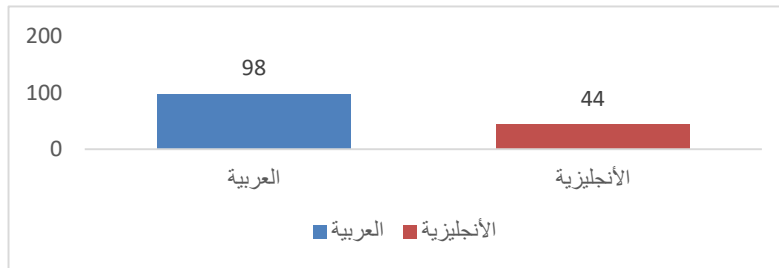
عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في متابعة وسائل التواصل لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي بشكل يومي

– اللغة التي يستخدمها المبحوثون على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي:

جدول رقم (8)

اللغة التي يستخدمها المبحوثون على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي		
اللغة التي يستخدمها المبحوثون على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي	ك	%
العربية	196	98.0
الإنجليزية	88	44.0
الإجمالي	200	

تشير البيانات السابق عرضها إلى اللغة التي يستخدمها المبحوثون على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "اللغة العربية" في المرتبة الأولى بنسبة (98%)، ثم "اللغة الإنجليزية" في المرتبة الثانية بنسبة (44%).



شكل رقم (11)

اللغة التي يستخدمها المبحوثون على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

- وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي:

جدول رقم (9)

وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	95.0	.363	2.85	-	-	15.5	31	84.5	169	الإنستجرام
2	94.0	.556	2.82	8.0	16	2.0	4	90.0	180	سناپ شات
3	88.0	.625	2.64	8.0	16	19.5	39	72.5	145	اليوتيوب Youtube
4	67.7	.801	2.03	30.5	61	36.0	72	33.5	67	التويتير Twitter
5	45.3	.680	1.36	75.5	151	13.0	26	11.5	23	الفييس بوك Facebook

تشير البيانات السابق عرضها إلى وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "الإنستجرام" في المرتبة الأولى بنسبة (95%)، ثم "سناپ شات" في المرتبة الثانية بنسبة (94%)، وأخيراً "الفييس بوك" بنسبة (45,3%).

توضح بيانات الجدول السابق أن الفييس بوك والإنستجرام يعدان في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام بالنسبة للطلاب عينة الدراسة، ويرجع ذلك إلى أن الموقعان يعدلان ويطوران من الطريقة التي تسمح للأفراد بوضع تفاصيل خاصة بهم تميزهم، حيث تمّ تطويرهما ليسمحاً للمستخدمين بخلق ملامح شخصية لهم، وإرسال صور ورسائل، كما يعد الموقعان آمنين، يتمتعان بميزة الخصوصية، حيث يمكننا مستخدميهم من وضع صورهم ومعلوماتهم الشخصية على هذا الموقع، مع توفير عديد من أساليب الخصوصية.

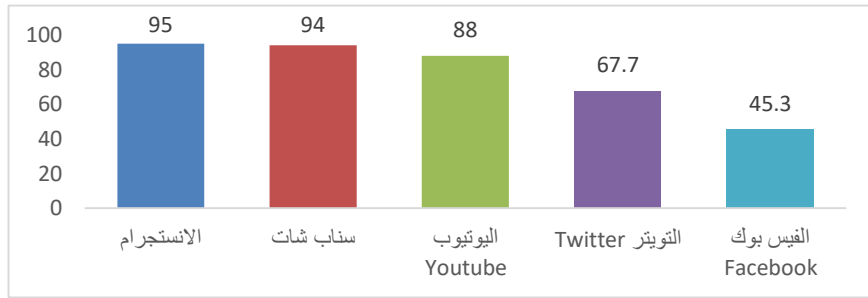
تتفق هذه النتيجة مع دراسة (جي. إن تيو وآخرون 2009)⁷¹ التي أكدت أن النساء أكثر تبنياً واستخداماً للفييس بوك facebook بنسبة 52,1%. وأن الفييس بوك facebook أكثر المواقع الاجتماعية استخداماً بنسبة 88%. وأضافت أنه كلما زادت نسبة الأصدقاء المستخدمين للفييس بوك facebook، زادت الرغبة في استخدام الموقع أكثر من المواقع الاجتماعية الأخرى، أي أن الأصدقاء لهم تأثير، وأن التفاعل الاجتماعي social interaction خاصية مهمة في استخدام

الشبكات الاجتماعية. وكذلك دراسة (سارة بيريز، 2009)⁷² التي أوضحت وجود اختلاف بين أكثر شبكتين استخداماً الـ facebook و Myspace. وأن 25% من الذين يمثلون الطبقة الاجتماعية المرتفعة يفضلوا استخدام الـ Facebook أكثر من هؤلاء الذين يندرجون في الطبقة الاجتماعية المنخفضة، بينما تفضل نسبة 37% من الذين يندرجون إلى الطبقة المنخفضة استخدام

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

Myspace. وأضافت أن مستخدمي Facebook يفضلون استخدام LinkedIn وهو موقع خاص بشبكة رجال الأعمال المحترفين، وهو عامل يوضح الاختلافات الديموغرافية بين مستخدمي الشبكتين الاجتماعيتين. وأخيراً أشارت النتائج إلى أن هؤلاء الذين يستخدمون Blogging و Twiting يعيشون في المناطق الحضرية، مثل نيويورك ولوس أنجلوس وسان فرانسيسكو

وشيكاغو. إلى جانب دراسة (دعاء فتحي سالم، 2016)⁷³ التي أكدت أن شبكات التواصل الاجتماعي أتاحت للشباب بوجه عام والطلاب على وجه الخصوص فرصاً للتواصل الاجتماعي مع أصدقائهم من خلال عديد من المواقع الاجتماعية مثل Myspace أو Facebook أو تحميل أفلام فيديو خاصة بهم على YouTube، أو غير ذلك من المواقع، إضافة إلى أنهم يتعلمون من خلال الشبكات الاجتماعية بأسلوب التعليم الذاتي المباشر من خلال البحث عن معلومة في دائرة اهتماماتهم أو الحصول على هذه المعلومة من خلال التواصل مع من يمكن أن يساعدهم.



شكل رقم (12)

وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

جدول رقم (10)

لمقياس العام حول وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

المقياس العام حول وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي	ك	%
محدودة	8	4
متوسطة	65	32.5
متعددة	127	63.5
الإجمالي	200	100

مؤشرات إحصائية (كا2: 106.270 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال)

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فكانت الوسائل "متعددة" بنسبة (63,5%)، ثم "متوسطة" بنسبة (23,5%)، وأخيراً "محدودة" بنسبة (4%). تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (106.270)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.

- أساليب التفاعل التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي:

جدول رقم (11)

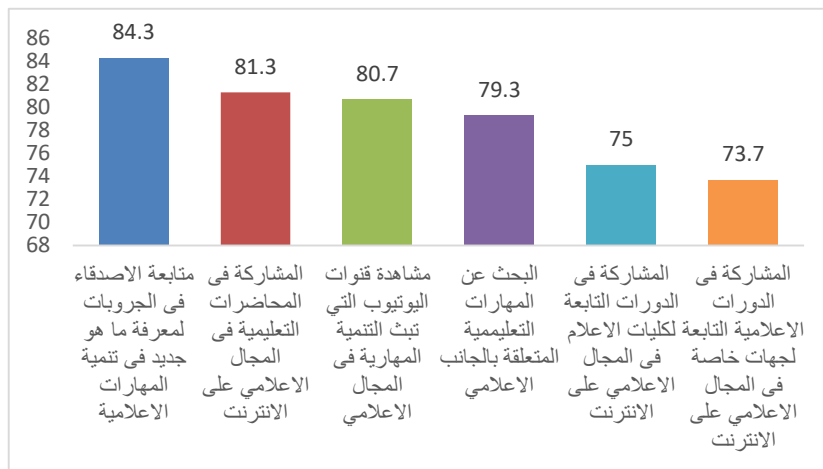
أساليب التفاعل التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	84.3	.609	2.53	6.0	12	34.5	69	59.5	119	متابعة الأصدقاء في الجروبات لمعرفة ما هو جديد في تنمية المهارات الإعلامية
2	81.3	.607	2.44	6.0	12	43.5	87	50.5	101	المشاركة في المحاضرات التعليمية في المجال الإعلامي على الإنترنت
3	80.7	.667	2.42	10.0	20	38.5	77	51.5	103	مشاهدة قنوات اليوتيوب التي تبث التنمية المهنية في المجال الإعلامي
4	79.3	.721	2.38	14.0	28	33.5	67	52.5	105	البحث عن المهارات التعليمية المتعلقة بالجانب الإعلامي
5	75.0	.767	2.25	20.0	40	35.5	71	44.5	89	المشاركة في الدورات التابعة لكليات الإعلام في المجال الإعلامي على الإنترنت
6	73.7	.743	2.21	19.0	38	40.5	81	40.5	81	المشاركة في الدورات الإعلامية التابعة لجهات خاصة في المجال الإعلامي على الإنترنت

توضح البيانات السابق عرضها أساليب التفاعل التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "متابعة الأصدقاء في الجروبات لمعرفة ما هو جديد في تنمية المهارات الإعلامية" في المرتبة الأولى بنسبة (84,3%)، ثم "المشاركة في المحاضرات التعليمية في المجال الإعلامي على الإنترنت" في المرتبة الثانية بنسبة (81,3%)، وأخيراً "المشاركة في الدورات الإعلامية التابعة لجهات خاصة في المجال الإعلامي على الإنترنت" بنسبة (73,7%).

