

استخدامات الإعلام الرقمي وعلاقتها بتنمية المهارات الإعلامية لطلاب كليات الإعلام

د. عبد الله بن علي آل مرعي*

ملخص الدراسة:

تمثلت مُشكَلَةُ الدِّرَاسَةِ فِي "تَحْدِيدِ مَدَى تَأْثِيرِ اسْتِخْدَامِ طُلَّابِ كَلِيَّاتِ الإِعْلَامِ لَوْسَائِلِ الإِعْلَامِ الرِّقْمِيِّ عَلَى تَنْمِيَةِ مَهَارَاتِهِمُ الإِعْلَامِيَّةِ"، وَقَدْ إِعْتَمَدَتِ البَاحِثَةُ فِي هَذِهِ الدِّرَاسَةِ عَلَى المَنْهَجِ المَسْحِيِّ survey الكمي مُسْتخدِمةً اسْتِمَارَةَ الاسْتِبيَانَ عِبْرَ الإِنْتِرْنِتِ (الاسْتِبيَانَ الإِلِكْتُرُونِي) كَأدَاةٍ لِمَجْمَعِ البَيَانَاتِ مِنْ عَيْنَةٍ عَمْدِيَّةٍ قَوَامِهَا (400 مُفْرَدَةً) مِنْ طُلَّابِ كَلِيَّاتِ الإِعْلَامِ بِالمَمْلَكَةِ العَرَبِيَّةِ السُّعُودِيَّةِ الِذِينَ يَسْتخدِمُونَ أَوْ يَعْتَمِدُونَ عَلَى وَسَائِلِ الإِعْلَامِ الرِّقْمِيِّ مِنْ مَخْتَلَفِ المَسْتَوِيَّاتِ الإِجْتِمَاعِيَّةِ وَالثَّقَافِيَّةِ وَالاِقْتِصَادِيَّةِ، كَمَا اسْتَنْدَتِ البَاحِثَةُ فِي الإِطَارِ النُّظْرِيِّ لِلدِّرَاسَةِ عَلَى مَدْخَلِ الاسْتِخْدَامَاتِ وَالتَّأثِيرَاتِ.

أهم نتائج الدراسة:

١. إن الغالبية العظمى من طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بنسبة (93.5%) دائماً ما يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي، وأن غالبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمي بدرجة كبيرة حيث بلغت نسبتهم (60.2%).
 ٢. إن الهاتف الذكي قد احتل الصدارة من حيث الأجهزة الرقمية التي يُفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) التصفح من خلالها على وسائل الإعلام الرقمي بنسبة (99%).
 ٣. إن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لديهم أسباب بدرجة مُرتفعة تدفعهم لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (67.3%)، ودائماً ما يقومون بالتفاعل مع زملائهم عبر وسائل الإعلام الرقمي حيث كانت نسبتهم (76%)، ويتقنون بدرجة مُتوسطة في المعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (66%).
 ٤. إن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية.
 ٥. إن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية.
- الكلمات المفتاحية:** (وسائل الإعلام الرقمي، الإعلام الرقمي، مدخل الاستخدامات والتأثيرات، المهارات الإعلامية).

* أستاذ مشارك بقسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية - جامعة الملك خالد ابها السعودية

The use of digital media and its relationship to the development of media skills of mass communication students

Abstract:

The study has aimed to determine the impact of mass communication students' use of digital media on the development of their media skills". The study has relied on the quantitative survey method; it has used the online questionnaire tool applying to an intentional sample of 400 students of mass communication faculties in the Kingdom of Saudi Arabia who use digital media from various social, cultural and economic levels. The study has relied on the uses and effects theory.

