

استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي

أ.م.د/ شيرين عبد الحفيظ البحيري
 أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي -
 كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

أ.د/ أماني عبد المقصود عبد الوهاب
 أستاذ الصحة النفسية والإرشاد النفسي بكلية
 التربية النوعية - جامعة المنوفية - ووكيل
 الكلية للدراسات العليا والبحوث سابقاً.

وفاء محمد ابراهيم الشرقاوي

مستخلص البحث:

يهدف البحث الحالي إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي وتنمية مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي، ومعرفة مدى الاستفادة من استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في تنمية مهارات التفكير الناقد، وينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية الارتباطية؛ وفي إطاره استخدم الباحثين منهج المسح بشقه الميداني للحصول على البيانات؛ مستخدمين في ذلك أداتين هما: - استبيان: استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي، واختبار كالفورنيا لقياس مهارات التفكير الناقد (تعريب: عبد العال عوجة، وعادل البناء، ٢٠٠٠). وطبق البحث الميداني على عينة قصديه من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قوامها ٢٠٠ فرداً من طلاب التخصصات العملية والنظرية ومن الجامعات الخاصة (مصر للعلوم والتكنولوجيا - ٦ أكتوبر) والحكومية (المنوفية - القاهرة) بواقع ١٠٠ فرداً لكل جامعة وتوصل البحث لعدة نتائج أهمها:

١. توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين درجات استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجات مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي.
٢. تختلف درجة استخدام عينة البحث لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف درجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
٣. تختلف درجة استخدام عينة البحث لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف درجات دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

٤. لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة البحث على استبيان استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة الثقافية - نوع الجامعة)، بينما توجد فروق وفقاً لمتغير (التخصص).
٥. لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة البحث على اختبار مهارات التفكير الناقد تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة الثقافية - نوع الجامعة)، بينما توجد فروق وفقاً لمتغير (التخصص).

Abstract:

The purpose of the current research is to identify the relationship between the use of interactive means on social network sites and the development of critical thinking skills among university youth, and to know how to benefit from using the interactive means on social network sites and apply them in the development of critical thinking skills. This research belongs to the descriptive and Correlative researches in which The researchers used the field survey methodology to obtain data, using two tools: - Questionnaire: Using interactive social network sites, and the California critical thinking skills test (translated: Agwa & Banna, 2000) The field research was applied to a deliberate sample of users of social networking sites consisting of 200 students of practical and theoretical disciplines and private universities (Egypt for Science and Technology - October 6) and government (Minoufia - Cairo) by 100 individuals per university. The research showed several results and the following are The most important ones:

1. There is a positive and statistically significant correlation between the degrees of using the interactive means on social network sites and the degrees of critical thinking skills among university youth.
2. The degree to which the research sample uses interactive means varies depending on the degree of use of social network sites.
3. The degree to which the research sample uses interactive means varies depending on the degree of motivation sought by social network sites.
4. There aren't statistically significant differences between the averages of the research sample scores on the questionnaire using interactive means through social network sites depending on the difference of demographic variables (type, cultural environment, university type). But There are differences according to (specialization) variable.
5. There aren't statistically significant differences between the averages of the research sample scores on the critical thinking skills test depending on the difference of demographic variables (type, cultural environment, university type). But There are differences according to (specialization) variable.

مقدمة:

مع التطور الذي يشهده العالم في مجال التقنية والاتصالات انتشرت مواقع التواصل الاجتماعي وذاع صيتها بين المجتمعات والشباب بشكل كبير في شتى أنحاء العالم لتصبح الأشهر استخداماً بين مرتادي الإنترنت. ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي والتعارف والدرشة بين مستخدميها، إلا أنها أصبحت شكل من أشكال الإتصال الجماهيري بين الأفراد والجماعات ومصدراً مهماً للأخبار والمعلومات، ووسيلة مؤثرة في الأحداث. وأتاحت الفرصة لمستخدميها لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وقد أتاحت للجمهور مجالاً واسعاً للمعرفة والإطلاع على مختلف الآراء والتفاعل مع القضايا المحلية والعالمية على مدار الساعة (أحمد يونس، ٢٠١٣، ٥٣ - ٥٤).

وقد أوضحت نتائج معظم الدراسات السابقة أن الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي من بينها دراسة عمر عبد المناف (٢٠١٧، ٧٦) التي أوضحت أن الفئة العمرية (١٨-٢٣ سنة) في المرتبة الأولى استخداماً للفيديو. وخصوصاً لدى فئة الشباب الجامعي الذين اعتبروا موقع الفيسبوك بمثابة مدونة شخصية يقومون فيها بطرح الأفكار والمقالات الخاصة التي بإمكان الأصدقاء التعليق عليها مع الحرية في نشر الفيديوهات والصور وكذلك أنه يجمع بين أشياء عدة تخص معظم اهتمامات الطلبة وهواياتهم مثل ميزة المجموعات (عمر عطاي، ٢٠١٧، ١).

وتتمثل مواقع التواصل الاجتماعي في المدونات والمنتديات إلى جانب مواقع عديدة مثل الويكي Wiki، الفيسبوك Facebook، وتويتر Twitter، والتطبيقات التي قدمتها الشركات الكبرى لدعم الفكر الاجتماعي في التفكير والمشاركة مع مستخدمي مواقعها مثل جوجل التي اهتمت بالتحريير الجمعي والكتابة وتنفيذ العروض المشتركة، وكذلك موقع أجاس Ajax، وموقع التفاعل الاجتماعي ماي سبيس Myspace، ومواقع خدمات تخزين الصور وإعادة عرضها وإرسالها للغير مثل فليكر Flickr، ونشر مقاطع الفيديو مثل يوتيوب YouTube،

وغيرها من الخدمات والتقنيات التكنولوجية والتي تجد اهتماماً فريداً مع تبادل المشاركة والنشر بين المستخدمين (رامي حسين، ٢٠١٢، ٤٧).

ويُحسب لمواقع التواصل الاجتماعي أنها تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعه، ويمكن أن تتبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، مع السماح للآخرين بالتفاعل معها حتى في لحظة بثها (محمد المنصور، ٢٠١٢، ٩٨-٩٩). لذا تحولت مواقع التواصل الاجتماعي مثل "تويتر" و "فيسبوك" إلى فضاءات لتداول النقاش السياسي والفكري والاجتماعي وتبادل مختلف الآراء وتشكيل الرأي العام وتوجيه الجماهير وتعبئتهم تجاه القضايا الساخنة. وشاهدنا كيف يمكن أن تتحول هذه الوسائل إلى أدوات لكشف الحقائق وتبصير الناس بحقوقهم ومطالبهم المشروعة، وكيف يمكن أن تستغل في المقابل لتأليب الفتن والدعوات الطائفية والتعصب والعنصرية وإطلاق الأحكام بتخوين المخالف والترويج للشائعات، وكيف يمكن أن تسبب تغريدة في "تويتر" في أزمة سياسية، أو فتنة طائفية (حسنين شفيق، ٢٠١٦، ١٩-٢٠).

والقارئ الناقد وحده من يستطيع نقد المقروء، فيعرف مقدار صحة الخبر من كذبه، وما إذا كان منطبقاً مع الواقع معبراً عنه أم بعيداً عنه، وهل هناك ترابط بين عناصر الموضوع وتبويب منهجي؟ أم هناك ثغرات وقفزات؟ هل وفق الكاتب في عرض فكرته أم لا؟، فالقارئ الناقد قارئ متفاعل ومشارك نشط، يمتلك القدرة على تعيين هدف المؤلف ووجهة نظره، كما أنه يفرق بين الرأي والحقيقة، ويدرك أفكار الكاتب ويوجه إليها النقد ويعلق عليها (صابر عبد الكريم، ٢٠١١، ٢٦).

مشكلة البحث:

لاحظ الباحثين اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار والمعلومات كما أنهم يقضون أوقات طويلة في تصفح مواقعها والتفاعل معها إلى أن وصل الأمر لبعضهم لدرجة إدمانها، كما لاحظ الباحثين أيضاً أنه بالرغم من كل إيجابيات ومميزات هذه المواقع إلا أنها تعد في المقابل أداة خطيرة عندما تستخدم في تزوير الوقائع والحقائق وفبركة الأحداث ونشر الشائعات والأكاذيب التي ليس لها أي أساس من الصحة، كما تنتهك من خلالها خصوصيات الأفراد، وذلك لأن أغلب المعلومات المتداولة عبرها مجهولة المصدر وتفتقد المصداقية، مما يعكس سلباً على الفرد والمجتمع بأسره، وذلك يحتم على مستخدميها التعامل مع هذه المواقع بوعي وحذر والنظر لكل

ما يتداول عبرها برؤية نقدية متفحصة ليستطيعوا التمييز بين الرأي من الحقيقة، والواقع من الشائعات وذلك من خلال التأكد من مصدر ومصداقية المضامين المتداولة عبرها في ضوء ما يتوفر بها من أدلة وبراهين ولا يتم ذلك بدون استخدامهم لقدراتهم العقلية العليا (التحليل- الاستنتاج-التقييم) والمعروفة بمهارات التفكير الناقد والتي بتكرار استخدامها ربما ينمي التفكير الناقد لدى مستخدمي هذه المواقع وهذا ما دفع الباحثين للإحساس بمشكلة البحث، والإحساس بمدى أهميته في الوقت الراهن للتعرف على العلاقة بين استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي والتفكير الناقد لدى الشباب الجامعي. كما يمكن تحديد المشكلة البحثية أيضاً من خلال الدراسات السابقة، حيث لاحظ الباحثين قلة الدراسات المتعلقة بمتغيري البحث وعدم تناول أي منها لدراسة العلاقة بين استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي والتفكير الناقد لدى الشباب الجامعي في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية ويمكن بلورة مشكلة البحث في الإجابة على التساؤل التالي:

ما العلاقة بين استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارات التفكير

الناقد لدى الشباب الجامعي؟

وينبع منه التساؤلات التالية:

١. ما مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. ما معدل استخدام الشباب الجامعي للوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. ما دوافع استخدام الشباب الجامعي للوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي؟
٤. ما أكثر القضايا والموضوعات التي يتابعها المبحوثين عبر استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟
٥. ما أكثر الوسائل التفاعلية التي يفضل الشباب استخدامها للتفاعل مع الموضوعات المتداولة بمواقع التواصل الاجتماعي؟
٦. ما مدى ثقة الشباب الجامعي في المضامين المنشورة عبر هذه المواقع؟
٧. ما أهم إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
٨. ما الآثار السلبية لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
٩. ما مدى اهتمام المبحوثين باستخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
١٠. ما مدى وجود علاقة بين درجات استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجات مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي؟

١١. إلى أي مدى تختلف درجة استخدام عينة البحث لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف درجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

١٢. إلى أي مدى تختلف درجة استخدام عينة البحث لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف درجات دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

١٣. ما مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على معدل استخدام الشباب الجامعي للوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي؟

١٤. ما مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على اختبار مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي؟

أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث الحالي من أهمية الموضوع الذي يتصدى لدراسته، حيث تناول متغيرين على درجة من الأهمية هما: الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي، ومهارات التفكير الناقد. وتتبع أهمية البحث من الأهمية النظرية والأهمية التطبيقية من خلال:

- الأهمية النظرية: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها من أهم وسائل الإعلام الجديد والتي جذبت إليها جميع طوائف الشعب والشباب على وجه الخصوص - أهمية التفاعلية التي تعد أحد أهم سمات تكنولوجيا الاتصال الحديث، والتي تتنافس جميع المواقع الإلكترونية بوجه عام ومواقع التواصل الاجتماعي بوجه خاص لتوسيع ساحاتها من خلال إتاحة العديد من الوسائل التفاعلية بمواقعها - أهمية التفكير الناقد باعتباره أحد السبل الهامة لضمان التطور المعرفي الفعال الذي يسمح للفرد باستخدام قدراته العقلية العليا للتفاعل بشكل إيجابي مع المجتمع - أهمية مرحلة الشباب عامة والشباب الجامعي على وجه الخصوص حيث تُعد هذه الفئة طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع.
- الأهمية التطبيقية: اعداد استبيان استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي.

أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى التعرف على معدل استخدام الشباب الجامعي للوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتتمية مهارات التفكير الناقد وذلك من خلال:

١. التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.
٢. التعرف على معدل استخدام الشباب الجامعي للوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي.

٣. الكشف عن دوافع استخدام الشباب الجامعي للوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي.
٤. التعرف على أهم القضايا والموضوعات التي يتابعها عينة البحث عبر استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
٥. التعرف على أشكال الوسائل التفاعلية التي يفضل الشباب استخدامها للتفاعل مع الموضوعات المتداولة بمواقع التواصل الاجتماعي.
٦. إدراك مدى ثقة الشباب الجامعي في المضامين المنشورة عبر هذه المواقع.
٧. التعرف على أهم إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
٨. الكشف عن الآثار السلبية لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.
٩. التعرف على درجة اهتمام المبحوثين باستخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
١٠. التعرف على العلاقة بين درجات استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجات مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي.
١١. التعرف على معدل استخدام عينة البحث لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف مستوى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
١٢. التعرف على درجة استخدام عينة البحث لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف درجات دوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
١٣. التعرف على تأثير المتغيرات الديموجرافية على معدل استخدام الشباب الجامعي للوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
١٤. التعرف على تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستوى مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي.