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تشير البيانات السابقة إلى موافقة عينة الدراسة على استخدام الشبكات الاجتماعية في عملية التطوير والتعلم الذاتي، حيث تدعو معظم التوجهات التربوية المعاصرة إلى الاهتمام بدمج الوسائل التعليمية المعتمدة على الحاسوب في التعليم واستخدام التقنيات التفاعلية المتقدمة مثل الوسائط المتعددة والواقع الافتراضي، لذا يجب على القائمين على العملية التعليمية توجيه الطلاب نحو استخدام تلك الشبكات الاجتماعية فيما يساعدهم على التطوير الذاتي واكتساب المهارات التقنية والبحث عن معلومات وتبادلها مع من لهم نفس الاهتمامات والتوجهات.



شكل رقم (13)

أساليب التفاعل التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

جدول رقم (12)

المقياس العام حول أساليب التفاعل التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

المقياس العام حول أساليب التفاعل التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي	ك	%
محدودة	16	8
متوسطة	91	45.5
متعددة	93	46.5
الإجمالي	200	100
مؤشرات إحصائية (ك2: 57.790 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول أساليب التفاعل التي يستخدمها الباحثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فكانت "متعددة" بنسبة (46,5%)، ثم "متوسطة" بنسبة (45,5%)، وأخيراً "محدودة" بنسبة (8%).

تنسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (57.790)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث أساليب التفاعل التي يستخدمونها في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.

- دوافع اعتماد الباحثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي:

جدول رقم (13)

دوافع اعتماد الباحثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	96.0	.326	2.88	-	-	20	40	80	160	التعرف على الأسئلة الجديدة المرتبطة بوسائل تنمية المهارات التعليمية
1	96.0	.326	2.88	-	-	20	40	80	160	لمتابعة كل ما هو جديد بخصوص وسائل تنمية المهارات التعليمية التي يتم متابعتها بكل سهولة
2	94.7	.368	2.84	2.0	4	14.0	28	84.0	168	زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات العلمية المرتبطة بوسائل تنمية المهارات التعليمية
2	94.7	.368	2.84	-	-	16.0	32	84.0	168	إمكانية الفهم الأدق للجمع بين الصوت والصورة في وسائل تنمية المهارات التعليمية
3	94.0	.434	2.82	-	-	18.0	36	82.0	164	التعرف على آراء الآخرين حول الموضوعات المطروحة للنقاش عبر الوسائل الاتصالية الحديثة لوسائل تنمية المهارات التعليمية

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

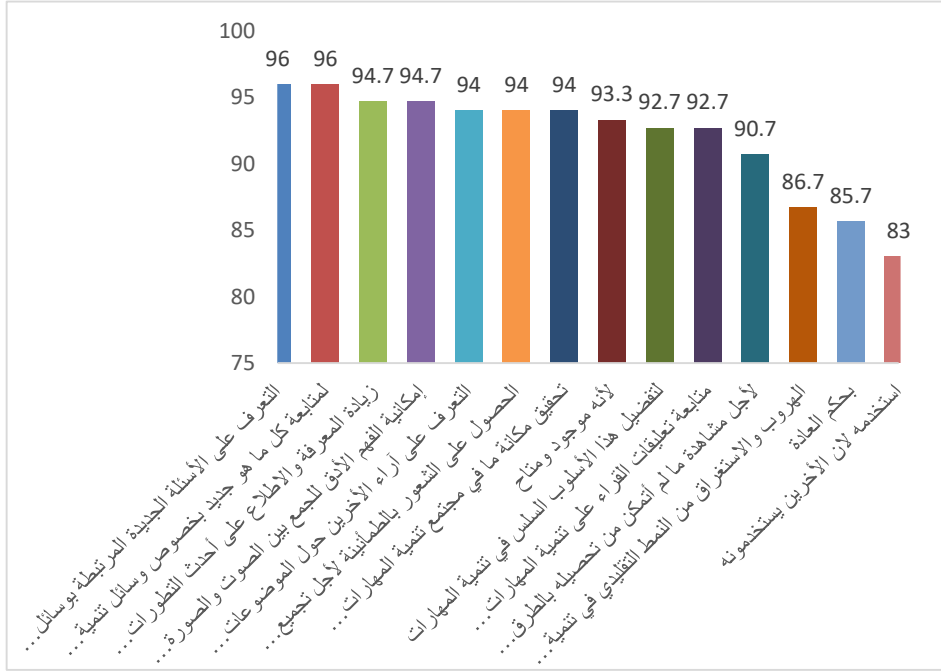
3	94.0	.385	2.82	-	-	12.0	24	88.0	176	الحصول على الشعور بالطمأنينة لأجل تجميع وسائل تنمية المهارات التعليمية
3	94.0	.438	2.82	2.0	4	14.5	29	83.5	167	تحقيق مكانة ما في مجتمع تنمية المهارات التعليمية يأتي موجود على المجتمع الافتراضي
4	93.3	.491	2.80	4.0	8	12.0	24	84.0	168	لأنه موجود ومتاح لتفضيل هذا الأسلوب
5	92.7	.419	2.78	-	-	22.5	45	77.5	155	السلس في تنمية المهارات
5	92.7	.415	2.78	-	-	22.0	44	78.0	156	متابعة تعليقات القراء على تنمية المهارات التعليمية المنشور مما يساعد على التنمية الفكرية
6	90.7	.534	2.72	4.0	8	20.5	41	75.5	151	لأجل مشاهدة ما لم أتمكن من تحصيله بالطرق التقليدية لتنمية المهارات
7	86.7	.634	2.60	8.0	16	24.0	48	68.0	136	الهروب والاستغراق من النمط التقليدي في تنمية المهارات
8	85.7	.606	2.57	6.0	12	31.5	63	62.5	125	بحكم العادة
9	83.0	.672	2.49	10.0	20	31.0	62	59.0	118	استخدمه لأن الآخرين يستخدمونه

توضح البيانات السابق عرضها دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "المتابعة كل ما هو جديد بخصوص وسائل تنمية المهارات التعليمية التي يتم متابعتها بكل سهولة" و"التعرف على الأسئلة الجديدة المرتبطة بوسائل تنمية المهارات التعليمية" في المرتبة الأولى بنسبة (96%) لكل منهما، ثم "زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات العلمية المرتبطة بوسائل تنمية المهارات التعليمية" في المرتبة الثانية بنسبة (94,7%)، وأخيراً "لأن الآخرين يستخدمونه" بنسبة (83%).

تنسق هذه النتيجة مع دراسة (بيتر ليمن وزملاؤه، 2008)⁽⁷⁴⁾ التي أكدت وجود فجوة بين الشباب والكبار فيما يخص بالنظرة الإيجابية للأنشطة التي تتم من خلال الشبكات الاجتماعية وقيمها. وأن الشباب يحاولون تعلم المهارات التقنية والاجتماعية التي يحتاجونها من أجل المشاركة الكاملة في المجتمع المعاصر، كما توجد لديهم دوافع قوية للتعلم من أصدقائهم من خلال الشبكات الاجتماعية. وكذلك دراسة (فاليري باركر، 2008)⁽⁷⁵⁾ التي أكدت أن المبحوثين يستخدمون شبكات المواقع الاجتماعية بدافع طقوسي، مثل تضييع الوقت والهروب من أجل الاسترخاء. وأن المبحوثين لا يشعرون

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

بالأمان من خلال المواجهة وجهاً لوجه والتعبير عن الهوية من خلال تلك الشبكات باعتبارها تعويضاً اجتماعياً social compensation. إلى جانب دراسة (جاري ريتزنتلر، 2009) (76) التي توصلت في أهم نتائجها إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين استخدموا الفيسبوك بنسبة 57,1% للتعرف أكثر على المحاضر على الأقل مرة، وأنهم يستخدمون الموقع للحصول على معلومات لم يتمكنوا من الحصول عليها من المحاضرة على الأقل مرة وذلك بنسبة 50,8%، وذكر 78,2% منهم أنهم لم يعلقوا على النقاشات الخاصة بالمجموعة، وذكر 79% منهم أنهم يحاولون من خلال هذا الموقع التعرف على زملائهم أو إضافة صديق لم يكن يعرفوه من قبل بنسبة 76,3%، وذكر 40,4% إنهم استفادوا من هذا الموقع في فهم المادة الخاصة بالمقرر، وأن الغالبية العظمى بنسبة 71,2% استمتعوا بهذا الأسلوب، ووافقوا بنسبة 64,1% على أنها قد تكون مفيدة في المقررات الأخرى مستقبلاً.