Main results:

1. The majority of mass communication students use digital media continuously by (93.5%), and depend on digital media to a large extent by (60.2%).
2. The smartphone is the main digital device that students use to follow digital media by (99%).
3. The majority of students have high reasons to use digital media by (67.3%), interact permanently with their colleagues through digital media by (76%), and trust in the information published on digital media to a moderate degree by (66%).
4. There is a statistically significant relationship between the rates of students' use of digital media and the development of their media skills.
5. There is a statistically significant relationship between the extent of students' trust in the information published on the digital media and the development of their media skills.

Keywords: digital media, uses and effects theory, media skills

مُقَدِّمَةٌ:

قد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف التسعينات من القرن الماضي؛ نقلة عوذية، وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث شبكة الإنترنت في كافة أرجاء العالم، وربط أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف، وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، وأفاد كل متصفح لهذه شبكة من الوسائط المتعددة المتاحة من خلالها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية، والمدونات الشخصية ومواقع الأحداث، التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى.

فقد أصبح العالم يعيش في القرن الواحد والعشرين عصر الإعلام الرقمي المعلوماتي Digital Information حيث يعتمد على التكنولوجيا التي توفر المعلومات أكثر من الصور المرئية، وأقل من المصادر المطبوعة، وأصبحت وسائل الإعلام الرقمية والاتصالات عبر الإنترنت أكثر انتشاراً؛ خاصة في حياة الشباب فهم يتواصلون ويتشاركون بالنص مع أصدقائهم من خلال هواتفهم الخلوية، والإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع تبادل ملفات الفيديو، ومُشاهدة أحدث الفيديوهات على موقع يوتيوب Youtube.

وتكمن أهمية الإعلام الرقمي ووسائله في سرعة التواصل مع الآخرين عبر شبكاتها المتنوعة، بالإضافة إلى طبيعة عرض المعلومات سواء من خلال الصورة أو الصوت أو الفيديو أو أي وسيلة أخرى من وسائل وسائط المتعددة، مما نمت شعبيتها في الآونة الأخيرة، حيث استطاعت التأثير على فئات متنوعة من مستخدميها، كما استطاعت أن تغطي أحداثاً كثيرة سواء في المجالات الاجتماعية أو التعليمية أو السياسية أو الاقتصادية أو أي مجالات أخرى. وقد أصبحنا في وقتنا الحاضر ليس فقط مستخدمي وسائل الإعلام الرقمي، وإنما مُغذيين لها وأشخاص مؤثرين فيها بالأحداث المحيطة بنا.

ولم يعد دور الإعلام الرقمي ووسائله قاصراً على التواصل مع الأصدقاء وتبادل النقاشات الاجتماعية والسياسية فحسب، فقد تجاوز دورها ذلك بكثير، حيث بدأت شركات عديدة في استغلال الإعلام الرقمي ووسائله للترويج لمنتجاتها والتواصل مع الجمهور المُستهدف، كما استخدمتها الحكومة لنشر البيانات والمعلومات وتلقى الآراء والتعليقات من قبل أفراد المجتمع.

أما على الصعيد الأكاديمي، فيمكن للإعلام الرقمي ووسائله أن يُساعد الطلاب في مجالات التنمية الذاتية والإبداع وتعزيز المعرفة وتبادل المعلومات وزيادة مهارات التقنية. ومن هنا جاءت للباحث في الدراسة الأساسية والتي قد تمحورت حول "الدور الذي يقوم فيه الإعلام الرقمي بوسائله في تنمية المهارات الإعلامية لدي طلاب كليات الإعلام".

مُشْكِلَةُ الدِّرَاسَةِ:

شهد العصر الحالي تطوراً مُتسارعاً للإعلام الرقمي ووسائله وتنوعت بتنوع أهدافها؛ فمنها ما كان في التوعية ومنها في الاقتصاد ومنها السياسي، كذلك العلمي للبحوث،

وأخر ما توصل إليه العلم الحديث في شتى المجالات، حتى ظهر في أواخر التسعينات من القرن الماضي ما يُسمى بوسائل الإعلام الرقمي، وذلك بهدف تبادل الأخبار والأفكار والآراء وتسهيل التواصل بين الأهل والأصدقاء. وقد ساعدت التطورات التكنولوجية والاتصال الرقمي في ربط الشعوب بمختلف الحضارات والثقافات مُتجاوزة الحدود الجغرافية والسياسية.