مصطلحات البحث:

- **الاستخدام Using**: يقصد بالاستخدام في البحث الحالي القدرة على استخدام الأدوات والوسائل التفاعلية التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الوسيلة والمستخدم والمحتوى.
- **التفاعلية The Interactivity**: أشار رفائلي وارييل Sheizaf Rafaeli & Yaron Ariel (٢٠٠٧، ٧١-٨٨) أن كل دراسة علمية تقريباً ذكرت صعوبات وضع مفهوم للتفاعلية

مثل: دراسة: رفايلي Rafaeli، ومور Moore، وهيتير Heeter، ماكميلان Mcmillan وغيرها كما ذكر الباحثين أن الأدبيات لم تقدم سوى القليل من التركيز على سبب أهمية التفاعل وندرة مفاجئة في التقارير التجريبية حول نتائج التفاعل. ومن أبرز التعريفات التي تناولت مفهوم التفاعلية ما يلي:

أورد محمد بن موسى (١٤٣٣هـ، ٥١-٥٢) مفهوم التفاعلية في الاصطلاح بأنها سمة مميزة للاتصال الشخصي من خلال وجود رجوع صدي فوري. وهي سمة أساسية في الشبكة العالمية تميزها عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى، وذلك من خلال بعض أدواتها الاتصالية كغرف المحادثة، والمنتديات، وغيرها. كما أنها سمة الاتصال التبادلي ذي اتجاهين بين المرسل والمستقبل بشكل تزامني أو غير تزامني، فالتزامني يكون الإرسال والاستقبال في الوقت نفسه، كما في المحادثة، سواء كانت كتابية أو صوتية أو مرئية، أما الغير تزامني يتأخر فيه الإرسال عن الاستقبال، كما في المنتديات الحوارية.

ويعرف حاتم حيدار (٢٠١٥، ٤٦) التفاعلية بأنها الأدوات والتطبيقات التي تتوفر في الموقع الإلكتروني والاجتماعي، وتتيح للمستخدم أكبر قدر من المشاركة في عملية الاتصال والاختيار الحر من المحتوى والتفاعل المشرف على الموقع والزوار، كما تتيح للمرسل الرد والاستجابة، ومنها الروابط والبريد الإلكتروني والاستقصاءات والمسابقات والتطبيقات وإتاحة الفرصة لتقديم الإقتراحات والشكاوي، أي تفاعلية مكونات العملية الاتصالية ككل.

كما يعرفها عبد الله سليمان (٢٠١٧، ٥-٦) بأنها حرية المستخدم الكاملة في انتقاء المواد الإعلامية المقدمة له من الصحيفة الإلكترونية حسب رؤيته الخاصة التي قد تلتقي أو لاتلتقي مع رؤية مقدم هذه المواد فيمكن أن يعيد إنتاج المواد الإعلامية المقدمة له من خلاله إلى النظام، وتسمح له التفاعلية بمناقشة هذه المواد مع المنتجين والمستخدمين وتأييد هذه المواد أو رفضها أو عرض وجهة نظره تجاهها بكل حرية ودون قيود وذلك من خلال المنتديات والبريد الإلكتروني ووسائل الاتصال الشخصي الأخرى.

كما أن التفاعلية هي خاصية الوسيلة وتعني قدرتها على نقل استجابات المستقبل إلى المرسل وتحقيق سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية من خلال أدوات تكنولوجية حديثة مثل البريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، والمنتديات الإلكترونية، والمجموعات الإخبارية (عبد الباسط هاشم، ٢٠١٤، ٦).

- **مواقع التواصل الاجتماعي Social Networking Sites**: يعتبر أي موقع ويب يسمح بالتفاعل الاجتماعي موقعاً لوسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك Facebook ومايسبيس MySpace وتويتر Twitter؛ مواقع الألعاب والعوالم الافتراضية مثل Club Penguin و Second Life و Sims؛ مواقع الفيديو مثل يوتيوب؛ والمدونات. مثل هذه المواقع تقدم للشباب اليوم بوابة للترفيه والاتصالات ونمت بشكل كبير في السنوات الأخيرة (Gwenn Schurgin O'Keeffe & Kathleen Clarke Pearson, 2011, 800-804).

وتعرفها شيرين البحيري (٢٠١٣، ١٨٦) بأنها المواقع التي تقدم خدمات مثل: المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين، ومشاركة الملفات، وغيرها من الخدمات، ومن أشهر هذه المواقع الفيسبوك، تويتر، ماي سبيس، هاي فايف، أوركت، وغيرها، ويعد الفيسبوك الموقع الأكثر انتشاراً في العالم العربي. وتشير أيضاً إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر وسيلة للتعارف وتبادل الآراء والأخبار، كما تقدم هامشاً للحرية لا تقدمه وسائل الإعلام الأخرى، وبرزت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل وقد باتت هذه المواقع من أكثر المواقع زيارة في العالم، بما في ذلك الفيسبوك واليوتيوب وغيرها؛ وأصبح من الضرورة الحياتية لكثير من الناس أن يكونوا اجتماعيين، حتى على الإنترنت فالإنسان اجتماعي بطبعه، يُحب مشاركة الأفكار والأخبار، وتبادل الصور والملفات مع الآخرين وهذا ما أتاحت له مواقع التواصل الاجتماعي.

- **التفكير الناقد Critical Thinking**: يعرف عبد العال عوجة وعادل البنا (٢٠٠٠، ١٠) التفكير الناقد على أنه الحكم الهادف أو ذا المعنى المنظم ذاتياً والذي ينتج من تفسير، وتحليل، وتقييم، واستنتاج، وكذلك تحليل وجهات النظر واعتبارات الأدلة التصورية والمنهجية والمحيية والسياقية والتي على أساسها يتم هذا الحكم. ويتمثل التفكير الناقد في القدرة على الحكم على الأشياء وفهمها وتقييمها طبقاً لمعايير معينة من خلال طرح الأسئلة، وعقد المقارنات، ودراسة الحقائق دراسة دقيقة، وتصنيف الأفكار والتمييز بينها، والوصول إلى الاستنتاج الصحيح الذي يؤدي إلى حل المشكلة. كما يمكن النظر إلى التفكير الناقد على أنه عملية فحص للمادة سواء أكانت لفظية أو غير لفظية، وتقييم الأدلة والبراهين، ومقارنة القضية موضوع المناقشة بمعيار محدد، ثم الوصول إلى إصدار حكم سليم في ضوء الفحص والتقييم والمقارنة والتقدير الصحيح للقضايا (فهم مصطفي، ٢٠٠٢، ٢٤٠-٢٤١).

- **مهارات التفكير الناقد Critical Thinking Skills**: يشمل اختبار كاليفورنيا لمهارات التفكير الناقد على خمس مهارات لقياس مستوى التفكير الناقد هي: مهارة التحليل Analysis، مهارة التقييم Evaluation، مهارة الاستنتاج Inference، مهارة الاستدلال الاستنتاجي Deductive Reasoning، ومهارة الاستدلال الاستقرائي Inductive Reasoning (عبد العال عوجة، وعادل البنا، ٢٠٠٠، ١٢-١٦).

- الشباب الجامعي University Youth: الشباب هم تلك الشريحة التي تقع ما بين مرحلتي المراهقة والرشد، وأثناء عملية تحول الفرد من طفل معتمد على غيره إلى فرد راشد مستقل، يقترب من تحقيق كثير من الأهداف التي من أهمها: النضج الانفعالي، الاهتمام بالجنس الآخر، النضج الاجتماعي، التخفف من إشراف البيت والأسرة، النضج الذهني، الشروع في الاستقلال الاقتصادي، والاستغلال لوقت الفراغ واتخاذ فلسفة معينة له تجاه الحياة (أماني عبد المقصود، ٢٠١٣، ١٤٥).

وفي هذه المرحلة تتجه القدرات العقلية للشباب نحو الاكتمال، ويقترب نموه العقلي من أعلى مستوياته وبلوغ الانسان مرحلة الوعي والشعور بالذات ونمو القدرات العقلية والإدراكية التي تمكنهم من بلورة آرائهم وأفكارهم بوضوح (بسنت محمد، ٢٠١١، ١٣٧).

بينما تعني وسام محمد (٢٠٠٩، ٢٤) بالشباب الجامعي بأنها تلك الفئة العمرية التي تلتحق بالجامعة ولا يزالون بها وتتسم بعدد من الخصائص والقدرات السلوكية والاجتماعية والنفسية، ويتأثرون بالأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية التي يمر بها المجتمع. ويقع جزء كبير منها في مرحلة المراهقة، وهي مرحلة متميزة لها سماتها وخصائصها. وأشارت دراسة هدير كمال Hadeer Kamal (٢٠١٨) أن التقارير على الصعيد الوطني، في مصر أفادت أن أكثر من ٨٠% من زبائن مقاهي الإنترنت من الشباب.

دراسات سابقة:

١- قامت إيناس محمود (٢٠١٣) بدراسة بعنوان: دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد لديهم. هدفت الدراسة إلى التعرف على تفضيلات الشباب الجامعي من الذكور والإناث للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك ونوعية القضايا التي يفضلون مناقشتها على تلك الصفحات، بالإضافة لرصد العلاقة بين دوافع مشاركتهم وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد المتحققة منها، باستخدام نظرية الاستخدامات والإشباع، وقد بلغت عينة الدراسة ٣٢٠ مبحوثاً من الشباب الجامعي بجامعة عين شمس. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: جاءت دوافع الشباب الجامعي عينة الدراسة للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك والمرتبطة بمهارات التفكير الناقد والتي يتم إشباعها هي ثلاث مهارات: مهارة الاستنتاج والتفسير ومعرفة المسلمات والافتراضات، كما جاء الذكور أكثر تفضيلاً للمشاركة بصفحات الصحف على الفيس بوك بموضوعات السياسة عن الإناث.

٢- قامت Fasawang Pattanapichet & Saovpa Wichadee (٢٠١٥) بدراسة بعنوان: استخدام الفضاء في وسائل الإعلام الاجتماعية للترويج لمهارات التفكير الناقد لدى الطلاب. هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى فاعلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

لتعزيز مهارات التفكير النقدي لدى الطلاب. ولتحقيق هذا الهدف تم إجراء دراسة تجريبية لمدة ١٤ أسبوعاً مع مجموعتين من الطلاب. تم استخدام أداة الاستبيان. وبعد التجربة كان هناك اختلاف في متوسط المخاوف من القدرة على التفكير النقدي بين المجموعتين على مستوى الدلالة ٠.٠٥ ، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

أن طلاب المجموعة التجريبية الذين تعرضوا لنشر ردود في الفيسبوك كانت قدرتهم أعلى على التفكير الناقد بعد ١٤ أسبوعاً، وبناءً على هذه النتيجة يمكن الإدعاء بأن تعليم اللغة الإنجليزية المقدم من خلال دمج نموذج التفكير الناقد واستخدام الوسائط الاجتماعية كالفيسبوك كان فعالاً في تعزيز التفكير النقدي لدى الطلاب، ويرجع ذلك إلى أن قراءة المبحوثين الردود الأخرى لأقرانهم على الفيسبوك وسعت وجهات نظرهم وأعطتهم شجاعة للتعبير عن آرائهم، والتي كان لها دور في تنمية التفكير الناقد وحل المشكلات والمشاركة النشطة للمجموعات. وأظهرت البيانات التي تم الحصول عليها من الاستبيان مواقف الطلاب الإيجابية تجاه استخدام موقع الفيسبوك في التدريس وتنمية التفكير الناقد.

٣- قام Ting, Ling & Rashied Naiefa (٢٠١٥) بدراسة بعنوان آثار وسائل التواصل الاجتماعي على التطور المعرفي لدى طلاب كلية الاقتصاد، وذلك بهدف تقويم أثر وسائط التواصل الاجتماعي على النمو العقلي لدي عينة من طلاب جامعة جنوب إفريقيا، وقد حلل الباحثان منشورات الطلاب على الفيسبوك والتويتر، وذلك في ضوء مجموعة من مقاييس التفكير ذات المستويات المختلفة، واتضح أن ما تضمنته منشورات الطلاب تضمنت مستويات متدنية من التفكير، وخلص الباحثان إلى أن منشورات الطلاب على وسائط التواصل الاجتماعي لا تساهم في نمو المستويات العليا من التفكير.