شكل رقم (14)

دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
 (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (14)

المقياس العام حول دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

المقياس العام حول دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي	ك	%
متوسطة	28	14
متعددة	172	86
الإجمالي	200	100
مؤشرات إحصائية (كا2: 103.680 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فكانت "متعددة" بنسبة (86%)، ثم "متوسطة" بنسبة (14%). تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (103.680)، عند درجة حرية (1)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث دوافع اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.

- التأثيرات المتحققة للمبحوثين نتيجة متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم الإعلامية:

جدول رقم (15)

التأثيرات المتحققة للمبحوثين نتيجة متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم الإعلامية

س	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
عززت آرائي من خلال مناقشاتي مع الآخرين	156	78.0	44	22.0	-	-	2.78	.415	92.7	1
عرفتني بأحداث القضايا المرتبطة بمجال تنمية المهارات الإعلامية	152	76.0	48	24.0	-	-	2.76	.428	92.0	2
ساعدتني على سرعة تذكر المضمون الذي شاهدته لتنمية المهارات	151	75.5	49	24.5	-	-	2.76	.431	92.0	2
جعلني أكون آراء عن طبيعة المادة المدروسة عبر تعليقات القراء على تنمية المهارات الإعلامية	147	73.5	53	26.5	-	-	2.74	.442	91.3	3

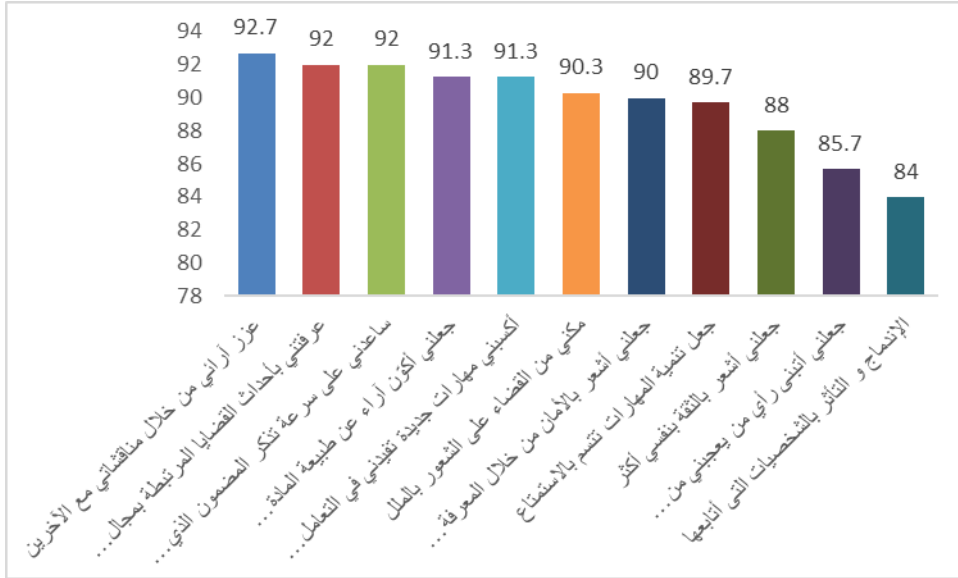
**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

3	91.3	.440	2.74	-	-	26.0	52	74.0	148	أكسبني مهارات جديدة تفيدني في التعامل مع المحيطين في مجال تنمية المهارات الإعلامية
4	90.3	.455	2.71	-	-	29.0	58	71.0	142	مكنني من القضاء على الشعور بالملل
5	90.0	.459	2.70	-	-	30.0	60	70.0	140	جعلني أشعر بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها من تواصلني مع الآخرين
6	89.7	.543	2.69	4.0	8	23.0	46	73.0	146	جعل تنمية المهارات تتسم بالاستمتاع
7	88.0	.627	2.64	8.0	16	20.5	41	71.5	143	جعلني أشعر بالثقة بنفسني أكثر
8	85.7	.638	2.57	8.0	16	27.0	54	65.0	130	جعلني أتبنى رأي من يعجبني من المتخصصين في مجال تنمية المهارات الإعلامية
9	84.0	.672	2.52	10.0	20	28.0	56	62.0	124	الاندماج و التأثير بالشخصيات التي أتابعها

توضح البيانات السابق عرضها التأثيرات المتحققة للمبحوثين نتيجة متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم الإعلامية؛ فذكروا "عززت آرائني من خلال مناقشاتي مع الآخرين" في المرتبة الأولى بنسبة (92,7%)، ثم كل من "عرفتني بأحداث القضايا المرتبطة بمجال تنمية المهارات الإعلامية" و"ساعدتني على سرعة تذكر المضمون الذي شاهدته لتنمية المهارات" في المرتبة الثانية بنسبة (92%)، وأخيراً "الاندماج و التأثير بالشخصيات التي أتابعها" بنسبة (84%).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة (أرين كاربنسكي، 2010) (77) التي أكدت أن الأشخاص الذين يقضون وقتاً أطول على الإنترنت يخصصون وقتاً أقصر للدراسة مشيراً إلى أن لكل جيل اهتمامات تجذبه، وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم "الدردشة"، وحل الفوازيير، وإبداء رأيه في كثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدام . وأضافت أن (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إدمانهم لموقع الفيس بوك أثر سلبياً على تحصيلهم الدراسي، كما تدنت درجاتهم في الامتحانات. وكذلك دراسة (هشينج شو وآخرون، 2011) (78) التي أوضحت أن العوامل النفسية (أساليب الاتصال الفردية) والهيكلية (شبكة صداقة موجودة من قبل) لها دلالات تأثيرية حول أسلوب خلق المتعلمين لشبكات اجتماعية للتعليم التعاوني، وأن الشبكات الاجتماعية في مجتمع CSCL ذات دلالة تأثيرية على أداء الفرد.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
 (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)



شكل رقم (15)

التأثيرات المتحققة للمبجوثين نتيجة متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم الإعلامية

جدول رقم (16)

المقياس العام حول التأثيرات المتحققة للمبجوثين نتيجة متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم الإعلامية

ك	%	المقياس العام حول التأثيرات المتحققة للمبجوثين نتيجة متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم الإعلامية
44	22	متوسطة
156	78	متعددة
200	100	الإجمالي
مؤشرات إحصائية (ك2: 62.720 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

المقياس العام حول التأثيرات المتحققة للمبجوثين نتيجة متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم الإعلامية ؛ فكانت "متعددة" بنسبة (78%)، ثم "متوسطة" بنسبة (22%).

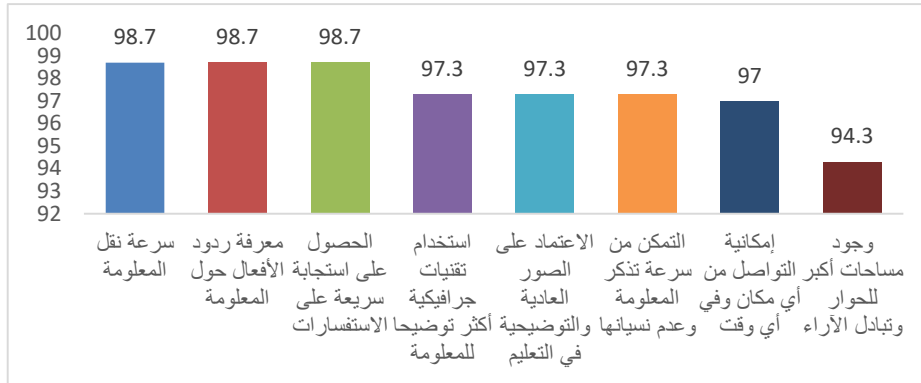
- العناصر التي تجذب المبجوثين في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي:

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (17)
العناصر التي تجذب المبحوثين في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	98.7	.196	2.96	-	-	4.0	8	96.0	192	سرعة نقل المعلومة
1	98.7	.208	2.96	-	-	4.5	9	95.5	191	معرفة ردود الأفعال حول المعلومة
1	98.7	.196	2.96	-	-	4.0	8	96.0	192	الحصول على استجابة سريعة على الاستفسارات
2	97.3	.338	2.92	2.0	4	4.0	8	94.0	188	استخدام تقنيات جرافيكية أكثر توضيحا للمعلومة
2	97.3	.272	2.92	-	-	8.0	16	92.0	184	الاعتماد على الصور العادية والتوضيحية في التعليم
2	97.3	.272	2.92	-	-	8.0	16	92.0	184	التمكن من سرعة تذكر المعلومة وعدم نسيانها
3	97.0	.280	2.91	-	-	8.5	17	91.5	183	إمكانية التواصل من أي مكان وفي أي وقت
4	94.3	.377	2.83	-	-	17.0	34	83.0	166	وجود مساحات أكبر للحوار وتبادل الآراء

توضح البيانات السابق عرضها العناصر التي تجذب المبحوثين في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا كل من "سرعة نقل المعلومة" و"معرفة ردود الأفعال حول المعلومة" و"الحصول على استجابة سريعة على الاستفسارات" في المرتبة الأولى بنسبة (98,7%)، ثم كل من "استخدام تقنيات جرافيكية أكثر توضيحا للمعلومة" و"الاعتماد على الصور العادية والتوضيحية في التعليم" و"التمكن من سرعة تذكر المعلومة وعدم نسيانها" في المرتبة الثانية بنسبة (97,3%)، وأخيراً "وجود مساحات أكبر للحوار وتبادل الآراء" بنسبة (94,3%).