فقد قدمت وسائل الإعلام الرقمي للإنسان العادي كثير من المهارات والخبرات والأفكار، وأسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الإعلام المختلفة في نقل الأحداث والفعاليات بصورة مُباشرة وسريعة، كما أتاحت وسائل الإعلام الرقمي فرصًا للأفراد لإبراز ذواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم في الأحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الأخرى، والتعبير عن آرائهم في الأحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير.

ومما سبق حدد الباحث مشكلة الدراسة في "تحديد مدى تأثير استخدام طلاب كليات الإعلام لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية". وسيتم ذلك من خلال رصد معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي، ودوافع هذا الاستخدام، ومعرفة طريقة استخدامهم لهذه الوسائل، وأبرز وسائل الإعلام الرقمي التي يفضلون استخدامها، وتحديد النشاطات التي يقومون بها عند استخدامهم لهذه الوسائل، وقياس درجة ثقتهم في المعلومات المنشورة على هذه الوسائل، ومدى تأثير استخدامهم لهذه الوسائل على استخدامهم لوسائل الإعلام الأخرى، ورصد تقييمهم لوسائل الإعلام الرقمية من حيث (الإيجابيات/ والسلبيات)، وأخيرًا الكشف عن التأثيرات الناتجة عن استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية.

أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو "تحديد مدى تأثير استخدام طلاب كليات الإعلام لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية"، وينبثق من هذا الهدف عددٌ من الأهداف الفرعية يُمكن إجمالها على النحو التالي:

- ❖ رصد معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي، ودوافع هذا الاستخدام.
- ❖ قياس درجة ثقة طلاب كليات الإعلام بالمملكة العربية السعودية في المعلومات المنشورة على هذه الوسائل، ومدى تأثير استخدامهم لهذه الوسائل على استخدامهم لوسائل الإعلام الأخرى.
- ❖ معرفة تقييم طلاب كليات الإعلام لوسائل الإعلام الرقمية بالمملكة العربية السعودية من حيث (الإيجابيات/ والسلبيات).
- ❖ الكشف عن التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام لوسائل الإعلام الرقمي بالمملكة العربية السعودية على تنمية مهاراتهم الإعلامية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أنها تدخل ضمن البحوث التي تتناول دور التطور التكنولوجي في تنمية المهارات الإعلامية، ولهذا تتبع أهمية الدراسة من عدة نقاط، أهمها ما يلي:

- ❖ يتوقع لهذه الدراسة أن تفتح الأفق أمام طلاب الجامعات عند استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال لمجالات أخرى جديدة تفي بمتطلبات الحياة ومواجهتهم لتحديات المستقبل التي ستواجههم فيما يخص العمل بمجال الإعلام.
- ❖ تُقدم هذه الدراسة للأكاديميين والعاملين والمُتخصصين في مجال الإعلام الرقمي بحاجة طلاب كليات الإعلام ودوافعهم المتصلة باستخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي ووسائله، لتحسين برامج الخدمة المُقدمة إليهم وفقاً للدراسة الميدانية.
- ❖ تسليط الضوء على أهمية استخدام وسائل الإعلام الرقمي التي تُعزز من قدرات الطلاب بشكل عام وطلاب كليات الإعلام بشكل خاص في تعلم المهارات المُتنوعة بشكل عام والمهارات الإعلامية بشكل خاص.
- ❖ ندرة الدراسات التي تناولت تأثير استخدام الإعلام الرقمي بشكل عام بجميع وسائله على تنمية المهارات الإعلامية للجمهور وخاصاً العاملين بمجال الإعلام أو طلاب كليات الإعلام.