٤- قامت سلوى شحته (٢٠١٧) بدراسة بعنوان: التفكير الناقد واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمنبئين بالوعي الاجتماعي لثورة ٢٥ يناير لدى طلاب كلية التربية بالإسماعيلية. هدفت الدراسة إلى تحديد مدى إسهام كلاً من التفكير الناقد واستخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في التنبؤ بالوعي الاجتماعي لثورة ٢٥ يناير لدى طلبة كلية التربية والكشف عن الفروق بين طلاب وطالبات كلية التربية في التفكير الناقد واستخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك والوعي الاجتماعي، بلغت العينة السيكومترية ١٥٥ طالباً وطالبة، بينما بلغت عينة الدراسة الأساسية ٢٥٨ طالباً وطالبة من طلاب الفرقة الرابعة بكلية التربية بجامعة قناة السويس، وقد طبق عليهم مقياس الوعي الاجتماعي

ومقياس التفكير الناقد ومقياس استخدام الفيسبوك وتوصلت الدراسة إلى: ١- لاتسهم أبعاد استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك (البعد التعليمي، البعد الثقافي، البعد الاقتصادي، البعد الترفيهي، البعد السياسي) في التنبؤ بالحساسية الاجتماعية لثورة ٢٥ يناير لطلاب كلية التربية ٢- لا يسهم التفكير الناقد في التنبؤ بالحساسية الاجتماعية لثورة ٢٥ يناير لطلاب كلية التربية ٣- يسهم كل من البعد الاجتماعي والتعليمي لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في التنبؤ بالبصيرة الاجتماعية لثورة ٢٥ يناير لطلاب كلية التربية ٤- يسهم التفكير الناقد في التنبؤ بالتواصل الاجتماعي لثورة ٢٥ يناير ٥- تسهم الدرجة الكلية لمقياس استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في التنبؤ بالدرجة للوعي الاجتماعي لثورة ٢٥ يناير لطلاب كلية التربية ٦- لا توجد فروق بين طلاب وطالبات كلية التربية في التفكير الناقد، الوعي الاجتماعي، وموقع الفيسبوك.

٥- قامت هالة محمد أبو زيد (٢٠١٨) بدراسة بعنوان: أثر استخدام المدونات الإلكترونية في تنمية مهارات التفكير الناقد لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة (جامعة الزيتونية الأردنية أ نموذجاً). وذلك بهدف الكشف عن أثر استخدام المدونات الإلكترونية في تنمية مهارات التفكير الناقد لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة (جامعة الزيتونية الأردنية أ نموذجاً)، وأثر تفاعل الجنس مع استخدام المدونات الإلكترونية في تنمية مهارات التفكير الناقد، ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة باستخدام بطاقة ملاحظة مبنية على اختبار التفكير الناقد لواطسون-جليسر، كما بنت دليل استخدام المدونات الإلكترونية في تدريس مساق "مبادئ في التربية"، وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة وثباتها. تكونت عينة الدراسة من (١٠٠) طالب وطالبة من طالبات كلية الآداب والعلوم الانسانية في جامعة الزيتونة في الفصل الدراسي الأول من العام الدراسي ٢٠١٧/٢٠١٨، يتوزعون على مجموعتين، إحداهما تجريبية مكونة من (٥٠) طالب وطالبة، والأخرى ضابطة مكونة من (٥٠) طالب وطالبة، وقد كشفت نتائج الدراسة عن وجود أثر ذي دلالة إحصائية لاستخدام المدونات الإلكترونية في تدريس مساق "مبادئ في التربية" في تنمية التفكير الناقد، وأوصت الدراسة بأهمية استخدام أعضاء هيئة التدريس في الجامعات للمدونات الإلكترونية في تدريس مساق "مبادئ في التربية" في التربية.

٦- قامت نادية مصطفى (٢٠١٨) بدراسة بعنوان: الإستخدام الناقد للمراهقين المصريين للإعلام الجديد، وذلك بهدف التعرف على مدى الإستخدام الناقد للمراهقين المصريين (عينة

الدراسة) للإعلام الجديد، اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان ومقياس التفكير الناقد ومقياس المسؤولية الاجتماعية في تطبيق الدراسة الميدانية على الطلاب الجامعيين عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: أن نسبة من يستخدمون مواقع الإعلام الجديد بصفة دائمة تمثلت ٧٢%. وأشارت نتائج مقياس الإستخدام الناقد الذي أعدته الباحثة إلى نتيجة عامة وهي ضعف مهارة الاستخدام الناقد للمراهقين المصريين أثناء إستخدامهم لمواقع الإعلام الجديد، وذلك للأربعة مهارات الإعلامية وهم(مهارة الوصول للرسائل الإعلامية، مهارة تحليل الرسائل الإعلامية، مهارة نقد الرسائل الإعلامية، ومهارة إنتاج الرسائل الإعلامية. كما توصلت الباحثة إلى ضعف درجة الوعي الإعلامي لدى المبحوثين أثناء استخدامهم للإعلام الجديد، وذلك فيما يتعلق بالعناصر الخمسة الأساسية لأي عملية إتصالية والتي اعتمدت عليها الباحثة والمتمثلين في(معرفة المرسل وصانع المحتوى، معرفة الرسالة والمحتوى، نوعية الوسيلة وتقنياتها، المستقبل والجمهور المستهدف، وتأثير الرسالة ورد الفعل فيما يتعلق بدرجة المبحوثين على مقياس المسؤولية الاجتماعية الإعلامية للمراهق المصري عينة البحث.

الإجراءات المنهجية:

- نوع ومنهج البحث:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية الارتباطية التي تصور خصائص ظاهرة معينة وتقديم معلومات عنها وتحليلها وتقويمها. ويقوم البحث الوصفي على جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة وجدولتها وتبويبها ثم تفسير هذه البيانات واستخلاص التعميمات والاستنتاجات ويركز البحث الحالي على معرفة العلاقة بين استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي وتنمية التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي، وفي إطاره استخدم الباحثين منهج المسح بشقه الميداني.

عينة البحث:

تتكون عينة البحث من عينة قصدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب الجامعي قوامها ٢٠٠ فردا من طلاب التخصصات العملية والنظرية ومن الجامعات الخاصة والحكومية بواقع ١٠٠ فردا لكل جامعة.

أدوات البحث: تتكون أدوات البحث من:

- استبيان: استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي.

▪ اختبار كاليفورنيا لمهارات التفكير الناقد (CCTST) (تقنين وتعريب/عبد العال عوجة، عادل البناء، ٢٠٠٠). وقد أُستخدم اختبار كاليفورنيا لمهارات التفكير الناقد في العديد من الدراسات والبحوث من بينها دراسة كل من: - (Thomas F. Raykovich,2000 - Gregg Husband,2006 – Salah Al- Fadhli,2008 – Seibu Mary Jacob,2012, Liam o'hare & Carol mcguinness,2015). وقد طبق الباحثين الصورة (أ) لهذا الاختبار.

فروض البحث:

١. توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي.
٢. تختلف درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
٣. تختلف درجة استخدام المبحوثين لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف درجات دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
٤. توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة الثقافية - نوع الجامعة - التخصص).
٥. توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على اختبار مهارات التفكير الناقد تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع- البيئة الثقافية- نوع الجامعة- التخصص).

نتائج البحث:

أولاً: نتائج البحث الميداني:

- يهدف البحث الحالي إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي، وفي إطار منهج المسح تم ملء الاستبيان بالمقابلة لعينة البحث وقوامها (٢٠٠) فرداً، حيث تم اختيار عينة قصدية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب الجامعي قوامها ٢٠٠ فرداً من طلاب التخصصات العملية والنظرية - من الجامعات الحكومية (جامعة المنوفية- جامعة القاهرة)؛ والجامعات الخاصة (جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا- جامعة ٦ أكتوبر) - بواقع ١٠٠ فرداً لكل جامعة، ممن تتراوح أعمارهم من (١٨-٢١) سنة، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة البحث.

ويوضح جدول (١) خصائص عينة البحث وفقاً لمتغيرات النوع، البيئة الثقافية، نوع الجامعة، نوع الكلية/التخصص.

جدول (١)

توزيع عينة البحث وفقاً للنوع، البيئة الثقافية، نوع الجامعة، التخصص.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٨٦	٠.٤٣
	إناث	١١٤	٠.٥٧
المجموع		٢٠٠	١٠٠
البيئة الثقافية	ريف	٧٦	٠.٣٨
	حضر	١٢٤	٠.٦٢
المجموع		٢٠٠	١٠٠
نوع الجامعة	حكومية	١٠٠	٠.٥٠
	خاصة	١٠٠	٠.٥٠
المجموع		٢٠٠	١٠٠
التخصص الدراسي	كليات نظرية	١٠٠	٠.٥٠
	كليات عملية	١٠٠	٠.٥٠
المجموع		٢٠٠	١٠٠

وفيما يلي عرض الباحثين أهم نتائج البحث الميداني الذي أجري على عينة من طلاب الجامعات الخاصة والحكومية، وذلك للإجابة عن تساؤلات البحث، وهو ما يعكس سمات وخصائص العينة في علاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي الذي يساعد في معرفة العلاقة بين استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي. وقد أسفر تحليل استجابات عينة البحث التي تضمنتها بيانات الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على التحقق من أهداف البحث والإجابة على تساؤلاته.

١- نسب استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٢)

نسب استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	٥٦	٦٥.١٢	٨٤	٧٣.٦٨	١٤٠	٧٠.٠٠
أحياناً	٢١	٢٤.٤٢	٢٩	٢٥.٤٤	٥٠	٢٥.٠٠
نادراً	٩	١٠.٤٧	١	٠.٨٨	١٠	٥.٠٠
الإجمالي	٨٦	١٠٠	١١٤	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كآ = ٩.٥٤٧ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٢١٣ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق (٢) عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٩.٥٤٧ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١ ، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢١٣ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى استخدام عينة البحث-إجمالي مفردات عينة البحث - لمواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة منتظمة من إجمالي مفردات عينة البحث بلغت ٧٠.٠٠% ، موزعة بين ٦٥.١٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٣.٦٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها بصفة غير منتظمة (أحياناً) من إجمالي مفردات عينة البحث ٢٥.٠٠% موزعة بين ٢٤.٤٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٥.٤٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمونها نادراً من إجمالي مفردات عينة البحث ٥.٠٠% موزعة بين ١٠.٤٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٠.٨٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور.

٢- سنوات خبرة استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٣)

سنوات خبرة استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

سنوات الخبرة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
منذ أقل من سنة	٢	٢.٣٣	٧	٦.١٤	٩	٤.٥٠
من سنة إلى أقل من سنتين	٥	٥.٨١	١٠	٨.٧٧	١٥	٧.٥٠
من سنتين إلى أقل من ثلاث سنوات	٩	١٠.٤٧	١٤	١٢.٢٨	٢٣	١١.٥٠
منذ ثلاث سنوات فأكثر	٧٠	٨١.٤٠	٨٣	٧٢.٨١	١٥٣	٧٦.٥٠
الإجمالي	٨٦	١٠٠	١١٤	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٢.٧٧٠ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠.١١٧ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق (٣) عند درجة حرية = ٣ ، وجد أنها = ٢.٧٧٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١١٧ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وسنوات خبرة استخدام عينة البحث- إجمالي مفردات عينة البحث - لمواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أقل من سنة من إجمالي مفردات عينة البحث بلغت ٤.٥٠% ، موزعة بين

٢.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦.١٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها من سنة إلى أقل من سنتين من إجمالي مفردات عينة البحث ٧.٥٠% موزعة بين ٥.٨١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨.٧٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمونها من سنتين إلى أقل من ثلاث سنوات من إجمالي مفردات عينة البحث ١١.٥٠% موزعة بين ١٠.٤٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٢.٢٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها منذ ثلاث سنوات أو أكثر من إجمالي مفردات عينة البحث ٧٦.٥٠% موزعة بين ٨١.٤٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٢.٨١% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٣- أهم الوسائل التي يستخدمها عينة البحث للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٤)

أهم الوسائل التي يستخدمها عينة البحث للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	دالة*	٢.٤٨٢	٧٤.٠٠	١٤٨	٨٠.٧٠	٩٢	٦٥.١٢	٥٦	جهاز تليفون محمول / موبايل
٣	غير دالة	٠.٣٤١	٦.٥٠	١٣	٧.٠٢	٨	٥.٨١	٥	تابلت
٢	دالة***	٣.٦٤٠	٣٩.٠٠	٧٨	٢٨.٠٧	٣٢	٥٣.٤٩	٤٦	جهاز كمبيوتر مكتبي أو محمول
			٢٠٠		١١٤		٨٦		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق (٤) إلى أهم الوسائل التي يستخدمها عينة البحث للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع، حيث جاء جهاز تليفون محمول/ موبايل في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٧٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٦٥.١٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٠.٧٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث لصالح الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٤٨٢ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني جهاز كمبيوتر مكتبي أو محمول بنسبة بلغت ٣٩.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٥٣.٤٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٨.٠٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث لصالح الذكور، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٦٤٠ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩.٩٩%.