شكل رقم (16)

العناصر التي تجذب المبحوثين في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (18)

المقياس العام حول العناصر التي تجذب المبحوثين في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

ك	%	المقياس العام حول العناصر التي تجذب المبحوثين في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي
4	2	متوسطة
196	98	متعددة
200	100	الإجمالي
مؤشرات إحصائية (كا2: 184.320 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول العناصر التي تجذب المبحوثين في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فكانت "متعددة" بنسبة (98%)، ثم "متوسطة" بنسبة (2%). تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (184.320)، عند درجة حرية (1)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث العناصر التي تجذبهم في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.

- أشكال تفاعل المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت:

جدول رقم (19)

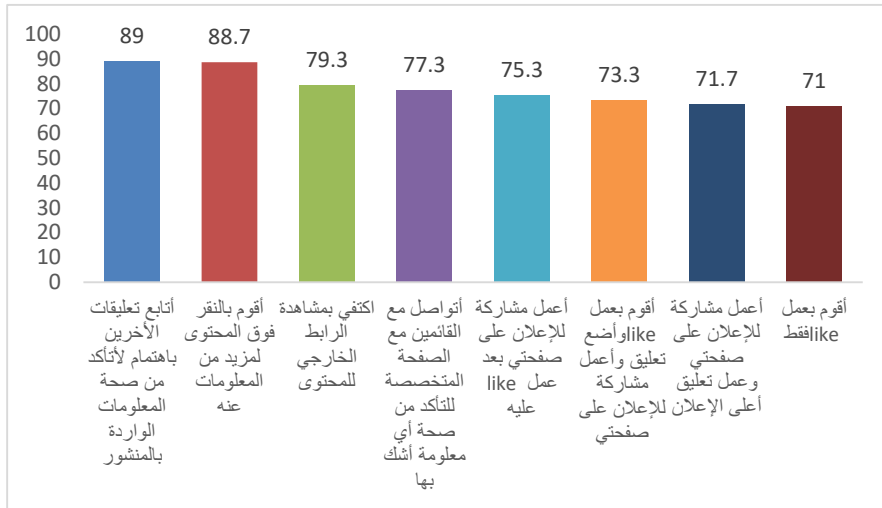
أشكال تفاعل المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	89.0	.550	2.67	4.0	8	25.0	50	71.0	142	أتابع تعليقات الآخرين باهتمام لأتأكد من صحة المعلومات الواردة بالمنشور
2	88.7	.477	2.66	-	-	34.5	69	65.5	131	أقوم بالنقر فوق المحتوى لمزيد من المعلومات عنه
3	79.3	.615	2.38	7.0	14	47.5	95	45.5	91	أكتفي بمشاهدة الرابط الخارجي للمحتوى
4	77.3	.763	2.32	18.0	36	31.5	63	50.5	101	أتواصل مع القائمين مع الصفحة المتخصصة للتأكد من صحة أي معلومة أشك بها
5	75.3	.745	2.26	18.0	36	38.0	76	44.0	88	أعمل مشاركة للإعلان على صفحتي بعد عمل like عليه
6	73.3	.802	2.20	24.0	48	32.0	64	44.0	88	أقوم بعمل like وأضع تعليق وأعمل مشاركة للإعلان على
7	71.7	.784	2.15	24.0	48	36.5	73	39.5	79	أعمل مشاركة للإعلان على صفحتي وعمل تعليق أعلى الإعلان
8	71.0	.704	2.13	19.0	38	49.0	98	32.0	64	أقوم بعمل like فقط
9	69.3	.732	2.08	23.0	46	46.0	92	31.0	62	أقوم بعمل like وأضع تعليق

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة

توضح البيانات السابق عرضها أشكال تفاعل المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت؛ فذكروا "أتابع تعليقات الآخرين باهتمام لتأكد من صحة المعلومات الواردة بالمنشور" في المرتبة الأولى بنسبة (89%)، ثم "أقوم بالنقر فوق المحتوى لمزيد من المعلومات عنه" في المرتبة الثانية بنسبة (88,7%)، وأخيراً "أقوم بعمل like وأضع تعليق" بنسبة (69,3%).

تتسق هذه النتيجة مع دراسة (كريستوفر بروت، 2009⁷⁹) التي أوضحت تأكيد اتجاه ورغبة المبحوثين (المستخدمين) في الخصوصية وأن هذه الرغبة تؤثر على السلوك الفعلي مثل مشاركة المحتوى. كما أشارت نتائج المقابلات إلى وضع تعريف خاص بالخصوصية، وأن قيمة خصوصية المعلومات تتغير اعتماداً على السياق، وأن قانون الخصوصية يتطلب من مستخدمي الفيسبوك facebook الاحترام والاحتفاظ بخصوصية الآخرين من مستخدمي الفيسبوك facebook .



شكل رقم (17)

أشكال تفاعل المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (20)

المقياس العام حول أشكال تفاعل المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت

المقياس العام حول أشكال تفاعل المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت	ك	%
محدودة	16	8
متوسطة	88	44
متعددة	96	48
الإجمالي	200	100
مؤشرات إحصائية (كا2: 58.240 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول أشكال تفاعل المبحوثين عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت؛ فكانت "متعددة" بنسبة (48%)، ثم "متوسطة" بنسبة (44%)، وأخيراً "محدودة" بنسبة (8%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (58.240)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث أشكال تفاعلهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت.

– التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (21)

التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
				ك	%	ك	%	ك	%	
1	95.3	.348	2.86	-	-	14.0	28	86.0	172	أمتلك الخبرة التي تمكنني من الحكم السليم على صحة المعلومات المنشورة عن المجال الإعلامي لكوني طالباً بإحدى كليات الإعلام بدولة الإمارات المتحدة
1	95.3	.353	2.86	-	-	14.5	29	85.5	171	أشعر بالتقارب بيني وبين غيري من متابعة تعليقات القراء على المحتوى

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

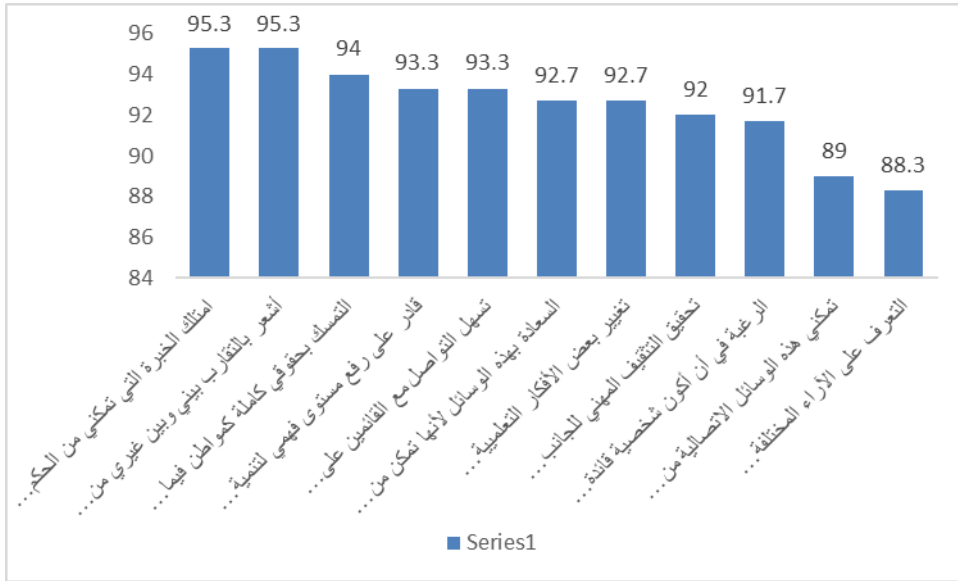
المنشور										
التمسك بحقوقه كاملة كمواطن فيما يتعلق بالحق في الحصول على معلومات صحيحة ودقيقة عبر هذه الوسائل في الشأن التعليمي الذي يجمع بين التعليمي والمهني	2	94.0	.434	2.82	2.0	4	14.0	28	84.0	168
قادر على رفع مستوى فهمي لتنمية مهاراتي في المجال الإعلامي لتزويدها لي بالمعلومات لطبيعة المجال الإعلامي	3	93.3	.401	2.80	-	-	20.0	40	80.0	160
تسهيل التواصل مع القائمين على تقديم المحتوى المهني للجانب الإعلامي ومديري الصفحة	3	93.3	.401	2.80	-	-	20.0	40	80.0	160
السعادة بهذه الوسائل لأنها تمكن من متابعة المحتوى في المكان والتوقيت المناسب	4	92.7	.415	2.78	-	-	22.0	44	78.0	156
تغيير بعض الأفكار التعليمية المغلوبة عن المادة التعليمية والمادة المهنية للمجال الإعلامي	4	92.7	.464	2.78	2.0	4	18.5	37	79.5	159
تحقيق التثقيف المهني للجانب الإعلامي بطبيعة الأفكار المرتبطة بالمجال الإعلامي على أرض الواقع	5	92.0	.473	2.76	2.0	4	20.0	40	78.0	156
الرغبة في أن أكون شخصية قائدة تقدم محتوى مهني جيد للجانب الإعلامي مثل ما أتابعه	6	91.7	.431	2.75	-	-	24.5	49	75.5	151
تمكني هذه الوسائل الاتصالية من سرعة التذكر للمحتوى التعليمي ودكجة مع الجانب التنموي لمهارات المجال الإعلامي	7	89.0	.470	2.67	-	-	32.5	65	67.5	135
التعرف على الآراء المختلفة بخصوص تنمية المهارات في المجال الإعلامي عبر تعليقات القراء	8	88.3	.478	2.65	-	-	35.0	70	65.0	130