الدراسات السابقة:

بالنظر إلى ما لمراجعة الدراسات السابقة من أهمية كبيرة في مجال البحث العلمي، فقد قامت الباحثة باكتشاف المنشور في الموضوع من دراسات بعد تحديد الكلمات المفتاحية للبحث؛ حيث جرى البحث بكلمات التالية (تنمية المهارات، الإعلام الرقمي، وسائل الإعلام الرقمي، مواقع التواصل الاجتماعي) وما يرادفهما من كلمات، وعليه تم هذه المراجعة على محور واحد سيرضها الباحث بالتفصيل، وقد أسفر استعراض الدراسات السابقة عن وجود عدد وفير من الدراسات التي عالجت هذا الموضوع، وما يرتبط بهما من متغيرات، وفيما يلي عرضاً موضوعياً وفق لهذا المحور الذي قد حدده الباحث والذي بعنوان: الدراسات التي تناولت علاقة الإعلام الرقمي أو أحد وسائله بتنمية المهارات.

الدراسات التي تناولت علاقة الإعلام الرقمي أو أحد وسائله بتنمية المهارات:

فيما يخص العلاقة بين التعرض للمضامين على أحد وسائل الإعلام الرقمي وتنمية المهارات لدى الجمهور فقد أوضحت دراسة (سوزان يوسف أحمد القليني، وآخرون، ٢٠٢٢) ^(١) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لمضامين التنمية البشرية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك – يوتيوب) وبين درجاتهم على مقياس المهارات الاجتماعية،

وعن العلاقة بين استخدام الجمهور لأحد وسائل الإعلام الرقمي وتنمية المهارات لدى الجمهور فقد أفادت دراسة (الأمير صحصاح فايز فراج، هبة محمد فهمي العطار،

(٢٠١٩) (٢) بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وتنمية المهارات الاتصالية لديهم.

أما عن مستوى الفروق المعنوية لدى الجمهور في التعرض لأحد وسائل الإعلام الرقمي فقد خلصت دراسة (سوزان يوسف أحمد القليني، وآخرون، ٢٠٢٢) (٣) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في كثافة تعرضهم لمضامين التنمية البشرية على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمُتغير النوع والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، ولكنها أكدت على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في كثافة تعرضهم لمضامين التنمية البشرية على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمُتغير المستوى التعليمية، كما أظهرت دراسة (الأمير صحصاح فايز فراج، هبة محمد فهمي العطار، ٢٠١٩) (٤) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمُتغير النوع، وهو لصالح المتوسط الأكبر أي الإناث.

وبالنسبة مستوى الفروق المعنوية لدى الجمهور في تنمية المهارات فقد بينت دراسة (سوزان يوسف أحمد القليني، وآخرون، ٢٠٢٢) (٥) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجاتى الشباب (عينة الدراسة) على مقياس المهارات الاجتماعية وفقاً للمستوى التعليمي، وجاءت الفروق وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي ووفقاً لمُتغير النوع لصالح الذكور، كما توصلت دراسة (الصادق عبد الصادق البدوي بلة، أميرة عبد الحي حسن درار، ٢٠٢١) (٦) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الطلاب في اختبار قياس مهارات الخط العربي: (الوضوح/ والتناسق/ والجمال) في الامتحان البعدي بين (المجموعة التجريبية) و(المجموعة الضابطة) لصالح المجموعة التجريبية، وقد أفادت دراسة (سلوى يحيى محمد الحداد، ٢٠٢٠) (٧) بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدور مواقع التواصل في تنمية المهارات الحياتية لدى الطلب وفقاً لمُتغير الجنس أو التخصص أو المستوى الدراسي، كما أوضحت دراسة (الأمير صحصاح فايز فراج، هبة محمد فهمي العطار، ٢٠١٩) (٨) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تنمية المهارات الاتصالية لدى الشباب السعودي، وكذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب في المرحلة العمرية من (١٨ - ٣٠) سنة في تنمية المهارات الاتصالية لدى الشباب السعودي، وقد أفادت دراسة (سلامة عبد العزيز السيد الخولي، ٢٠١٨) (٩) بوجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح التطبيق البعدي لأدوات البحث، في تنمية مهارات التفكير الإبداعي ومهارات التعلم التشاركي، وقد أكدت دراسة (صلاح الدين محمد صديق الأمين، ٢٠١٧) (١٠) على مدى إسهام شبكة الفيسبوك والواتساب في مهارات تقانة المعلومات حيث كانت في جامعة الخرطوم جيد جداً بنسبة (30%) وممتازة بنسبة (24%)، وفي جامعة النيلين كانت الإجابة حول ممتاز بنسبة (32%) وجيد ووسط بنسبة (24%).