وجاء في الترتيب الثالث تابلت بنسبة بلغت ٦.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٥.٨١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧.٠٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٣٤١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٤- الوقت الذي يقضيه عينة البحث في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم تقريباً. جدول (٥)

الوقت الذي يقضيه عينة البحث في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يومياً وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ساعة	١١	١٢.٧٩	٣	٢.٦٣	١٤	٧.٠٠
من ساعة إلى أقل من ساعتين	١٦	١٨.٦٠	١٩	١٦.٦٧	٣٥	١٧.٥٠
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	١٦	١٨.٦٠	١٢	١٠.٥٣	٢٨	١٤.٠٠
من ثلاث ساعات فأكثر	٤٣	٥٠.٠٠	٨٠	٧٠.١٨	١٢٣	٦١.٥٠
الإجمالي	٨٦	١٠٠	١١٤	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١٢.٨٦٢ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠.٢٤٦ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق (٥) عند درجة حرية = ٣، وجد أنها = ١٢.٨٦٢ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٤٦ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) والوقت الذي يقضيه عينة البحث - إجمالي مفردات عينة البحث - في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يومياً.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعة يومياً من إجمالي مفردات عينة البحث بلغت ٧.٠٠%، موزعة بين ١٢.٧٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢.٦٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها من ساعة إلى أقل من ساعتين من إجمالي مفردات عينة البحث ١٧.٥٠% موزعة بين ١٨.٦٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمونها من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات من إجمالي مفردات عينة البحث ١٤.٠٠% موزعة بين ١٨.٦٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٠.٥٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها من ثلاث ساعات فأكثر من إجمالي مفردات عينة البحث ٦١.٥٠% موزعة بين ٥٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٠.١٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٥- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل عينة البحث استخدامها على شبكة المعلومات.

جدول (٦)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل عينة البحث استخدامها على شبكة المعلومات وفقاً للنوع

الترتيب	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المواقع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	دالة**	٢.٨٠٢	٥٨.٥٠	١١٧	٥٠.٠٠	٥٧	٦٩.٧٧	٦٠	الفيسبوك
٣	دالة*	٢.٤٧٢	٣٣.٥٠	٦٧	٢٦.٣٢	٣٠	٤٣.٠٢	٣٧	اليوتيوب
٤	دالة***	٣.٢٩٣	٥.٥٠	١١	٠.٨٨	١	١١.٦٣	١٠	تويتر
٢	غير دالة	١.٢٢٣	٥١.٥٠	١٠٣	٥٥.٢٦	٦٣	٤٦.٥١	٤٠	الواتساب
				٢٠٠		١١٤		٨٦	جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق (٦) إلى أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل عينة البحث استخدامها على شبكة المعلومات وفقاً للنوع، حيث جاء الفيسبوك في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٥٨.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٦٩.٧٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٨٠٢ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

وجاء في الترتيب الثاني الواتساب بنسبة بلغت ٥١.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٤٦.٥١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٥.٢٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٢٢٣ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث اليوتيوب بنسبة بلغت ٣٣.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٤٣.٠٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٦.٣٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٤٧٢ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

وجاء في الترتيب الرابع تويتر بنسبة بلغت ٥.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ١١.٦٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٠.٨٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٢٩٣ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

٦- أهم إجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة البحث.

جدول (٧)

أهم إجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة البحث وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الإجابيات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠.٦٥١	٥٥.٥٠	١١١	٥٣.٥١	٦١	٥٨.١٤	٥٠	وسيلة للتفاعل الاجتماعي
٢	دالة**	٢.٦٦٣	٤٥.٠٠	٩٠	٣٦.٨٤	٤٢	٥٥.٨١	٤٨	وسيلة للحصول على الأخبار فور حدوثها
٣	غير دالة	١.٦٧٤	٣٢.٠٠	٦٤	٢٧.١٩	٣١	٣٨.٣٧	٣٣	وسيلة للتعرف على الأحداث المثارة بالداخل والخارج
٤	غير دالة	١.٥٤٢	٢٠.٥٠	٤١	١٦.٦٧	١٩	٢٥.٥٨	٢٢	وسيلة للتنوعية
			٢٠٠		١١٤		٨٦		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق (٧) إلى أهم إجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة البحث وفقاً للنوع، حيث جاء وسيلة للتفاعل الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٥٥.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٥٨.١٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٣.٥١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٦٥١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني وسيلة للحصول على الأخبار فور حدوثها بنسبة بلغت ٤٥.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٥٥.٨١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٦.٨٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٦٦٣ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

وجاء في الترتيب الثالث وسيلة للتعرف على الأحداث المثارة بالداخل والخارج بنسبة بلغت ٣٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٣٨.٣٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٧.١٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٦٧٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الرابع وسيلة للتوعية بنسبة بلغت ٢٠.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٢٥.٥٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ١٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٥٤٢ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٧- الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعى من وجهة نظر عينة البحث.

جدول (٨)

الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعى من وجهة نظر عينة البحث وفقاً للنوع

الترتيب	النوع	الآثار السلبية	ذكور		إناث		الإجمالى		قيمة Z	الدالة
			ك	%	ك	%	ك	%		
٤٨	معلوماتها مصدرها مجهول	٤٨	٥٥.٨١	٣٠	٢٦.٣٢	٧٨	٣٩.٠٠	٤.٢٢٤	دالة***	
٣٣	لا يوجد بها حماية للمعلومات والخصوصية الكافية	٣٣	٣٨.٣٧	١٧	١٤.٩١	٥٠	٢٥.٠٠	٣.٧٨٤	دالة***	
٥٦	تؤدى إلى الابتعاد عن جو الأسرة (العزلة الاجتماعية)	٥٦	٦٥.١٢	٧٢	٦٣.١٦	١٢٨	٦٤.٠٠	٠.٢٨٥	غير دالة	
١٦	تحدث على العنف	١٦	١٨.٦٠	٦	٥.٢٦	٢٢	١١.٠٠	٢.٩٧٨	دالة**	
٢٧	بث الأفكار السلبية الهدامة	٢٧	٣١.٤٠	١٧	١٤.٩١	٤٤	٢٢.٠٠	٢.٧٧٩	دالة**	
٤٩	وسيلة ترويج الشائعات والأكاذيب	٤٩	٥٦.٩٨	٣٨	٣٣.٣٣	٨٧	٤٣.٥٠	٣.٣٣١	دالة***	
٢١	تعرض مستخدميها للنصب والابتزاز	٢١	٢٤.٤٢	١٨	١٥.٧٩	٣٩	١٩.٥٠	١.٥٢١	غير دالة	
٤٢	لها تأثير سلبي على عاداتنا وتقاليدينا	٤٢	٤٨.٨٤	٢٥	٢١.٩٣	٦٧	٣٣.٥٠	٣.٩٨١	دالة***	
٣٥	تؤثر على التحصيل الدراسي	٣٥	٤٠.٧٠	٤٠	٣٥.٠٩	٧٥	٣٧.٥٠	٠.٨٠٩	غير دالة	
٤٧	كثرة استخدامها يؤدى إلى إدمان الإنترنت	٤٧	٥٤.٦٥	٤٦	٤٠.٣٥	٩٣	٤٦.٥٠	٢.٠٠٢	دالة*	
جملة من سئلوا		٨٦		١١٤		٢٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق (٨) إلى الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعى من وجهة نظر عينة البحث وفقاً للنوع، حيث جاء تودى إلى الابتعاد عن جو الأسرة (العزلة الاجتماعية) فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٦٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٦٥.١٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٦٣.١٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٢٨٥ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني كثرة استخدامها يؤدي إلى إدمان الإنترنت بنسبة بلغت ٤٦.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٥٤.٦٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٠.٣٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٠٠٢ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث وسيلة ترويج الشائعات والأكاذيب بنسبة بلغت ٤٣.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٥٦.٩٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٣٣١ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩.٩٩%.

وجاء في الترتيب الرابع معلوماتها مصدرها مجهول بنسبة بلغت ٣٩.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٥٥.٨١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٦.٣٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٤.٢٢٤ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩.٩٩%.

وجاء في الترتيب الخامس تؤثر على التحصيل الدراسي بنسبة بلغت ٣٧.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٤٠.٧٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٥.٠٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٨٠٩ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السادس لها تأثير سلبي على عاداتنا وتقاليدنا بنسبة بلغت ٣٣.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٤٨.٨٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢١.٩٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٩٨١ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩.٩٩%.

وجاء في الترتيب السابع لا يوجد بها حماية للمعلومات والخصوصية الكافية بنسبة بلغت ٢٥.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٣٨.٣٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤.٩١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٧٨٤ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩.٩٩%.

وجاء في الترتيب السابع بث الأفكار السلبية الهدامة بنسبة بلغت ٢٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٣١.٤٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤.٩١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند

مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٧٧٩ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

وجاء في الترتيب التاسع تعرض مستخدميها للنصب والابتزاز بنسبة بلغت ١٩.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٢٤.٤٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٥.٧٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٥٢١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب العاشر بحث على العنف بنسبة بلغت ١١.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ١٨.٦٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥.٢٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٩٧٨ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

٨- مدى اهتمام عينة البحث باستخدام الوسائل التفاعلية لإبداء آرائهم حول الموضوعات المتداولة بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٩)

نسبة اهتمام عينة البحث باستخدام الوسائل التفاعلية لإبداء آرائهم حول الموضوعات المتداولة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أهتم بدرجة كبيرة	١٩	٢٢.٠٩	٣٠	٢٦.٣٢	٤٩	٢٤.٥٠
أهتم بدرجة متوسطة	٤٦	٥٣.٤٩	٥٨	٥٠.٨٨	١٠٤	٥٢.٠٠
أهتم بدرجة منخفضة	٢١	٢٤.٤٢	٢٦	٢٢.٨١	٤٧	٢٣.٥٠
الإجمالي	٨٦	١٠٠	١١٤	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٠.٤٧٥ ، درجة الحرية = ٢ ، معامل التوافق = ٠.٠٤٩ ، مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق (٩) عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٠.٤٧٥ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥٠ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥٠ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٤٩ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى اهتمام عينة البحث-إجمالي مفردات عينة البحث - باستخدام الوسائل التفاعلية لإبداء آرائهم حول الموضوعات المتداولة بمواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يهتمون باستخدام الوسائل التفاعلية لإبداء آرائهم حول الموضوعات المتداولة بمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة من إجمالي مفردات عينة البحث بلغت ٢٤.٥٠% ، موزعة بين ٢٢.٠٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٦.٣٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يهتمون باستخدام الوسائل التفاعلية لإبداء آرائهم حول الموضوعات المتداولة بمواقع التواصل

الاجتماعى بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة البحث ٥٢.٠٠% موزعة بين ٥٣.٤٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥٠.٨٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يهتمون باستخدام الوسائل التفاعلية لإبداء آرائهم حول الموضوعات المتداولة بمواقع التواصل الاجتماعى بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة البحث ٢٣.٥٠% موزعة بين ٢٤.٤٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢٢.٨١% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٩- موقف عينة البحث حول العبارات التى تقيس دوافع استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعى.

جدول (١٠)

موقف عينة البحث حول العبارات التى تقيس دوافع استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعى.

درجة الدوافع	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		درجة الدوافع	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٢	٠.٥٨	٢.٦١	٤.٥٠	٩	٣٠.٥٠	٦١	٦٥.٠٠	١٣٠	مصدر مهم للحصول على المعلومات فى الموضوعات المختلفة
مرتفع	١	٠.٦١	٢.٦٢	٦.٥٠	١٣	٢٥.٠٠	٥٠	٦٨.٥٠	١٣٧	معرفة الأحداث الجارية والقضايا المثارة محلياً وإقليمياً وعالمياً
مرتفع	٥	٠.٦٦	٢.٤٩	٩.٥٠	١٩	٣٢.٠٠	٦٤	٥٨.٥٠	١١٧	التثقيف والتعليم
مرتفع	٤	٠.٦٣	٢.٥٠	٧.٥٠	١٥	٣٥.٠٠	٧٠	٥٧.٥٠	١١٥	التعارف والدرشة
متوسط	٩	٠.٨١	٢.١٨	٢٥.٠٠	٥٠	٣٢.٠٠	٦٤	٤٣.٠٠	٨٦	الهروب من الواقع وإحباطاته والقضاء على الملل والروتين اليومي
متوسط	٧	٠.٧٤	٢.٢٢	١٩.٠٠	٣٨	٤٠.٠٠	٨٠	٤١.٠٠	٨٢	إشباع غريزة حب الاستطلاع
مرتفع	٣	٠.٦٢	٢.٦٠	٧.٠٠	١٤	٢٦.٠٠	٥٢	٦٧.٠٠	١٣٤	التسلية والترفيه
متوسط	٦	٠.٧٤	٢.٢٧	١٧.٥٠	٣٥	٣٨.٠٠	٧٦	٤٤.٥٠	٨٩	اكتساب مهارات ذاتية للتعامل مع المواقف المختلفة
متوسط	٨	٠.٧٧	٢.٢١	٢١.٠٠	٤٢	٣٧.٠٠	٧٤	٤٢.٠٠	٨٤	المشاركة فى استطلاعات الرأي
متوسط	١٠	٠.٧٨	٢.١٢	٢٥.٠٠	٥٠	٣٨.٠٠	٧٦	٣٧.٠٠	٧٤	تقديم خدمات مجانية
مرتفع		٠.٦٩	٢.٣٨			٢٠٠				جملة من سئلا

تشير بيانات الجدول السابق (١٠) إلى موقف عينة البحث حول العبارات التى تقيس دوافع استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعى، التى جاءت بمستوى مرتفع بمتوسط حسابى ٢.٤٨، حيث جاءت معرفة الأحداث الجارية والقضايا المثارة محلياً وإقليمياً

وعالمياً في الترتيب الأول بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٢، وجاءت مصدر مهم للحصول على المعلومات في الموضوعات في الترتيب الثاني بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦١، وجاءت التسلية والترفية في الترتيب الثالث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٠، وجاءت التعارف والدرشة في الترتيب الرابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٠، وجاءت التثقيف والتعليم في الترتيب الخامس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٩، وجاءت اكتساب مهارات ذاتية للتعامل مع المواقف المختلفة في الترتيب السادس بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٢٧، وجاءت إشباع غريزة حب الاستطلاع في الترتيب السابع بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٢٢، وجاءت المشاركة في استطلاعات الرأي في الترتيب الثامن بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٢١، وجاءت الهروب من الواقع وإحباطاته والقضاء على الملل والروتين اليومي في الترتيب التاسع بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.١٨، وجاءت تقدم خدمات مجانية في الترتيب العاشر بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.١٢.