توضح البيانات السابق عرضها التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "أمتلك الخبرة التي تمكني من الحكم السليم على صحة المعلومات المنشورة عن المجال الإعلامي لكوني طالبًا بإحدى كليات الإعلام بدولة الامارات المتحدة" و"أشعر بالتقارب

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

بيني وبين غيري من متابعة تعليقات القراء على المحتوى المنشور" في المرتبة الأولى بنسبة (95,3%) لكل منهما، ثم "التمسك بحقوقى كاملة كمواطن فيما يتعلق بالحق في الحصول على معلومات صحيحة ودقيقة عبر هذه الوسائل في الشأن التعليمي الذي يجمع بين التعليمي والمهني" في المرتبة الثانية بنسبة (94%)، وأخيراً "التعرف على الآراء المختلفة بخصوص تنمية المهارات في المجال الإعلامي عبر تعليقات القراء" بنسبة (88,3%).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة (فاليري باركر، 2008)⁽⁸⁰⁾ التي أكدت أن المبحوثين يستخدمون شبكات المواقع الاجتماعية بدافع طقوسي، مثل تمضية الوقت والهروب من أجل الاسترخاء. وأن المبحوثين لا يشعرون بالأمان من خلال المواجهة وجهاً لوجه والتعبير عن الهوية من خلال تلك الشبكات باعتبارها تعويضاً اجتماعياً social compensation.



شكل رقم (18)

التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (22)

المقياس العام حول التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي

ك	%	المقياس العام حول التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي
32	16	متوسطة
168	84	متعددة
200	100	الإجمالي
مؤشرات إحصائية (كا2: 92.480 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

تشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي؛ فكانت "متعددة" بنسبة (84%)، ثم "متوسطة" بنسبة (16%).

تنسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (92.480)، عند درجة حرية (1)، ومستوى معنوية (0.000)؛ الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث التأثيرات الناتجة عن متابعتهم لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي.

– السلبيات التي وجدها المبحوثون في أثناء متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي:

جدول رقم (32)

السلبيات التي وجدها المبحوثون في أثناء متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

ك	%	السلبيات التي وجدها المبحوثون في أثناء متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي
50	25	التأخر في الحصول على المعلومة
46	23	التعليقات السلبية وغير مشجعة
25	12,5	طغيان الجانب المادي على الجانب الفكري والتنقيفي
25	12,5	عدم الوضوح بالخبر
25	12,5	عدم دقة بعض المعلومات
25	12,5	كثرة الشائعات والأخبار المغلوطة
4	2	نشر معلومات من مصادر غير موثوقة
200	100	الإجمالي

توضح البيانات السابق عرضها السلبيات التي وجدها المبحوثون في أثناء متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "التأخر في الحصول على المعلومة" في المرتبة الأولى بنسبة (25%) لكل منهما، ثم

"التعليقات السلبية وغير مشجعة" في المرتبة الثانية بنسبة (23%)، وأخيراً "نشر معلومات من مصادر غير موثوقة" بنسبة (2%).

تتسق هذه النتيجة مع دراسة (أرين كاربنسكي، 2010) (81) التي أكدت أن (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إيمانهم لموقع الفيس بوك أثر سلبياً على تحصيلهم الدراسي، كما تددت درجاتهم في الامتحانات.

ثانياً: التحقق من صحة فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي وأشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت

جدول رقم (33)

العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي وأشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي
دال	0.000	**0.278	أشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت
			إجمالي العينة (ن)
			200

تكشف بيانات الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي وأشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.278)، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يشير أنه كلما ارتفع معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، تعددت أشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رؤية المبحوثين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي ومدى اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (34)

العلاقة بين رؤية المبحوثين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي ومدى اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	رؤية المبحوثين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي
دال	0.000	**0.529	مدى اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي
200			إجمالي العينة (ن)

تكشف بيانات الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رؤية المبحوثين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي ومدى اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.529****)، عند مستوى معنوية (**0.000**)؛ مما يشير أنه كلما ارتفعت رؤية المبحوثين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي، ارتفع مدى اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي ودوافع اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

جدول رقم (35)

العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي ودوافع اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي
دال	0.000	**0.179	دوافع اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي
200			إجمالي العينة (ن)

تكشف بيانات الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي ودوافع اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الجانب الإعلامي ودوافع اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.179^{**})، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يشير أنه كلما ارتفع مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي، زادت دوافع اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي وأشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت

جدول رقم (36)

العلاقة بين دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي وأشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي
دال	0.000	0.437^{**}	أشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت
200			إجمالي العينة (ن)

تكشف بيانات الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي وأشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.437^{**})، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يشير أنه كلما تعددت دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي، زادت أشكال تفاعلهم على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأساليب التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي والتأثيرات الناتجة عن متابعتهم لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (37)

العلاقة بين الأساليب التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي والتأثيرات الناتجة عن متابعتهم لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	الأساليب التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي والتأثيرات الناتجة عن متابعتهم لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي
دال	0.000	**0.353	
200			إجمالي العينة (ن)

تكشف بيانات الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأساليب التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي والتأثيرات الناتجة عن متابعتهم لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.353)، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يشير أنه كلما تعددت الأساليب التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي، ارتفعت التأثيرات الناتجة عن متابعتهم لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع – الفرقة الدراسية – الدخل الشهري- ملكية السكن

جدول رقم (38)

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع – الفرقة الدراسية – الدخل الشهري- ملكية السكن

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	مدى اعتماد عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي والمتغيرات الديموجرافية	النوع
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار					
0.000 دال	198	ت= 2.714	.382	1.18	80	ذكور	
			.549	1.37	120	إناث	
0.000 دال	3 196	ف= 7.345	.496	1.61	33	الأولي	الفرقة الدراسية
			.552	1.30	87	الثانية	
			.390	1.18	44	الثالثة	
			.319	1.11	36	الرابعة	
			.497	1.29	200	الإجمالي	

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	مدى اعتماد عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي المتغيرات الديموغرافية
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				
0.000 دال	2 197	ف= 24.192	.000	1.00	26	أقل من الف دينار
			.616	1.62	58	من الف دينار إلي أقل من 3 الاف دينار
			.394	1.19	116	من 3 الاف دينار فأكثر
			.497	1.29	200	الإجمالي
0.001 دال	198	ت= 3.299	.484	1.37	136	تمليك
			.488	1.13	64	إيجار

تكشف بيانات الجدول السابق عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي والمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في النوع - الفرقة الدراسية - الدخل الشهري- ملكية السكن؛ فيما يتعلق بالنوع، بلغت قيمة ت (2.714)، عند مستوى معنوية (0.000)، وكانت الفروق لصالح الإناث ثم الذكور، وحول الفرقة الدراسية، بلغت قيمة ف (7.345)، عند مستوى معنوية (0.000)، وكانت الفروق لصالح طلاب الفرقة الأولى، ثم الثانية، وأخيرًا الرابعة. وحول الدخل الشهري، بلغت قيمة ف (24.192)، عند مستوى معنوية (0.000)، وكانت الفروق لصالح من يتراوح دخلهم بين "1000 و3000 دينار"، ثم من يزيد دخلهم عن "3000 دينار"، وأخيرًا من يقل دخلهم عن "1000 دينار". وبالنسبة لملكية السكن، بلغت قيمة ت (3.299)، عند مستوى معنوية (0.001)، وكانت الفروق لصالح "ساكني التمليك"، ثم "ساكني الإيجار".