وعن العلاقة بين حجم الدعم الإلكتروني وتنمية المهارات لدى الجمهور فقد أظهرت دراسة (فهد بن سليم سالم الحافظي، ٢٠٢١) (١١) إلى وجود تأثير كبير للدعم الإلكتروني في تنمية الجوانب المعرفية والأدائية لمهارات البرمجة.

وفيما يتعلق بأنشطة الجمهور على الإعلام الرقمي أو أحد وسائله فقد بينت دراسة (صفا محمود عثمان، ٢٠٢١) ^(١٢) تأكيد عينة الدراسة على تحقق القدرة على التواصل مع الآخرين وسهولة التعبير عن وجهة نظرهم عبر موقع الإنستجرام، وقد كشفت دراسة (Johan Eddy Luaran, et.al, 2014) ^(١٣) عن أن الطلاب (عينة الدراسة) يشعرون بأن الفيسبوك Facebook مهم بالنسبة لهم للتواصل مع أصدقائهم عبر منشورات الصفحات، وللتجمع تحت مجموعة من الاهتمامات المتشابهة، ولقاء أصدقاء جدد.

أما عن معدلات تعرض الجمهور لأحد وسائل الإعلام الرقمي فقد خلصت دراسة (صفا محمود عثمان، ٢٠٢١) ^(١٤) إلى ارتفاع تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع الإنستجرام بشكل خاص خاصًا الشباب من الجمهور الإماراتي.

وبالنسبة لدور الإعلام الرقمي أو أحد وسائله في تنمية المهارات المختلفة لدى الجمهور فقد بينت دراسة (Svitlana Mykytiuk, et.al, 2022) ^(١٥) أن درجات التحصيل كانت أعلى للمجموعة التجريبية مقارنة بالمجموعة الضابطة من حيث توسيع المفردات، وزيادة الإلمام بقواعد اللغة الإنجليزية، وتطوير المهارات التفاعلية، وإدارة الخطاب، والنطق، مما يؤكد على الدور الفعال الذي يقوم به الفيسبوك Facebook في تنمية مهارات التحدث باللغة الإنجليزية، كما أظهرت دراسة (سلوى يحيى محمد الحداد، ٢٠٢٠) ^(١٦) أن لمواقع التواصل الاجتماعي دورًا إيجابيًا في تنمية المهارات الحياتية بشكل عام لدى طلبة كلية التربية، وفي تنمية كل مهارة فرعية على حدة، وقد أوضحت دراسة (سليمان أحمد سليمان حرب، إسماعيل عمر على حسونة، ٢٠٢٠) ^(١٧) وجود فرق دال إحصائيًا بين القياسين القبلي والبعدى ولصالح التطبيقى البعدى؛ مما يؤكد على فاعلية وكفاءة قناة التدريب عبر قناة يوتيوب تنمية مهارات تصميم المقاييس الإلكترونية لدى طالبات كلية التربية في جامعة الأقصى بغزة، فقد كشفت دراسة (Mohamed Elzomor, et.al, 2020) ^(١٨) عن فعالية منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز المهارات وزيادة المشاركة والاهتمام المستمر بدورات إدارة البناء. كما أنها أوضحت أن تكامل منصات التواصل الاجتماعي تؤدي إلى إحداث تأثير إيجابي على الطلاب والذي أصبح ممكنًا من خلال التعرض الواقعي لقضايا تعليم البناء، وقد أشارت دراسة (حليمة على محمد الوشاح، ٢٠٢٠) ^(١٩) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في المتوسط الحسابي لمجموعتي الدراسة في كل من اختبار مهارة القراءة واختبار مهارة الكتابة لصالح المجموعة التجريبية التي درست محتوى الوحدة الثانية Fighting global warming بتوظيف الفيسبوك لتنمية مهارة القراءة ومهارة الكتابة، وقد أفادت دراسة (Tamalika Bhowmick, Shuvankar Madhu, 2020) ^(٢٠) بأن معظم الأبحاث الأولية في هذا المجال أشارت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها في الغالب تأثيرات إيجابية على الحياة الاجتماعية والرفاهية، فقد زاد مستخدمو المواقع الاجتماعية من رأس المال الاجتماعي والدعم الاجتماعي والشعور بالانتماء للمجتمع، فيمكن لمواقع التواصل الاجتماعي زيادة السعادة والاهتمام بدائرتنا الاجتماعية من خلال رعاية وتطوير مهاراتنا الاجتماعية. لكن كل هذا يتوقف على يد المستخدم، فالاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي ضار، كما أكدت دراسة (Niken Dwiretno Galuh Agrikaltarini, et.al, 2019) ^(٢١) على