١٠- نسبة مناقشة عينة البحث للآخرين حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١١)

نسبة مناقشة عينة البحث للآخرين حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	٣٣	٣٨.٣٧	١٩	١٦.٦٧	٥٢	٢٦.٠٠
أحياناً	٣٩	٤٥.٣٥	٥١	٤٤.٧٤	٩٠	٤٥.٠٠
نادراً	١٤	١٦.٢٨	٤٤	٣٨.٦٠	٥٨	٢٩.٠٠
الإجمالي	٨٦	١٠٠	١١٤	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١٧.٣٠٦ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٢٨٢ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١.

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق (١١) عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٧.٣٠٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٨٢ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى مناقشة عينة البحث - إجمالي مفردات عينة البحث - للآخرين حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يناقشون الآخرين حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي دائماً من إجمالي مفردات عينة البحث بلغت ٢٦.٠٠% ، موزعة بين ٣٨.٣٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يناقشون الآخرين حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي أحياناً من إجمالي مفردات عينة البحث ٤٥.٠٠% موزعة بين ٤٥.٣٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤.٧٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يناقشون الآخرين حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي نادراً من إجمالي مفردات عينة البحث ٢٩.٠٠% موزعة بين ١٦.٢٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٨.٦٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١١- أهم من يتناقش معهم عينة البحث حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (١٢)

أهم من يتناقش معهم عينة البحث حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع من يتناقش معهم
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠.٣٨٧	٦٢.٠٠	١٢٤	٦٣.١٦	٧٢	٦٠.٤٧	٥٢	زملاء الدراسة
٢	دالة**	٢.٩٥٧	٣٥.٠٠	٧٠	٢٦.٣٢	٣٠	٤٦.٥١	٤٠	الأصدقاء بمواقع التواصل (الواقع الافتراضي)
٣	غير دالة	١.٢٢٣	٢٦.٥٠	٥٣	٢٩.٨٢	٣٤	٢٢.٠٩	١٩	الأسرة
٤	دالة*	٢.٢٨٢	١١.٥٠	٢٣	٧.٠٢	٨	١٧.٤٤	١٥	الأقارب
			٢٠٠		١١٤		٨٦		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق (١٢) إلى أهم من يتناقش معهم عينة البحث حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع ، حيث جاء زملاء البحث في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٦٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٦٠.٤٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٣.١٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٣٨٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى الأصدقاء بمواقع التواصل (الواقع الافتراضى) بنسبة بلغت ٣٥.٠٠% من إجمالى مفردات عينة البحث، موزعة بين ٤٦.٥١% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢٦.٣٢% من إجمالى مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٩٥٧ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

وجاء فى الترتيب الثالث الأسرة بنسبة بلغت ٢٦.٥٠% من إجمالى مفردات عينة البحث، موزعة بين ٢٢.٠٩% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢٩.٨٢% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٢٢٣ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الرابع الأقارب بنسبة بلغت ١١.٥٠% من إجمالى مفردات عينة البحث، موزعة بين ١٧.٤٤% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٧.٠٢% من إجمالى مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٢٨٢ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

١٢- مدى تأثير مناقشة عينة البحث للآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعى على تغيير موقفهم حول بعض الموضوعات.

جدول (١٣)

مدى تأثير مناقشة عينة البحث للآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعى على تغيير موقفهم حول بعض الموضوعات وفقاً للنوع.

النوع		ذكور		إناث		الإجمالى	
مدى التأثير		%	ك	%	ك	%	ك
دائماً		٢٤.٤٢	٢١	١٧.٥٤	٢٠	٢٠.٥٠	٤١
أحياناً		٦٠.٤٧	٥٢	٥٣.٥١	٦١	٥٦.٥٠	١١٣
لا		١٥.١٢	١٣	٢٨.٩٥	٣٣	٢٣.٠٠	٤٦
الإجمالى		١٠٠	٨٦	١٠٠	١١٤	١٠٠	٢٠٠

قيمة كا^٢ = ٥.٦٢٧ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٦٥ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق (١٣) عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٥.٦٢٧ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٦٥ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى تأثير مناقشة عينة البحث-إجمالى مفردات عينة البحث - للآخرين حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعى على تغيير موقفهم حول بعض الموضوعات.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتأثرون بمناقشة الآخرين حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي دائماً في تغيير موقفهم حول بعض الموضوعات من إجمالي مفردات عينة البحث بلغت ٢٠.٥٠% ، موزعة بين ٢٤.٤٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٧.٥٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتأثرون بمناقشة الآخرين حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي أحياناً في تغيير موقفهم حول بعض الموضوعات من إجمالي مفردات عينة البحث ٥٦.٥٠% موزعة بين ٦٠.٤٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٣.٥١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لا يتأثرون بمناقشة الآخرين حول الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي في تغيير موقفهم حول بعض الموضوعات من إجمالي مفردات عينة البحث ٢٣.٠٠% موزعة بين ١٥.١٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٨.٩٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٣- أهم الموضوعات التي يحرص عينة البحث على التفاعل معها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١٤)

أهم الموضوعات التي يحرص عينة البحث على التفاعل معها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

رقم	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الموضوعات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠.٥٠٤	٤١.٠٠	٨٢	٣٩.٤٧	٤٥	٤٣.٠٢	٣٧	الاجتماعية
١٠	غير دالة	١.١٠٤	٦.٠٠	١٢	٤.٣٩	٥	٨.١٤	٧	الاقتصادية
٨	دالة***	٤.٢٦١	١٤.٥٠	٢٩	٥.٢٦	٦	٢٦.٧٤	٢٣	السياسية
٤	دالة***	٦.٤٢٧	٣٠.٥٠	٦١	١٢.٢٨	١٤	٥٤.٦٥	٤٧	الرياضية
٢	غير دالة	١.٤٠٠	٣٣.٠٠	٦٦	٢٨.٩٥	٣٣	٣٨.٣٧	٣٣	متابعة الأحداث الجارية
٦	غير دالة	٠.١٢٠	٢٤.٠٠	٤٨	٢٣.٦٨	٢٧	٢٤.٤٢	٢١	قضايا الشباب
٥	غير دالة	١.٢٧٥	٢٩.٠٠	٥٨	٢٥.٤٤	٢٩	٣٣.٧٢	٢٩	الثقافية والتعليمية
٤	غير دالة	٠.٦٩٠	٣٠.٥٠	٦١	٣٢.٤٦	٣٧	٢٧.٩١	٢٤	الدينية
٧	غير دالة	٠.٩١٧	١٥.٥٠	٣١	١٧.٥٤	٢٠	١٢.٧٩	١١	الصحية
٣	غير دالة	٠.٢٨٩	٣٢.٥٠	٦٥	٣٣.٣٣	٣٨	٣١.٤٠	٢٧	الفنية والترفيهية
٩	غير دالة	١.٣٧٩	٧.٥٠	١٥	٥.٢٦	٦	١٠.٤٧	٩	الكاريكاتير
			٢٠٠		١١٤		٨٦		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق (١٤) إلى أهم الموضوعات التي يحرص عينة البحث على التفاعل معها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع، حيث جاءت الموضوعات

الاجتماعية فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٤١.٠٠% من إجمالى مفردات عينة البحث، موزعة بين ٤٣.٠٢% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٩.٤٧% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٠٤ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى متابعة الأحداث الجارية بنسبة بلغت ٣٣.٠٠% من إجمالى مفردات عينة البحث، موزعة بين ٣٨.٣٧% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢٨.٩٥% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٤٠٠ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثالث الفنية والترفيهية بنسبة بلغت ٣٢.٥٠% من إجمالى مفردات عينة البحث، موزعة بين ٣١.٤٠% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٣.٣٣% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٢٨٩ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الرابع الرياضية بنسبة بلغت ٣٠.٥٠% من إجمالى مفردات عينة البحث، موزعة بين ٥٤.٦٥% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ١٢.٢٨% من إجمالى مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٦.٤٢٧ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩.٠٠%.

وجاء فى الترتيب الرابع مكرر الدينية بنسبة بلغت ٣٠.٥٠% من إجمالى مفردات عينة البحث، موزعة بين ٢٧.٩١% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٢.٤٦% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٦٩٠ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الخامس الثقافية والتعليمية بنسبة بلغت ٢٩.٠٠% من إجمالى مفردات عينة البحث، موزعة بين ٣٣.٧٢% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل

٢٥.٤٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٢٧٥ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السادس قضايا الشباب بنسبة بلغت ٢٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٢٤.٤٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٣.٦٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.١٢٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السابع الصحية بنسبة بلغت ١٥.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ١٢.٧٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٧.٥٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٩١٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثامن السياسية بنسبة بلغت ١٤.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٢٦.٧٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥.٢٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٤.٢٦١ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩٩.٠٠.

وجاء في الترتيب التاسع الكاركتير بنسبة بلغت ٧.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ١٠.٤٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥.٢٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٣٧٩ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب العاشر الاقتصادية بنسبة بلغت ٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٨.١٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤.٣٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.١٠٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

١٤- الشكل الذى يفضل عينة البحث أن تظهر به الموضوعات التى يتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعى.

جدول (١٥)

الشكل الذى يفضل عينة البحث أن تظهر به الموضوعات التى يتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعى وفقا للنوع.

النوع الشكل	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	الدالة	ت.ج
	ك	%	ك	%	ك	%			
نص فقط	١١	١٢.٧٩	١٤	١٢.٢٨	٢٥	١٢.٥٠	٠.١٠٨	غير دالة	٣
فيديو بث مباشر	٤٥	٥٢.٣٣	٥٤	٤٧.٣٧	٩٩	٤٩.٥٠	٠.٦٩٢	غير دالة	١
نص وصور حية	٤٣	٥٠.٠٠	٥٤	٤٧.٣٧	٩٧	٤٨.٥٠	٠.٣٦٨	غير دالة	٢
جملة من سنلوا	٨٦		١١٤		٢٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق (١٥) إلى الشكل الذى يفضل عينة البحث أن تظهر به الموضوعات التى يتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعى وفقا للنوع، حيث جاء فيديو بث مباشر فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٤٩.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٥٢.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٤٧.٣٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٦٩٢ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء نص وصور حية فى الترتيب الثانى بنسبة بلغت ٤٨.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ٥٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٤٧.٣٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٣٦٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثالث نص فقط بنسبة بلغت ١٢.٥٠% من إجمالي مفردات عينة البحث، موزعة بين ١٢.٧٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ١٢.٢٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.١٠٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

١٥- أسلوب عينة البحث في متابعة الموضوعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١٦)

أسلوب عينة البحث في متابعة الموضوعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
الأسلوب	ك	%	ك	%	ك	%	
اكتفى بقراءة عنوان الموضوع فقط	١٤	١٦.٢٨	٦	٥.٢٦	٢٠	١٠.٠٠	
أقرأ أجزاء بسيطة من الموضوع	٢٦	٣٠.٢٣	٣٢	٢٨.٠٧	٥٨	٢٩.٠٠	
أقرأ أجزاء كبيرة من الموضوع	١٩	٢٢.٠٩	٣٠	٢٦.٣٢	٤٩	٢٤.٥٠	
أقرأ الخبر بالكامل	٦	٦.٩٨	١١	٩.٦٥	١٧	٨.٥٠	
أقرأ الخبر بالكامل وأبدى رأى بالتعليق	١٠	١١.٦٣	١٩	١٦.٦٧	٢٩	١٤.٥٠	
أقرأ الخبر بالكامل وأبدى رأى بالتعليق وأشاركه مع الأصدقاء	١١	١٢.٧٩	١٦	١٤.٠٤	٢٧	١٣.٥٠	
الإجمالي	٨٦	١٠٠	١١٤	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	

قيمة كا^٢ = ٧.٧١١ درجة الحرية = ٥ معامل التوافق = ٠.١٩٣ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ ٢١ من الجدول السابق (١٦) عند درجة حرية = ٥ ، وجد أنها = ٧.٧١١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٩٣ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وأسلوب عينة البحث - إجمالي مفردات عينة البحث - في متابعة الموضوعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يكتفون بقراءة عنوان الموضوع فقط من إجمالي مفردات عينة البحث بلغت ١٠.٠٠% ، موزعة بين ١٦.٢٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥.٢٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يقرأون أجزاء بسيطة من الموضوع من إجمالي مفردات عينة البحث ٢٩.٠٠% موزعة بين ٣٠.٢٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٨.٠٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يقرأون أجزاء كبيرة من الموضوع من إجمالي مفردات عينة البحث ٢٤.٥٠% موزعة بين ٢٢.٠٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٦.٣٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يقرأون أجزاء الموضوع بالكامل من إجمالي مفردات عينة البحث ٨.٥٠% موزعة بين ٦.٩٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٩.٦٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يقرأون الخبر بالكامل ويبدى رأيه بالتعليق من إجمالي مفردات عينة البحث ١٤.٥٠% موزعة بين

١١.٦٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يقرأون الخبر بالكامل ويبدى رأيهم بالتعليق ويشاركون الخبر مع الأصدقاء من إجمالي مفردات عينة البحث ١٣.٥٠% موزعة بين ١٢.٧٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤.٠٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٦- أهم ما تتميز به الموضوعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة البحث.