تتنسق هذه النتيجة مع دراسة (جي. إن تيو وآخرون، 2009)⁸² التي توصلت في أهم نتائجها إلى أن النساء أكثر تبنياً واستخداماً للفيس بوك facebook بنسبة 52,1%. وأن الفيسبوك facebook أكثر المواقع الاجتماعية استخداماً بنسبة 88%. وأضافت أنه كلما زادت نسبة الأصدقاء المستخدمين للفيس بوك facebook، زادت الرغبة في استخدام الموقع أكثر من المواقع الاجتماعية الأخرى، أي أن الأصدقاء لهم تأثير، وأن التفاعل الاجتماعي social interaction خاصة مهمة في استخدام الشبكات الاجتماعية.

أهم نتائج الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على تأثيرات استخدام الطلاب الإماراتيين لوسائل التواصل الاجتماعي في مجال تنمية مهاراتهم الإعلامية. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

حول حدود استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، أجاب جميع أفراد العينة (100%) بأنهم يستخدمون وسائل التواصل "دائمًا". ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء هدف شبكات التواصل الاجتماعي في خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع واحد، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم، وتتفق لغتهم التقنية.

يختلف توقيت استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي؛ فكان "أكثر من سنتين" في المرتبة الأولى بنسبة (96%)، ثم كل من "أقل من سنة" و"من سنة إلى سنتين" بنسبة (2%) لكل منهما.

يختلف معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "أتصفحها أكثر من مرة خلال اليوم" في المرتبة الأولى بنسبة (89,5%)، ثم كل من "أتصفحها مرة واحدة يوميًا بنسبة (8,5%)، وأخيرًا "أتصفحها خمس مرات أسبوعيًا" بنسبة (2%).

يختلف مدى اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "بدرجة كبيرة" في المرتبة الأولى بنسبة (73%)، ثم "بدرجة متوسطة" بنسبة (25%)، وأخيرًا "بدرجة ضعيفة" بنسبة (2%). ويفسر الباحث هذه النتيجة في ضوء المميزات التي تتميز بها شبكات التواصل الاجتماعي عن غيرها من حيث العالمية والتفاعلية والتنوع وسهولة الاستخدام، وأيضًا شعور الفرد في هذا المجتمع الافتراضي بأنه عضو فعال، أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك، ويسمع ويتحدث، حيث تجاوز الدور السلبي من الاستماع والإطلاع فقط. كما يشير ذلك إلى موافقة المبحوثين على استخدام الشبكات الاجتماعية في عملية التطوير والتعلم الذاتي، حيث نجد أن معظم التوجهات التربوية المعاصرة تدعو إلى كثير من الاتجاهات ومنها تزايد الاهتمام بدمج الوسائل التعليمية المعتمدة على الحاسوب في التعليم واستخدام التقنيات التفاعلية المتقدمة مثل الوسائط المتعددة والواقع الافتراضي، وهذا يعني أنه يجب على القائمين على العملية التعليمية توجيه الطلاب نحو استخدام تلك الشبكات الاجتماعية فيما يساعدهم على التطوير الذاتي واكتساب المهارات التقنية والبحث عن معلومات وتبادلها مع من لهم نفس الاهتمامات والتوجهات.

يختلف عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في متابعة وسائل التواصل لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي بشكل يومي؛ فذكروا "من ساعة حتى ثلاث ساعات" في المرتبة الأولى بنسبة (39%)، ثم "من ثلاث ساعات حتى خمس ساعات" بنسبة (27%)، وأخيرًا "أقل من ساعة" بنسبة (12,5%).

تتنوع وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "الإنستجرام" في المرتبة الأولى بنسبة (95%)، ثم

"سناشات" في المرتبة الثانية بنسبة (94%)، وأخيرًا "الفيس بوك" بنسبة (45,3%). وبذلك يتضح أن الفيس بوك والإنستجرام يعدان في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام بالنسبة للطلاب عينة الدراسة، ويرجع ذلك إلى أن الموقعان يعدلان ويطوران من الطريقة التي تسمح للأفراد بوضع تفاصيل خاصة بهم تميزهم، حيث تم تطويرهما ليسمح للمستخدمين بخلق ملامح شخصية لهم، وإرسال صور ورسائل، كما يعد الموقعان آمنين، يتمتعان بميزة الخصوصية، حيث يمكننا مستخدميهن من وضع صورهم ومعلوماتهم الشخصية على هذا الموقع، مع توفير عديد من أساليب الخصوصية.

تتنوع أساليب التفاعل التي يستخدمها المبحوثون في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "متابعة الأصدقاء في الجروبات لمعرفة ما هو جديد في تنمية المهارات الإعلامية" في المرتبة الأولى بنسبة (84,3%)، ثم "المشاركة في المحاضرات التعليمية في المجال الإعلامي على الإنترنت" في المرتبة الثانية بنسبة (81,3%)، وأخيرًا "المشاركة في الدورات الإعلامية التابعة لجهات خاصة في المجال الإعلامي على الإنترنت" بنسبة (73,7%).

تتعدد دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "لمتابعة كل ما هو جديد بخصوص وسائل تنمية المهارات التعليمية التي يتم متابعتها بكل سهولة" و"التعرف على الأسئلة الجديدة المرتبطة بوسائل تنمية المهارات التعليمية" في المرتبة الأولى بنسبة (96%) لكل منهما، ثم "زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات العلمية المرتبطة بوسائل تنمية المهارات التعليمية" في المرتبة الثانية بنسبة (94,7%)، وأخيرًا "لأن الآخرين يستخدمونه" بنسبة (83%).

تتنوع التأثيرات المتحققة للمبحوثين نتيجة متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم الإعلامية؛ فذكروا "عززت آرائني من خلال مناقشاتي مع الآخرين" في المرتبة الأولى بنسبة (92,7%)، ثم كل من "عرفتني بأحداث القضايا المرتبطة بمجال تنمية المهارات الإعلامية" و"ساعدتني على سرعة تذكر المضمون الذي شاهدته لتنمية المهارات" في المرتبة الثانية بنسبة (92%)، وأخيرًا "الاندماج و التأثير بالشخصيات التي أتابعها" بنسبة (84%).

تتعدد العناصر التي تجذب المبحوثين في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا كل من "سرعة نقل المعلومة" و"معرفة ردود الأفعال حول المعلومة" و"الحصول على استجابة سريعة على الاستفسارات" في المرتبة الأولى بنسبة (98,7%)، ثم كل من "استخدام تقنيات جرافيكية أكثر توضيحًا للمعلومة" و"الاعتماد على الصور العادية والتوضيحية في التعليم" و"التمكن من سرعة تذكر المعلومة وعدم نسيانها" في المرتبة الثانية بنسبة (97,3%)، وأخيرًا "وجود مساحات أكبر للحوار وتبادل الآراء" بنسبة (94,3%).

تختلف أشكال تفاعل المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم للجانب الإعلامي مع المحتوى التدريبي التعليمي المنشور عبر الإنترنت؛ فذكروا "أتابع تعليقات الآخرين باهتمام لأتأكد من صحة المعلومات الواردة بالمشور" في المرتبة الأولى بنسبة (89%)، ثم "أقوم بالنقر فوق المحتوى لمزيد من المعلومات عنه" في المرتبة الثانية بنسبة (88,7%)، وأخيراً "أقوم بعمل like وأضع تعليق" بنسبة (69,3%).

تتنوع التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين لأساليب تنمية مهاراتهم في المجال الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "أمتلك الخبرة التي تمكني من الحكم السليم على صحة المعلومات المنشورة عن المجال الإعلامي لكوني طالباً بإحدى كليات الإعلام بدولة الإمارات المتحدة" و"أشعر بالتقارب بيني وبين غيري من متابعة تعليقات القراء على المحتوى المنشور" في المرتبة الأولى بنسبة (95,3%) لكل منهما، ثم "التمسك بحقوقى كاملة كمواطن فيما يتعلق بالحق في الحصول على معلومات صحيحة ودقيقة عبر هذه الوسائل في الشأن التعليمي الذي يجمع بين التعليمي والمهني" في المرتبة الثانية بنسبة (94%)، وأخيراً "التعرف على الآراء المختلفة بخصوص تنمية المهارات في المجال الإعلامي عبر تعليقات القراء" بنسبة (88,3%).

تتعدد السلبيات التي وجدها المبحوثون في أثناء متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي لتنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي؛ فذكروا "التأخر في الحصول على المعلومة" في المرتبة الأولى بنسبة (25%) لكل منهما، ثم "التعليقات السلبية وغير مشجعة" في المرتبة الثانية بنسبة (23%)، وأخيراً "نشر معلومات من مصادر غير موثوقة" بنسبة (2%).