تطوير الطلاب لمهاراتهم التحليلية من خلال نشاطهم في دراسة وفحص الكتابات القصصية لأقرانهم المنشورة على الإنستجرام وميزة التعليق أو التعقيب الخاص بأقرانهم على الإنستجرام، وقد بينت دراسة (أمل جودة مجد، ٢٠١٨) ^(٢٢) فاعلية استراتيجي التعلم الإلكتروني (الفردى والجماعي) القائمتان على استخدام الخرائط الذهنية الرقمية في تنمية معارف الطلاب لمهارات البحث في بنك المعرفة المصري، وأفضلية استراتيجية التعلم الفردي القائم على الخرائط الذهنية الرقمية في تنمية مهارات البحث للطلاب في بنك المعرفة، وقد أوضحت دراسة (Ni Made Anggi Arlina Putri, 2018) ^(٢٣) أن مواقع التواصل الاجتماعي زودت الطلاب بعملية تعلم أفضل من خلال مجموعة متنوعة من موارد الوسائط المتعددة التي تعزز استراتيجيات التعلم المستقل وتحسن من تحصيلهم للكتابة باللغة الإنجليزية، كما كشفت دراسة (Khaled Dweikat, 2016) ^(٢٤) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تحصيل المجموعة التجريبية تعزى إلى استخدام الفيسبوك بالإضافة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تحصيل المجموعة التجريبية قبل استخدام الفيسبوك وبعد استخدامه، مما يعني أن الفيسبوك له دورًا هامًا في تحسين مهارة التواصل باللغة الإنجليزية لدى المبحوثين، وقد خلصت دراسة (Mervat Abd Elfatah Ali Said Ahmed, 2016) ^(٢٥) إلى تفوق المجموعة التجريبية على المجموعة الضابطة في الاختبار البعدي لقواعد اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية والكتابة بها، ويعزى هذا الاختلاف إلى استخدام الفيسبوك Facebook، مما يدل على الدور الذي لعبه الفيسبوك في تطوير مهارات المناقشة والكتابة في القواعد النحوية في اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية لطلاب الجامعات، وكذلك بينت دراسة (Irina Maiorescu, et.al, 2015) ^(٢٦) أن الوقت الذي يقضيه التفاعل الاجتماعي عبر الإنترنت (الفيسبوك) مع الأصدقاء أطول من الوقت الذي يقضيه في المناقشات وجهًا لوجه، ولهذا فإن المهارات الاجتماعية للمستخدمين اللازمة لعملهم في المستقبل لا تتأثر باستخدامهم للفيسبوك، وأخيرًا توصلت دراسة (Johan Eddy Luaran, et.al, 2014) ^(٢٧) إلى أن الطلاب (عينة الدراسة) لا يعتقدون أن الفيسبوك Facebook له أي تأثير على تحسين مهاراتهم الاجتماعية.