جدول (١٧)

أهم ما تتميز به الموضوعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

المميزات	النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المصداقية	٣٠	٣٤.٨٨	٤٦	٤٠.٣٥	٧٦	٣٨.٠٠		
التحيز	٤٧	٥٤.٦٥	٦٠	٥٢.٦٣	١٠٧	٥٣.٥٠		
الحياد	٩	١٠.٤٧	٨	٧.٠٢	١٧	٨.٥٠		
الإجمالي	٨٦	١٠٠	١١٤	١٠٠	٢٠٠	١٠٠		

قيمة $\chi^2 = 1.108$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٧٤ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة χ^2 كما ٢١ من الجدول السابق (١٧) عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١.١٠٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٧٤ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) أهم ما تتميز به الموضوعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة البحث - إجمالي مفردات عينة البحث.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن أهم ما تتميز به الموضوعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المصداقية من إجمالي مفردات عينة البحث بلغت ٣٨.٠٠% ، موزعة بين ٣٤.٨٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٠.٣٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن أهم ما تتميز به الموضوعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التحيز من إجمالي مفردات عينة البحث ٥٣.٥٠% موزعة بين ٥٤.٦٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٢.٦٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يرون أن أهم ما تتميز به الموضوعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحياد من إجمالي مفردات عينة البحث ٨.٥٠% موزعة بين ١٠.٤٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧.٠٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٧- مدى ثقة عينة البحث في المعلومات التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١٨)

مدى ثقة عينة البحث في المعلومات التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أثق بدرجة كبيرة	٣٣	٣٨.٣٧	٣٨	٣٣.٣٣	٧١	٣٥.٥٠
أثق بدرجة متوسطة	٣٦	٤١.٨٦	٥٩	٥١.٧٥	٩٥	٤٧.٥٠
أثق بدرجة منخفضة	١٧	١٩.٧٧	١٧	١٤.٩١	٣٤	١٧.٠٠
الإجمالي	٨٦	١٠٠	١١٤	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٢.٠٤١ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٠٠ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق (١٨) عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٢.٠٤١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٠٠ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى ثقة عينة البحث - إجمالي مفردات عينة البحث - فالمعلومات التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتقون في المعلومات التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة من إجمالي مفردات عينة البحث بلغت ٣٥.٥٠% ، موزعة بين ٣٨.٣٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتقون في المعلومات التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة البحث ٤٧.٥٠% موزعة بين ٤١.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١.٧٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتقون في المعلومات التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة البحث ١٧.٠٠% موزعة بين ١٩.٧٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤.٩١% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

ثانياً : نتائج التحقق من صحة الفروض ومناقشتها :

يتناول الباحثين في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض البحث والإجابة عن بعض تساؤلاته.

نتائج الفرض الأول ومناقشتها:

ينص الفرض الأول على أنه " توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين درجات استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجات مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي".

وللتحقق من صحة هذا الفرض قام الباحثين باستخدام معامل ارتباط بيرسون وفيما يلي جدول (١٩) يوضح ما تم التوصل إليه من نتائج في هذا الصدد.

جدول (١٩)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات عينة البحث على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجاتهم على اختبار مهارات التفكير الناقد

درجات استخدام الوسائل التفاعلية			المتغير مهارات التفكير الناقد
الدالة	قيمة بيرسون (r)	العدد	
٠.٠٠١	٠.٦٢١	٢٠٠	مهارة التحليل
٠.٠٠١	٠.٥٧٩	٢٠٠	مهارة التقويم
٠.٠٠١	٠.٦١١	٢٠٠	مهارة الاستنتاج
٠.٠٠١	٠.٣١٨	٢٠٠	مهارة الاستدلال الاستنتاجي
٠.٠٠١	٠.٤٨٢	٢٠٠	مهارة الاستدلال الاستقرائي

تشير نتائج الجدول السابق (١٩) إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى مهارات التفكير الناقد (مهارة التحليل - مهارة التقويم - مهارة الاستنتاج - مهارة الاستدلال الاستنتاجي - مهارة الاستدلال الاستقرائي)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٢١، ٠.٥٧٩، ٠.٦١١، ٠.٣١٨، ٠.٤٨٢ على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض. مما يوضح أن استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل لها علاقة بتسمية مهارات التفكير الناقد موضع البحث.

وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات السابقة مثل: دراسة Joan Thormann, etal (٢٠١٣) والتي أوضحت وجود علاقة موجبة بين التفاعلات عبر الإنترنت والتفكير النقدي لدى الطلاب المسجلين في الدورات التدريبية التي عقدت في خريف ٢٠٠٧، ٢٠٠٨، و٢٠١٠، والذين قاموا بتقييم خمسة صفحات من موقع الويب الخاص بالمدرسة. وتتفق هذه

النتيجة أيضاً مع دراسة Fasawang Pattana pichet & Saovpa Wichadee (٢٠١٥) التي أظهرت نتائجها وجود علاقة ايجابية بين مواقف الطلاب الإيجابية تجاه استخدام موقع الفيسبوك في التدريس وتنمية التفكير الناقد. وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة هالة محمد أبو زيد (٢٠١٨) التي كشفت نتائج دراستها عن وجود أثر ذي دلالة إحصائية لاستخدام المدونات الإلكترونية وتنمية التفكير الناقد، كما تتفق أيضاً مع دراسة رنا هاني عبد الباقي (٢٠١٨) التي توصلت دراستها لوجود علاقة ارتباطية بين استخدام المدونات الإلكترونية وتنمية مهارات التفكير الناقد. كما توصلت دراسة غادة أمين (٢٠١٧) إلى وجود علاقة طردية ودالة إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتشكيل مهارات التفكير الناقد لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، فكلما زادت كثافة تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد زاد من تنمية مهاراتهم النقدية نحو قضايا الديمقراطية.

نتائج الفرض الثاني ومناقشتها:

ينص هذا الفرض على " تختلف درجة استخدام عينة البحث لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي".

وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدم الباحثين تحليل التباين الأحادي وفيما يلي جدول (٢٠) يوضح ما تم التوصل إليه من نتائج في هذا الصدد.

جدول (٢٠)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات عينة البحث على مقياس استخدام وسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	مجموع قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٧.٧٣٦	٢	٣.٨٦٨	٧.٢٤٨	دالة***
داخل المجموعات	١٠٥.١٣٩	١٩٧	٠.٥٣٤		
المجموع	١١٢.٨٧٥	١٩٩			

يتضح من الجدول السابق (٢٠) وجود فروق دالة إحصائياً بين مجموعات عينة البحث الذين يمثلون مستويات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وذلك على مقياس استخدام وسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف (٧.٢٤٨) وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١ ، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض، أي أنه كلما

ارتفعت درجة استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة استخدام وسائل التفاعلية عبر هذه المواقع. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات عينة البحث ، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (٢١)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس استخدام وسائل التفاعلية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٧٠
متوسط	*٠.٣٥٠٠	-		٢.٣٥
منخفض	***٠.٤٨٨٩	٠.١٣٨٩	-	٢.٢١

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات عينة البحث أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما ارتفعت درجة استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة استخدام وسائل التفاعلية عبر هذه المواقع. حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين عينة البحث منخفضة مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعينة البحث مرتفعة مستوى الاستخدام لها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٤٨٨٩ لصالح عينة البحث مرتفعة مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين عينة البحث متوسطى مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعينة البحث مرتفعة مستوى الاستخدام لها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٣٥٠٠ لصالح عينة البحث مرتفعة مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين عينة البحث منخفضة مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعينة البحث متوسطى مستوى الاستخدام لها، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.١٣٨٩، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٥. مما يوضح في النهاية أن فرق الاستخدام يؤثر على درجة التفاعلية.

نتائج الفرض الثالث ومناقشتها:

ينص الفرض الثالث على أنه "تختلف درجة استخدام عينة البحث لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف درجات دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي".
وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدم الباحثين أسلوب تحليل التباين أحادي الاتجاه وفيما يلي جدول (٢٢) يوضح ما تم التوصل إليه من نتائج في هذا الصدد.

جدول (٢٢)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات عينة البحث على مقياس استخدام وسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف درجات دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	مجموع قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣.٤٨٨	٢	١.٧٤٤	٣.١٤٠	دالة*
داخل المجموعات	١٠٩.٣٨٧	١٩٧	٠.٥٥٥		
المجموع	١١٢.٨٧٥	١٩٩			

يتضح من الجدول السابق (٢٢) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات عينة البحث الذين يمثلون مستويات دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وذلك علي مقياس استخدام وسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة " ف " (٣.١٤٠) وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، أي أنه كلما ارتفعت درجة دوافع استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة استخدام وسائل التفاعلية عبر هذه المواقع. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات عينة البحث ، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (٢٣)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس استخدام وسائل التفاعلية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٥٠
متوسط	٠.١٦٢٥	-		٢.٣٤
منخفض	*٠.٣٧٥٠	٠.٢١٢٥	-	٢.١٢

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات عينة البحث أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما ارتفعت درجة دوافع استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة استخدام وسائل التفاعلية عبر هذه المواقع. حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين عينة البحث منخفضة مستوى دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعينة البحث مرتفعة مستوى دوافع الاستخدام لها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٣٧٥٠ لصالح عينة البحث مرتفعة مستوى الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين عينة البحث متوسطة مستوى دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعينة

البحث مرتفعى مستوى دوافع الاستخدام لها، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.١٦٢٥، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين عينة البحث منخفضة مستوى دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وعينة البحث متوسطى مستوى دوافع الاستخدام لها، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٢١٢٥، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

نتائج الفرض الرابع ومناقشتها:

ينص الفرض الرابع على أنه " توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات عينة البحث على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعى تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة الثقافية - نوع الجامعة - التخصص)".

وللتحقق من هذا الفرض استخدم الباحثين اختبار "ت"، وقد قسم الباحثين هذا الفرض إلى أربعة فروض فرعية حيث تمثل:-

أ- الفرض الأول في " توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات عينة البحث على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع (ذكور - إناث) لصالح الذكور". وفيما يلي جدول (٢٤) يوضح ما تم التوصل إليه من نتائج في هذا الصدد.

جدول (٢٤)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين عينة البحث في مستوى استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	٨٦	٢.٤٣٠	٠.٧٢٨	٠.٩٠٠	١٩٨	غير دالة
إناث	١١٤	٢.٣٣٣	٠.٧٧٢			

ينضح من الجدول السابق (٢٤) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعى، حيث بلغت قيمة "ت" (٠.٩٠٠) وهى قيمة غير دالة إحصائياً، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. مما يوضح أن درجة استخدام الوسائل التفاعلية يتساوى بين الذكور والإناث.

ب- الفرض الفرعي الثاني ينص هذا الفرض على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة البحث على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للبيئة الثقافية (ريف- حضر) لصالح الحضر". وفيما يلي جدول (٢٥) يوضح ما تم التوصل إليه من نتائج في هذا الصدد.