توصيات الدراسة:

تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات، تتحدد على النحو التالي:

- 1- استهداف طلاب الإعلام بحملات توعية وورش عمل تهدف إلى رفع مستوى إدراكهم حول التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي لتنمية المهارات الإعلامية.
- 2- ضرورة توجيه الطلاب نحو الاستخدام الأمثل لشبكة الإنترنت، مع وضع قواعد وضوابط ووسائل تكنولوجية حديثة لمراقبة المواقع الممنوعة والهدامة لإبداعات الطلاب.
- 3- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنتائج البحوث والدراسات لتطويرها بشكل صحيح والاستفادة منها.

- 4- مراعاة الشفافية في نشر الخبر والعمل على إصدار محتوى عن طريق الطلاب ونشره على هذه المواقع.
- 5- انشاء قسم للإعلام الرقمي يتم ادارته من قبل طلاب الكلية ويكون به تدريب ميداني على مدار سنوات الدراسة، ويكون مسؤولاً عن جميع التغطيات الإعلامية والبرامج التي تقدمها الكلية.
- 6- استخدام كافة وسائل التواصل لاضافة المتعة الى العملية التعليمية ونعرف مدى تأثير كل طالب على متابعيه او دوره كإعلامي، مع تثقيف الطلاب حول حقوقهم وواجباتهم.
- 7- عمل جروبات مشتركة تحوي جوانب مختلفة تنمي وتزيد الوعي المجتمعي في عدة مجالات منها الديني والاجتماعي والنفسي والصحي والإقتصادي، مع تنظيم مؤتمرات ليتم تدريب طلاب الإعلام على الخطاب في أي مؤتمر لتنمية لغة الجسد و طريقه قراءه الخطاب.
- 8- الاهتمام بإسهامات الشباب بوجه عام وخاصة طلاب الجامعات في شبكات التواصل الاجتماعي، باعتبارها تشير إلى طرق حديثة في التفكير حول دور التعليم بالنسبة لفرص التعلم المتاحة من خلال تلك الشبكات والنظر إلى العملية التعليمية على إنها عملية إرشادية توجه الشباب إلى المشاركة في الحياة العامة إلى جانب الاستعداد للعمل والتأهيل المستقبلي.
- 9- وضع فلسفة وإستراتيجية جديدة يقوم عليها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التعليم والتعلم، لما لها من دور هام في التنمية الذاتية لدى الشباب من حيث التعبير عن الذات والتواصل مع الأصدقاء والأقارب والتعلم الذاتي واكساب مهارات تقنية.
- 10- تدريب الطلاب على مهارات الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والشبكات الإلكترونية خاصة في تعميق المواد الدراسية، والبحث العلمي .
- 11- إجراء دراسات على مجتمعات مختلفة منها مجتمع طلبة المراحل الأساسية في المدارس، وفحص مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير العملية التعليمية.

هوامش الدراسة

- (1) نرمين عبد السلام محمد حسن، "العلاقة بين قوالب تحرير الأشكال الإخبارية وفهم وتذكر القراء للمحتوى"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016، ص ص 103: 104.
- (2) حسنى عوض، "أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب: تجربة مجلس شبابي معلا أنموذجاً"، مجلة المشاركة للعلوم الإنسانية، الشارة، الإمارات العربية المتحدة، 2012
- (3) ديمة المقرن، "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم"، مجلة المعرفة، 2014
http://almarefh.net/show_content_sub.php?CUV=399&Model=M&SubModel=1
8&1643&ShowAll=On ID= (2014-10-24 - الساعة 8 مساءً) 3
- (4) دعاء سالم فتحي، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكساب طلاب الاعلام التربوي، مهارات التعلم الذاتي Self-learning"، مجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام جامعة القاهرة، المجلد 2016 العدد 54، ص 348.
- (5) شبكات التواصل الاجتماعي، مؤتمر حلول التعليم، الاكاديمية العربية للتعليم الالكتروني والتدريب، دبي، 2013.
- (6) دراسة ايناس صلاح محمود (2021) "أثر التفاعل بين إستراتيجية التشارك ونمط الأسلوب المعرفي للمتعلم في بيئة التعلم الإلكتروني على تنمية مهارات إنتاج الإنفوجرافيك التعليمي لطلاب تكنولوجيا التعليم". مجلة بحوث عربية في مجالات التربية النوعية، رابطة التربويين العرب، العدد 21، ص 161-204
- (7) دراسة امل شعبان أحمد (2020). "فاعلية شبكات التواصل الإلكتروني باستخدام المدونات التعليمية في تنمية مهارات الإنترنت لدى طلاب المرحلة الإعدادية"، مجلة التربية، جامعة الأزهر - كلية التربية، ع185، ج3، ص ص 935 - 981.
- (8) دراسة ايناس محمد الحسيني مندور (2020). "إستراتيجيات التعلم التشاركي وتأثيرها في تنمية مهارات التواصل وإنتاج مصادر التعلم الرقمية لدى طلاب تكنولوجيا التعليم". مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، العدد 30، كلية التربية للنوعية، جامعة المنيا.
- (9) شيماء صبرى عبدالحميد وآخرين (2019)، "استخدام طلاب الإعلام التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز مهارات الاتصال لديهم". مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة، ع52، مصر يوليو 2019، ص ص 113 - 154
- (10) نورة بنت مرزوق عواض الحارثي (2019). "فاعلية استخدام الإنفوجرافيك التعليمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على تنمية بعض المهارات العملية في الحاسب الآلي لدى طالبات الصف الثاني المتوسط". مجلة البحث العلمي في علوم التربية، جامعة عين شمس - كلية البنات للاداب والعلوم والتربية، ع20، ج7، مصر 2019، ص ص 39 - 506.
- (11) نادية مصطفى أحمد (2019)، "استخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية"، مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس
- (12) راغب مختار محمد أبو النجار، تصميم بيئة تدريب قائمة على الدمج بين المحاكاة التفاعلية ومصادر التعلم المفتوحة المصدر لتنمية المهارات الإدارية لدى القيادات الوسطى بالتربية والتعليم بالدقهلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة المنصورة، 2018.
- (13) Hanan Salah Eldeen. "Reinforcing Moderation: University Instructors Role in Incorporating Social Networks to Promote Critical Thinking Among Female Umm AI-Qura Students"، مجلة كلية التربية لعلوم التربية، جامعة عينش شمس