وأخيرًا فيما يتعلق باتجاهات الجمهور نحو توظيف وسائل الإعلام الرقمي في تنمية المهارات المختلفة لديهم فقد أكدت دراسة (Svitlana Mykytiuk, et.al, 2022) ^(٢٨) على أن المبحوثين لديهم اتجاهات إيجابية نحو نجاح الأنشطة المدعومة من الفيسبوك Facebook في المنهجية الجديدة وفائدتها في تطوير جميع مؤهلات التحدث التي تم فحصها.

التعليق على الدراسات السابقة والاستفادة منها:

تمحورت الدراسات السابقة نحو دور وسائل الإعلام الرقمي في تنمية المهارات المختلفة لدى الجمهور، وقد استعرضت هذا المحور هذه النوعية من الدراسات حيث دور مواقع التواصل الاجتماعي أو أحد وسائلها في تنمية أي مهارة لدى الجمهور، ولكن أغلبية الدراسات وخصوصًا الدراسات الأجنبية اقتصرت على المهارات الخاصة بالقراءة والتحدث والكتابة باللغة الإنجليزية، أما عن باقى الدراسات فقد تنوعت بين المهارات الاجتماعية ومهارات البحث ومهارات الاتصال، ولكن لم توجد دراسة من ضمن هذه الدراسات جمعت

بين الدور الذي تقوم به جميع وسائل الإعلام الرقمي في تنمية مهارات الجمهور بشكل عام والمهارات الإعلامية لطلاب الإعلام بشكل خاص وفي ظل تأثيرات تعرضهم لها بشكل مستمرًا بحكم الدراسة الأكاديمية لهم في المرتبة الأولى والحياة الاجتماعية الخاصة بهم في المرتبة الثانية، وهذا ما ستقوم به الباحثة في هذه الدراسة نظرًا لأهمية الموضوع من حيث أن فئة الشباب باعتبارهم شريحة هامة وقطاعًا فاعلًا في المجتمع، وإقبالهم على استخدام وسائل الإعلام الرقمي المختلفة لاستقصاء المعلومات منها، وما يتضمن ذلك من مآخرا خصوصًا وسائل الإعلام الرقمي سلاح ذو حدين فكما توجد لها تأثيرات إيجابية على الفرد لها أيضًا تأثيرات سلبية وهذا ما سيقوم به الباحث بتناوله في هذه الدراسة.

الإطار النظري للدراسة (مدخل الاستخدامات والتأثيرات):

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري إلى مدخل الاستخدامات والتأثيرات، في كيفية إنتقاء أفراد الجمهور للرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقًا لاحتياجاتهم الخاصة، وأنهم يقومون باختيارات واعية من المحتوى الاتصالي وينتقون ما يُشاهدونه مما ساهم في خلق تنوع في التأثيرات الاتصالية التي تستند إلى حاجة أفراد الجمهور بشكل أساسي (مكاوي، السيد، ٢٠٠٤، ص ٢٤٢) ^(٢٩)، مؤكدًا على أنه تحت ظروف معينة وضمن أطر مُشاهدة مُحددة، فإن عملية المُشاهدة قد تختلف، وبالتالي فإن تأثيراتها ستكون مُختلفة، خاصًا طبقًا لمُتغير ثالث مُختلف في طبيعته ألا وهو مُتغير نشاط الجمهور (Rouner, 1984, pp. 168) (174 –) ^(٣٠).