جدول (٢٥)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين عينة البحث في مستوى استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للبيئة الثقافية

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ريف	٧٦	٢.٤٣٤	٠.٦٧٩	٠.٨٧٠	١٩٨	غير دالة
حضر	١٢٤	٢.٣٣٨	٠.٧٩٥			

يتضح من نتائج الجدول السابق (٢٥) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" (٠.٨٧٠) وهي قيمة غير دالة إحصائية، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. مما يعني تساوي أفراد العينة الذكور والإناث المقيمة في الريف والحضر في مستوى استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ج- الفرض الفرعي الثالث: ينص هذا الفرض على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة البحث على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لنوع الجامعة (حكومية- خاصة) لصالح الجامعات الخاصة. وفيما يلي جدول (٢٦) يوضح ما تم التوصل إليه من نتائج في هذا الصدد.

جدول (٢٦)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين عينة البحث في مستوى استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لنوع الجامعة

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
حكومية	١٠٠	٢.٣٣٠	٠.٧٣٩	٠.٨٤٤	١٩٨	غير دالة
خاصة	١٠٠	٢.٤٢٠	٠.٧٦٨			

يتضح من نتائج الجدول السابق (٢٦) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثى الجامعات الحكومية ومتوسطات درجات مبحوثى الجامعات الخاصة على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" (٠.٨٤٤) وهى قيمة غير دالة إحصائياً، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. مما يعني تساوي أفراد العينة سواء من جامعات حكومية أو خاصة في مستوى استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

د- الفرض الفرعي الرابع: ينص على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة البحث على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لنوع الكلية (نظري- عملي) لصالح الكليات العملية". وفيما يلي جدول (٢٧) يوضح ما تم التوصل إليه من نتائج في هذا الصدد.

جدول (٢٧)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين عينة البحث في مستوى استخدام الوسائل التفاعلية عبر

مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لنوع الكلية

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
نظري	١٠٠	٢.١٥٠	٠.٨٠٩	٤.٤١٧	١٩٨	دالة عند ٠.٠٠١
عملي	١٠٠	٢.٦٠٠	٠.٦١٩			

يتضح من نتائج الجدول السابق (٢٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثى الكليات النظرية ومتوسطات درجات مبحوثى الكليات العملية على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" (٤.٤١٧) وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١ لصالح مبحوثى الكليات العملية، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. مما يعني تفوق أفراد العينة من الكليات العملية على نظرائهم من الكليات النظرية في مستوى استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

نتائج الفرض الخامس ومناقشتها:

ينص الفرض الخامس على أنه " توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة البحث على اختبار مهارات التفكير الناقد تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع- البيئة الثقافية-نوع الجامعة - التخصص)".

وللتحقق من صحة هذا الفرض فقد قام الباحثين بتقسيم هذا الفرض إلى أربعة فروض فرعية مستخدمة اختبار "ت" للتحقق من هذه الفروض، وفيما يلي جدول رقم ٢٨، ٢٩، ٣٠، ٣١ يوضحون ما تم التوصل إليه من نتائج في هذا الصدد.

أ- الفرض الفرعي الأول: ينص على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة البحث على اختبار مهارات التفكير الناقد وفقاً للنوع (ذكور- إناث) لصالح الذكور".

جدول (٢٨)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين عينة البحث في مستوى مهارات التفكير الناقد وفقاً للنوع

مهارات التفكير الناقد	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
مهارة التحليل	ذكور	٨٦	٢.٤١٩	٠.٧٢٧	١.١٢٧	١٩٨	غير دالة
	إناث	١١٤	٢.٢٩٨	٠.٧٦٣			
مهارة التقويم	ذكور	٨٦	٢.٤٥٣	٠.٧٣٠	٠.٩٥٨	١٩٨	غير دالة
	إناث	١١٤	٢.٣٥١	٠.٧٦٤			
مهارة الاستنتاج	ذكور	٨٦	٢.٣٦٠	٠.٧٠١	٠.٧٥٥	١٩٨	غير دالة
	إناث	١١٤	٢.٤٣٩	٠.٧٤١			
مهارة الاستدلال الاستنتاجي	ذكور	٨٦	٢.٥٤٧	٠.٥٨٧	٠.٩١١	١٩٨	غير دالة
	إناث	١١٤	٢.٦٢٣	٠.٥٨٦			
مهارة الاستدلال الاستقرائي	ذكور	٨٦	٢.٣٦٠	٠.٨٣٩	١.٨٤٨	١٩٨	غير دالة
	إناث	١١٤	٢.١٣٢	٠.٨٨٨			

ينضح من نتائج الجدول السابق (٢٨) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على اختبار مهارات التفكير الناقد (مهارة التحليل - مهارة التقويم- مهارة الاستنتاج- مهارة الاستدلال الاستنتاجي- مهارة الاستدلال الاستقرائي)، حيث بلغت قيمة "ت" (١.١٢٧)، (٠.٩٥٨)، (٠.٧٥٥)، (٠.٩١١)، (١.٨٤٨) على الترتيب، وجميعها قيم غير دالة إحصائية، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. مما يعني تساوي أفراد العينة الذكور والإناث في جميع مهارات التفكير الناقد.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة فاسيون Facione (١٩٩٠). وهذا يدل على أن عملية التفكير يقوم بها كل من الذكور والإناث.

ب- الفرض الفرعي الثاني: ينص على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة البحث على اختبار مهارات التفكير الناقد وفقاً للبيئة الثقافية (ريف- حضر) لصالح مبحوثي الحضر".

جدول (٢٩)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين عينة البحث في مستوى مهارات التفكير الناقد وفقاً للبيئة الثقافية

الدلالة	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	مهارات التفكير الناقد
غير دالة	١٩٨	٠.٤٦٦	٠.٦٧٣	٢.٣٨٢	٧٦	ريف	مهارة التحليل
			٠.٧٩٣	٢.٣٣١	١٢٤	حضر	
غير دالة	١٩٨	٠.٣٨٤	٠.٧٥٣	٢.٤٢١	٧٦	ريف	مهارة التقويم
			٠.٧٥٠	٢.٣٧٩	١٢٤	حضر	
غير دالة	١٩٨	٠.٠٤٤	٠.٧٥١	٢.٤٠٨	٧٦	ريف	مهارة الاستنتاج
			٠.٧٠٩	٢.٤٠٣	١٢٤	حضر	
غير دالة	١٩٨	١.٧٨٩	٠.٤٩٦	٢.٦٨٤	٧٦	ريف	مهارة الاستدلال الاستنتاجي
			٠.٦٣٠	٢.٥٣٢	١٢٤	حضر	
غير دالة	١٩٨	٠.٢٥٣	٠.٨١٩	٢.٢٥٠	٧٦	ريف	مهارة الاستدلال الاستقرائي
			٠.٩٠٧	٢.٢١٨	١٢٤	حضر	

يتضح من نتائج الجدول السابق (٢٩) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على اختبار مهارات التفكير الناقد (مهارة التحليل - مهارة التقويم - مهارة الاستنتاج - مهارة الاستدلال الاستنتاجي - مهارة الاستدلال الاستقرائي)، حيث بلغت قيمة "ت" (٠.٤٦٦)، (٠.٣٨٤)، (٠.٠٤٤)، (١.٧٨٩)، (٠.٢٥٣) على الترتيب، وجميعها قيم غير دالة إحصائياً وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. مما يعني تساوي أفراد العينة المقيمين في الحضر والمقيمين في الريف في جميع مهارات التفكير الناقد.

ج- الفرض الفرعي الثالث: ينص على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة البحث على اختبار مهارات التفكير الناقد وفقاً لنوع الجامعة (حكومية- خاصة) لصالح الجامعات الحكومية".

جدول (٣٠)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين عينة البحث في مستوى مهارات التفكير الناقد وفقاً لنوع الجامعة

مهارات التفكير الناقد	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
مهارة التحليل	حكومية	١٠٠	٢.٣٢٠	٠.٧٣٧	٠.٥٦٦	١٩٨	غير دالة
	خاصة	١٠٠	٢.٣٨٠	٠.٧٦٣			
مهارة التقويم	حكومية	١٠٠	٢.٤١٠	٠.٧٢٦	٠.٢٨٢	١٩٨	غير دالة
	خاصة	١٠٠	٢.٣٨٠	٠.٧٧٦			
مهارة الاستنتاج	حكومية	١٠٠	٢.٣٩٠	٠.٧٢٣	٠.٢٩٢	١٩٨	غير دالة
	خاصة	١٠٠	٢.٤٢٠	٠.٧٢٧			
مهارة الاستدلال الاستنتاجي	حكومية	١٠٠	٢.٦٠٠	٠.٦٠٣	٠.٢٤١	١٩٨	غير دالة
	خاصة	١٠٠	٢.٥٨٠	٠.٥٧٢			
مهارة الاستدلال الاستقرائي	حكومية	١٠٠	٢.١٩٠	٠.٩٠٧	٠.٦٤٨	١٩٨	غير دالة
	خاصة	١٠٠	٢.٢٧٠	٠.٨٣٩			

يتضح من نتائج اختبار الجدول السابق (٣٠) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثى الجامعات الحكومية ومتوسطات درجات مبحوثى الجامعات الخاصة على اختبار مهارات التفكير الناقد (مهارة التحليل- مهارة التقويم- مهارة الاستنتاج- مهارة الاستدلال الاستنتاجي- مهارة الاستدلال الاستقرائي)، حيث بلغت قيمة "ت" (٠.٥٦٦)، (٠.٢٨٢)، (٠.٢٩٢)، (٠.٢٤١)، (٠.٦٤٨) على الترتيب، وجميعها قيم غير دالة إحصائياً، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. مما يعني تساوي أفراد العينة في الجامعات الحكومية مع نظرائهم من الجامعات الخاصة في جميع مهارات التفكير الناقد الخمس.

د- الفرض الفرعي الخامس: ينص على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة البحث على اختبار مهارات التفكير الناقد وفقاً لنوع الكلية (نظرية- عملية) لصالح الكليات العملية".

جدول (٣١)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين عينة البحث في مستوى مهارات التفكير الناقد وفقاً لنوع الكلية

مهارات التفكير الناقد	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
مهارة التحليل	نظري	١٠٠	٢.١٥٠	٠.٨٠٩	٣.٩١٢	١٩٨	دالة عند ٠.٠٠١
	عملي	١٠٠	٢.٥٥٠	٠.٦٢٦			
مهارة التقويم	نظري	١٠٠	٢.٥١٠	٠.٦٧٤	٢.١٩٠	١٩٨	دالة عند ٠.٠٠٥
	عملي	١٠٠	٢.٢٨٠	٠.٨٠٥			
مهارة الاستنتاج	نظري	١٠٠	٢.٢٢٠	٠.٧٧٣	٣.٧٣١	١٩٨	دالة عند ٠.٠٠١
	عملي	١٠٠	٢.٥٩٠	٠.٦٢١			
مهارة الاستدلال الاستنتاجي	نظري	١٠٠	٢.٦١٠	٠.٦٦٥	٠.٤٨٢	١٩٨	غير دالة
	عملي	١٠٠	٢.٥٧٠	٠.٤٩٨			
مهارة الاستدلال الاستقرائي	نظري	١٠٠	٢.١١٠	٠.٩٠٩	١.٩٥٩	١٩٨	غير دالة
	عملي	١٠٠	٢.٣٥٠	٠.٨٢١			

يتضح من نتائج الجدول السابق (٣١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الكليات النظرية ومتوسطات درجات مبحوثي الكليات العملية على أبعاد اختبار مهارات التفكير الناقد (مهارة التحليل - مهارة الاستنتاج)، حيث بلغت قيمة "ت" (٣.٩١٢)، (٣.٧٣١) على الترتيب، وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، ٠.٠٠١ على الترتيب، لصالح الكليات العملية، بينما جاءت مهارة التقويم لصالح الكليات النظرية، حيث بلغت قيمة "ت" (٢.١٩٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض.

تشير نتائج نفس الجدول (٣١) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الكليات النظرية ومتوسطات درجات مبحوثي الكليات العملية على أبعاد اختبار مهارات التفكير الناقد هما: (مهارة الاستدلال الاستنتاجي - مهارة الاستدلال الاستقرائي)، حيث بلغت قيمة "ت" (٠.٤٨٢)، (١.٩٥٩) على الترتيب، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

النتائج العامة للبحث:

- ١- جاء نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم بنسبة (٧٠%)، وأحياناً بنسبة (٢٥%)، و نادراً بنسبة (٥%).
- ٢- توصلت نتائج البحث أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات حيث بلغت نسبتهم (٧٦.٥٠%)، وأقل من ثلاث سنوات بنسبة (١١.٥٠%)، وأقل من سنتين (٧.٥٠%)، بينما جاء نسبة من يستخدمونه منذ أقل من سنة بنسبة (٤.٥٠%).