- (14) أحمد بن عيد العزيز المبارك, "أثر التدريس باستخدام الفصول الافتراضية عبر الشبكة العالمية الإنترنت على تحصيل طلاب كلية التربية في تقنيات التعليم والاتصال بجامعة الملك سعود", رسالة ماجستير غير منشورة, قسم وسائل وتكنولوجيا التعليم, كلية التربية, جامعة الملك سعود, 2016.
- (15) دعاء فتحي سالم, "دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكساب طلاب الاعلام التربوي مهارات التعلم الذاتي Self-learning", المقالة 7, المجلد 2016, العدد 54, الشتاء 2016, الصفحة 432.-347
- (16) Anastasia Kitsantas ,Nada Dabbagh, "Personal Learning Environments, social media, and self-regulated learning: A natural formula for connecting formal and informal learning", **The Internet and Higher Education**, Vol(15), No (1), January 2014, p. 3-8
- (17) Baiyun Chen, Thomas Bryer, Investigating instructional strategies for using social media in formal and informal learning, **The International Review of Research in Open and Distributed Learning**, Vol(13),No(1), January 2013
- (18) Christine Redecker, Kirsti Ala-Mutka, Learning 2.0 "The Impact of Social Media on Learning in Europe",2010. <http://www.ict-21.ch/com-ict/IMG/pdf/learning-2.0-EU-17pages-JRC56958.pdf>
- (19) Terry Kind, Gillian Genrich, "Social media policies at Us medical schools", Med Educ Online,2010 Sep 15 <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20859533>
- (20) Catherine McLoughlin, Mark J. W. Lee, "Personalised and Self Regulated Learning In the web2.0 Era: International Exemplars Of Innovative Pedagogy Using Social Software", An Outstanding Paper Award recipient, ascilite Auckland 2010 Conference, Australian Catholic University, **Australasian Journal of Educational Technology**, Vol 26, No 1, 2010,pp.28-43
- (21) Sarah Lewis, Roy Pea. "Beyond participation to co-creation of meaning: mobile social media in generative learning communities", New York University, **Social Science Information**, 2010
- (10) Aren, Karbiniski, "**Facebook and the technology revolution**", N,Y, Spectrum Puplications, 2010
- (23) Sarah Lewis,Roy Pea Beyond participation to co-creation of meaning: mobile social media in generative learning communities, New York University, **Social Science Information**, 2010.
- (24) R.J-C.Chu,C-C.Tsai, "Self-directed learning readiness, Internet self-efficacy and preferences towards constructivist Internet-based learning environments among higher-aged adults", **Journal of Computer Assisted Learning**, Vol. (25), Issue 5, October 2009. p. 489-501.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- (25) Walsh, Paul, Study finds educational value to Facebook, Myspace, submitted by scripps howard news service publication, www.scrippnews.com/node/34159.6/20/2008
- (26) Valerie Barker, "Older Adolescents' Motivations for Use of Social Networking Sites: The Influence of Group Identity and Collective Self-esteem", **Paper Presented at the annual meeting of the International Communication Association**, TBA, Montreal, Quebec, Canada, 2008
- (27) Kristine Johnson, "Audience Use Of New Media Applications on NPR.ORG: an exploratory study", **PHD**, The Florida State University, 2011, p 11.
- (28) Stephen W- LittleJohn, "**Theories of Human communication**", 7th ed. (London, Wadsworth Thomson Learnin, 2002, p.323.
- (24) عاطف عدلي العبد عبيد، "نظريات الإعلام والرأي العام: الأسس العلمية والتطبيقات العربية"، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص 202.
- (25) نهي عاطف عدلي العبد، "دراسات في الإعلام الفضائي، في ضوء النظريات المعاصرة"، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص 14.
- (31) Kevin Williams, "**Understanding Media Theory**", Arnold publisher, London, 2003. p.177.
- (27) صالح خليل، "الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة"، ط1، دار آرام للنشر والتوزيع، عمان، 1995، ص 77.
- (33) Kristine Johnson, "Imagine This: Radio Revisited Through Podcasting", **Master degree**, University of Texas, 2007, P.15.
- (29) علاء محمد عبد العاطي، "التفاعلية بين أطراف العملية الاتصالية عبر المنتديات الإلكترونية في مملكة البحرين: دراسة تحليلية مقارنة للمنتديات الليبرالية والمستقلة والدينية"، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، إبريل- يونيو، 2015، ص 181.
- (30) حسني محمد نصر، "الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية"، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات، 2003، ص 13.
- (31) محمود علم الدين، "الإعلام الرقمي الجديد: البيئة والوسائل"، السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص 68.
- (37) Ali Dhumayan Alanazi, "The Use Of The Smartphones as a Resource For News Among Saudi Arabian Students In The United States", **PHD**, Indiana University of Pennsylvania, 2014, p 18.
- (38) David L. Swanson, "Gratification Seeking, Media Exposure, & Audience Interpretation; Some Direction for Research", **Journal Of broadcasting**, 1987, Vol.31, No.3, P.242
- (34) حسن عماد مكوي، "نظريات الإعلام"، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 163-164
- (35) بسبوني إبراهيم حمادة، "دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام"، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 128.
- (36) أسما حسين حافظ، "تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي"، ط1، توزيع الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 185-186.
- (37) بسبوني إبراهيم حمادة، "دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام"، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 120-122

- (43) Jennifer Bonds-Raacke, John Raacke, "MySpace and Facebook: Identifying Dimensions of Uses and Gratifications for Friend Networking Sites", **Individual Differences Research**, Vol. 8, 2010, No. 1, p. 28.
- (39) ريم إسماعيل عبود, "استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها", رسالة ماجستير غير منشورة, قسم الإذاعة والتلفزيون, كلية الإعلام, جامعة القاهرة, 2004, ص60.
- (40) صفا فوزي, علي محمد عبد الله, "استخدامات الأسر المصرية للسلسلات العربية التي يعرضها التلفزيون المصري وتأثيراتها عليهم: دراسة في إطار مدخل الاستخدامات والتأثيرات", رسالة دكتوراه غير منشورة, كلية الإعلام, جامعة القاهرة, 2007, ص138.
- (46) مصطفى صابر محمد عطية النمر, "التماس المصريين المغتربين في دول الخليج العربي للمعلومات الاقتصادية عن مصر من خلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وانعكاساته على إدارهم الدولار", **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**, قسم الإذاعة والتلفزيون, كلية الإعلام, المجلد الخامس عشر, العدد الرابع, أكتوبر/ ديسمبر 2016, ص 455.
- (47) مرفت الطرابيشي, وعبد العزيز السيد, "نظريات الاتصال", دار النهضة العربية, القاهرة, 2009, صص136-142.
- (48) De Andrade E Silva, Suen, "The Presentation on Self in Everyday Play: on Actor-Networks and Identity Performance in Facebook Games", **MA Thesis**, Faculty of Humanities, Utrecht University, 2013.
- (49) Cressman, Darry, "A Brief Overview of Actor-Network Theory: Punctualization, Heterogeneous Engineering & Translation", 2009, Retrieved on 21 December 2015
- (50) Jayawardena, Ashoka, "E-Learning Environments: Actor Network Theoretic Inspirations into Localized Discovery", In **Sobh, Tarek, & Elleithy, Khaled (Eds.)**, Innovations and Advances in Computing, Informatics, Systems Sciences, Networking and Engineering, pp. 565-568, 2015, NY: Springer.
- (51) Banks, David, "A Brief Summary of Actor Network Theory", Retrieved on 25 December 2015 from www.thesocietypages.org/cyborgology/2011/12/02/a-brief-summary-of-actor-network-theory
- (52) Latour, Bruno, "Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory", OUP Oxford, Oxford, 2007
- (53) Tabak, Edin (2015). Information Cosmopolitics an Actor-Network Theory Approach to Information Practices. NY: Elsevier.
- (54) Boyne, Roy, "Subject, Society and Culture", SAGE Publications, London, 2001.
- (55) Ziemkendorf, Mario, "Actor-Network Theory Seminar Paper", Norderstedt: GRIN Verlag, 2008.

- (56) Maintz, Julia, "Blending Spaces Actor-Network Interactions of an Internet-Based E-Learning Course", LIT VERLAG, Berlin, 2009
- (57) Fougner, Marit, & Habib, Laurence, "A Video Trigger, but no Silver Bullet: An Actor-Network Analysis of an E-Learning Tool in Health Science Education", In Bromage, Adrian, Clouder, Lynn, Thistlethwaite, Jill, & Gordon, Frances (Eds.), **Interprofessional E-Learning and Collaborative Work: Practices and Technologies**, pp. 219-230, 2010. NY: Information Science Reference, IGI Global.
- (58) Adam, Tas, & Tatnall, Arthur, "The Impact of ICT in Educating with Learning Disabilities in Australian Schools: An ANT Approach", In **Tatnall, Arthur (Eds.), Technological Advancements and the Impact of Actor-Network Theory**, pp. 1-14, 2014, PA: IGI Global.
- (59) ماهر إسماعيل صبري, "من الوسائل التعليمية إلى تكنولوجيا التعليم", مكتبة الملك فهد الوطنية, الرياض, الطبعة الثانية 2005, ص 18, 19.
- (60) محمد نصر مهنا, "مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير", مركز إسكندرية للكتاب, القاهرة, د. ت ص 81, 82.
- (61) Peters, N., "Baby boomers attending a community college: Influences, challenges, and social networks", **PHD Thesis**, Depart of Communication, Iowa State University, 2010, pp.30-31, Published online by : UMI Microform, ProQuest LLC, USA, Available At : <http://proquest.umi.com> , Accessed on : 4/3/2011.
- ة تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين التالية أسماؤهم: (62)
د.عائدة السخاوي أستاذ الإعلام جامعة المنصور
د.عائدة فتحي سالم أستاذ مشارك في كلية الإعلام جامعة الملك عبد العزيز.
د.خلود ملياني أستاذ مشارك في كلية الإعلام جامعة الملك عبد العزيز.
د.بندر الجعدي أستاذ مشارك في كلية الإعلام جامعة الملك عبد العزيز.
د.آمال سعد حلبي أستاذ مشارك في كلية الإعلام جامعة أم القرى.
- (63)paul wolsh, , **Op.cit**
- (64)Sarah Lewis, **Op.cit**
- (65)paul wolsh, , **Op.cit**
- (66)Sarah Lewis, **Op.cit**
- (67)paul wolsh, , **Op.cit**
- (68) أحمد بن عبد العزيز المبارك, مرجع سابق
- (69) دعاء فتحي سالم, مرجع سابق
- دعاء سالم فتحي, "دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكساب طلاب الاعلام التربوي, مهارات التعلم الذاتي Self-learning", مجلة المصرية لبحوث الاعلام, كلية الاعلام جامعة القاهرة, المجلد 2016 العدد 54,
- (70) Elizabeth A. Warfel, **Op.cit**
- (71) G N Tu, **Op.cit**
-

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

(72) Sarah Lewis, **Op.cit**

Sarah Lewis, Roy Pea Beyond participation to co-creation of meaning: mobile social media in generative learning communities, New York University, **Social Science Information**, 2010.

(73) دعاء فتحي سالم، مرجع سابق.

(74) Peter Liman, **Op.cit**.

(75) Valerie Parker, **Op.cit**.

(76) Gary Irtezins, **Op.cit**.

(78) Heshing Sho e t al, **Op.cit**.

(79) krestopher robert, **Op.cit**.

(80) Valerie Parker, **Op.cit**.

(82) G N Tu, , **Op.cit**