- ٣- جاء نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات بأعلى نسبة بلغت (٦١.٥٠%)، ولأقل من ثلاث ساعات بنسبة (١٤%)، ولأقل من ساعتين بنسبة (١٧.٥٠%)، وأقل من ساعة بنسبة (٧%).
- ٤- أوضحت نتائج البحث أن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك جاء في الترتيب الأول بنسبة (٥٨.٥٠%) كأكثر المواقع التي يفضل أفراد العينة استخدامها، وجاء الواتساب في الترتيب الثاني بنسبة (٥١.٥٠%)، وجاء اليوتيوب في الترتيب الثالث بنسبة (٣٣.٥٠%)، بينما جاء تويتر في الترتيب الرابع بنسبة (٥.٥٠%).
- ٥- أما عن دوافع أفراد العينة لاستخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي جاءت درجات الدوافع مرتفعة في الترتيب الأول لمعرفة الأحداث الجارية والقضايا المثارة محلياً وإقليمياً وعالمياً، وفي الترتيب الثاني أنها مصدر مهم للحصول على المعلومات في الموضوعات المختلفة، وفي الترتيب الثالث أنها وسيلة للتسلية والترفيه، وفي الترتيب الرابع للتعرف والدرشة، وفي الترتيب الخامس للتنقيف والتعليم، ومتوسطة في الترتيب السادس لإكتساب مهارات ذاتية للتعامل مع المواقع المختلفة.
- ٦- أما عن أهم الموضوعات التي يحرص أفراد العينة على التفاعل معها عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الأول بنسبة (٤١%)، ومتابعة الأحداث الجارية في الترتيب الثاني بنسبة (٣٣%)، والموضوعات الفنية والترفيهية في الترتيب الثالث بنسبة (٣٢.٥٠%)، والموضوعات الرياضية في الترتيب الرابع بنسبة (٣٠.٥٠%)، والموضوعات الثقافية والتعليمية في الترتيب الخامس بنسبة (٢٩%)، قضايا الشباب في الترتيب السادس بنسبة (٢٤%)، والموضوعات الصحية في الترتيب السابع بنسبة (١٥.٥٠%).
- ٧- جاءت أهم إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد العينة أنها وسيلة للتفاعل الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة (٥٥.٥٠%)، ووسيلة للحصول على الأخبار والمعلومات فور حدوثها في الترتيب الثاني بنسبة (٤٥%)، ووسيلة للتعرف على الأحداث المثارة بالداخل والخارج في الترتيب بنسبة (٣٢%)، ووسيلة للتوعية في الترتيب الرابع بنسبة (٢٠.٥٠%).
- ٨- جاءت أهم الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد العينة أنها تؤدي إلى الابتعاد عن جو الأسرة في الترتيب الأول بنسبة (٦٤%)، وأن كثرة استخدامها يؤدي إلى إدمان الإنترنت في الترتيب الثاني بنسبة (٤٦.٥٠%)، ووسيلة لترويج الشائعات والأكاذيب في الترتيب الثالث بنسبة (٤٣.٥٠%)، ومعلوماتها مجهولة المصدر في الترتيب الرابع بنسبة (٣٩%).
- ٩- جاء نسبة اهتمام أفراد العينة باستخدام الوسائل التفاعلية بدرجة متوسطة بنسبة (٥٢%)، وبدرجة كبيرة بنسبة (٢٤.٥٠%)، وبدرجة منخفضة بنسبة (٢٣.٥٠%).

١٠- توصل البحث إلى أن نسبة من يتقون بالمعلومات التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة بنسبة (٤٧.٥٠%)، وبدرجة كبيرة بنسبة (٣٥.٥٠%)، وبدرجة منخفضة بنسبة (١٧%).

١١- أما عن الشكل الذي يفضل أفراد العينة أن تظهر به الموضوعات التي يتابعونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاء فيديو بث مباشر في الترتيب الأول بنسبة (٤٩.٥٠%)، ونص وصورة حية في الترتيب الثاني بنسبة (٤٨.٥٠%)، ونص فقط في الترتيب الثالث بنسبة (١٢.٥٠%).

١٢- توصل البحث الحالي لوجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي.

١٣- أثبت البحث الحالي وجود إختلاف في درجة استخدام عينة البحث لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

١٤- أثبت البحث الحالي وجود إختلاف في درجة استخدام عينة البحث لوسائل التفاعلية تبعاً لاختلاف درجات دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

١٥- أثبت البحث الحالي عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات عينة البحث على مقياس استخدام الوسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة الثقافية - نوع الجامعة)، بينما توجد فروق وفقاً لمتغير (التخصص).

١٦- أثبت البحث الحالي عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات عينة البحث على اختبار مهارات التفكير الناقد تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة الثقافية - نوع الجامعة)، بينما توجد فروق وفقاً لمتغير (التخصص).

التوصيات:

١. ضرورة اهتمام صناع القرار بمواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من دورها في التأثير على الرأي العام وتوجيهه لحل المشكلات المجتمعية واستغلال ذلك لتوعية مستخدميها بما يخدم وينهض بالمجتمع لا لإثارة الفتن والفوضى.

٢. ضرورة سن القوانين لمعاقبة مالكي الحسابات من الأشخاص أو المؤسسات التي تروج للأفكار الهدامة وتبث الشائعات التي من شأنها إثارة الفتن. وكذلك سن قوانين تحمي خصوصية المستخدم.
٣. ضرورة تضمين الخطط الدراسية للتعليم الجامعي لمقرر أو أكثر لتعليم التفكير بوجه عام، والتفكير الناقد بوجه خاص.
٤. ضرورة تصميم برامج توعية تابعة للمؤسسات التربوية والإعلامية والاجتماعية حول الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي، وبرامج تهدف لتنمية مهارات التفكير الناقد والذي بتنميته أيضاً لدى الشباب سيتم تعزيز الاستخدام الأمثل والإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من مميزاتهما، وتحديد سلبياتها لتفادي مخاطرها.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- ١- أحمد يونس محمد حمودة (٢٠١٣): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة. معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية.
- ٢- أماني عبد المقصود عبد الوهاب (٢٠١٣): علم نفس النمو (الطفولة والمراهقة). القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- ٣- إيناس محمود حامد (٢٠١٣): دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد لديهم. بحث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤٣، يناير/ يونيه ٢٠١٣م.
- ٤- بسنت محمد عطية (٢٠١١): استخدامات الشباب الجامعي للدراما الأجنبية التي يعرضها التلفزيون المصري وعلاقتها بقيمهم المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٥- حاتم علي حيدار (٢٠١٥): استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العامة في اليمن، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٦- حسنين شفيق (٢٠١٦): الإعلام التشاركي والجماهير الشبكية. القاهرة: دار فكر للطباعة والنشر والتوزيع.
- ٧- رامي حسين الشرافي (٢٠١٢): دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر- غزة.
- ٨- رنا هاني عبد الباقي (٢٠١٨): دور المدونات الإلكترونية في تنمية مهارات التفكير الناقد لدى الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٩- سلوى شحته إبراهيم (٢٠١٧): التفكير الناقد واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمنبئين بالوعي الاجتماعي لثورة ٢٥ يناير لدى طلاب كلية التربية بالإسماعيلية، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التربية، جامعة قناة السويس.
- ١٠- شيرين عبد الحفيظ البحيري (٢٠١٣): تكنولوجيايات الإتصال والمعلومات الحديثة ودورها في جودة إنتاج المادة الإخبارية، رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

- ١١- صابر عبد الكريم(٢٠١١): مهارات التفكير الناقد المتضمنة في منهاج الفيزياء للمرحلة الثانوية ومدى اكتساب الطلبة لها، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التربية، الجامعة الاسلامية- غزة.
- ١٢- عبد الباسط أحمد هاشم(٢٠١٤): التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية. ط١، القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
- ١٣- عبد العال عجوة، عادل البنا(٢٠٠٠): اختبار كاليفورنيا لمهارات التفكير الناقد CCTST. القاهرة: المكتبة المصرية للنشر والتوزيع.
- ١٤- عبد الله سليمان أبو بكر(٢٠١٧): استخدام التفاعلية في الصحافة الالكترونية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو المحتوى الصحفي، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.
- ١٥- عمر عبد المناف شكر(٢٠١٧): أثر استخدام Face book على العلاقات الاجتماعية بين طلبة الجامعات دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة جيهان. بحث، مجلة جامعة جيهان- اربيل العلمية، المجلد ١، العدد ٢.
- ١٦- عمر عطلاوي(٢٠١٧): أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في الحصول على المعلومات الرياضية- الفايبيوك كنموذج- دراسة ميدانية لطلبة الإعلام والاتصال الرياضي بجامعة المسيلة، رسالة ماجستير غير منشورة. معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف- المسيلة.
- ١٧- غاده ممدوح سيد(٢٠١٧): دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطية في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ١٨- فهيم مصطفى(٢٠٠٢): مهارات التفكير في مراحل التعليم العام (رياض الأطفال، الابتدائي، الاعدادي (المتوسط)، الثانوي)- رؤية مستقبلية للتعليم في الوطن العربي. القاهرة: دار الفكر العربي.
- ١٩- محمد المنصور(٢٠١٢): تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدانمارك.
- ٢٠- محمد بن موسى المجمالي(١٤٣٣هـ): التتصير عبر الخدمات التفاعلية لشبكة المعلومات العالمية(دراسة عقدية)، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التربية، جامعة الملك سعود.

- ٢١- ناديه مصطفى الشيخ(٢٠١٨): الاستخدام الناقد للمراهقين المصريين للإعلام الجديد، رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- ٢٢- هالة محمد أبو زيد(٢٠١٨). أثر استخدام المدونات الإلكترونية في تنمية مهارات التفكير الناقد لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة (جامعة الزيتونية الأردنية أ نموذجاً)، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم التربوية، جامعة الشرق الأوسط.
- ٢٣- وسام طایل البشاشة(٢٠١٣): دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها(فيس بوك وتويتر)، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا.
- ٢٤- وسام محمد أحمد(٢٠٠٩): أثر الانترنت في الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب، جامعة المنوفية.
- ٢٥- وضحي العتيبي(٢٠١٦): فاعلية نموذج مقترح للتعلم بالمشروعات قائم على التعلم التشاركي باستخدام شبكات التواصل في تنمية مهارات التفكير الناقد وفاعلية الذات لدى طالبات جامعة الأميرة نوره بنت عبد الرحمن. بحث، جامعة السلطان قابوس، مجلة الدراسات التربوية والنفسية، العدد ٣، مجلد ١٠.

ثانياً:المراجع الأجنبية:

- 26- Fasawang Pattanapichet & Saovpa Wichadee (2015). **Using Space In Social Media To Promote Undergraduate Students' Critical Thinking Skills**, Turkish Online Journal of Distance Education- TOJDE October 2015 ISSN 1302-6488: 16 Number: 4 Article 4.
- 27- Gregg Husband(2006). **An analysis of critical thinking in computer information technology using the California critical thinking skills test**, A Research Paper Submitted in Fulfillment of the Requirements of Science Degree in Career and Technical Educaion, University of Wisconsin- Stout.
- 28- Gwenn Schurgin O'Keeffe & Kathleen Clarke Pearson(2011). **The impact of social media on children, adolescents, and families**, Pediatrics 127, (4).
- 29- Hadeer Kamal Abo-Srea(2018): **Prevalence of Problematic use of Internet and Social Media among Egyption High School Students and its Psychiatric Co-Morbidities**, Theisis (M.D)- Faculty of Medicine, Ain Shams University.
- 30- Joan Thormann ; Samuel Gable ; Patricia SeferlisFidalgo ; and George Blakeslee(2013). Interaction, critical thinking, and social network analysis (SNA) in online courses, the internation review of research in open and distance learning, Vol 14/No3, July/13.
- 31- Liam o'hare & Carol mcguinness(2015).**The validity of critical thinking tests for predicting degree performance: A longitudinal study**. International Journal of Educational Research, 72,162-172. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2015.06.004>.

- 32- Peter A. Facione (1990). **The California Critical Thinking Skills Test: College Level Technical Repor #1- Experimental Validation and Content Validity**, The California Academic Press, 217 La Cruz Ave. Millbrae, CA 94030, Eric Document ED 327-549.
- 33- Salah Al- Fadhli(2008). **The Impact of E- Learning on Student's Critical Thinking in Higher Education Institutions Kuwait University as a Case Study**, In Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Doctor of Philosophy, The University of Salford.
- 34- Seibu Mary Jacob(2012). **Analyzing critical thinking skills using online discussion forums and CCTST**, Procedia - Social and Behavioral Sciences 31 (2012).
- 35- Sheizaf Rafaeli & Yaron Ariel (2007). **Assessing interactivity in computer-mediated**, Oxford handbook of Internet psychology.
- 36- Thomas F.Raykovich(2000). **Astudy to determine whether the California Critical Skills Test will discriminate between the Critical Thinking Skills of first semester students and fourth semester students at a two year community technicalcollege**. A Research Paper Submitted in Patial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Education Specialist With a Major in Counseling and Psychological Services APPROVED 6 Semester Credits, The Graduate College, University of Wisconsin- Stout.
- 37- Ting, Ling & Rasheid Naiefa(2015). **The effects of social media on cognitive development in undergraduate economics students. the economic in research southern africa (ERSA)**, ersa working paper.