وقد أثبت مدخل الاستخدامات والتأثيرات أن أفراد الجمهور يُشاهدون التليفزيون بشكل رئيسي لأسباب مُحددة، كما يفترض ذا المدخل أن معاني النصوص الاتصالية تكون موجودة في أذهان أفراد الجمهور القوي الذي تُحركه دوافع مُحددة للتعرض (Livingstone, 1998. Pp. 36 – 49) ^(٣١).

وقد قام مدخل الاستخدامات والتأثيرات بتغيير الطرق التقليدية للتفكير في التأثيرات الاتصالية من خلال دراسته لكيفية استقبال الجمهور للرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقًا لاحتياجاتهم الخاصة (Eldridge, et.al, 1997, p. 126) ^(٣٢)، ويُحاول الاتجاه الحديث في البحوث الإعلامية المزج بين الاستخدامات والتأثيرات مُفترضًا أن أفراد الجمهور يبحثون عن وسائل الاتصال للحصول على معلومات مُعينة، وبحصولهم عليها فإنهم يبدأون في التصرف بطريقة ينة بناءً على هذه المعلومات، ثم يرجعون للوسيلة للحصول على المزيد منها، وهكذا تستمر العملية (Lorimer, Scannell, 1994, p. 162) ^(٣٣).

ومدخل الاستخدامات والتأثيرات لا يفترض وجود علاقة مُباشرة بين الرسائل والتأثيرات الاتصالية، ولكنه يفترض بدلا من ذلك أن أفراد الجمهور يضعون الرسائل الاتصالية موضوع الاستخدام، وأن مثل هذه الاستخدامات تعمل كمتغيرات وسيطة في عملية التأثير (Littlejohn, Foss, 2010, p. 223) ^(٣٤)، حيث توجد قائمة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تتوسط تأثيرات السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور، فعندما يُشاهد شخص ما مضمونًا اتصاليًا مُعينا، فإن ردود فعله أو استجاباته لهذا المضمون تعتمد على شخصية الفرد وظروفه الاجتماعية والمواقف النفسية السابقة التي مر بها، كما أن المُشاهد

يجب أن يولى أولاً انتباهًا للرسائل الاتصالية حتى يتأثر بها أو تؤثر هي عليه، وتُعد الخيارات الشخصية والاختلافات الفردية مؤثرات قوية تتوسط كل من أنماط ونتائج أو تأثيرات استخدام وسائل الاتصال، وينتج عن افتقاد المبادرة الفردية الكافية من قبل أفراد الجمهور في تعاملهم مع وسائل الاتصال تأثيرات قوية للرسائل الاتصالية عليهم، وبالتالي حاول الباحثون تحليل كيف أن الخلفيات والدوافع ومستويات التعرض المختلفة لأفراد الجمهور تؤثر على النتائج أو التأثيرات المختلفة للتعرض (Bryant, et.al, 2012, p. 130 – 133) ^(٣٥).

وقد طور باحثوا الاتصال نماذج تفسير العلاقة بين الاستخدامات والتأثيرات الاتصالية، والتي كانت موضوع التركيز الرئيسي لمدخل الاستخدامات والتأثيرات، ومنها ما يلي:

❖ **النموذج الإجرائي:** هو الذي قد وضعه ماكلويد وبيكر **McLeod & Becker** عام ١٩٧٤.

❖ **نموذج توقع القيمة:** والذي قد وضعه بالمجرين ورايبورن **Palm green & Rayburn** عام ١٩٨٥.

❖ **نموذج الاستخدامات والاعتماد:** والذي قدمه روبين وويندال **Rubin & Windahl**.

❖ **نموذج البحث عن الإشباع ونشاط الجمهور:** والذي وضعه كلاً من روبين وبيرس **Rubin & Peres** عام ١٩٨٧ (Eldridge, 1997, p. 126) ^(٣٦).

وقد اقترح مدخل الاستخدامات والتأثيرات أنه يجب أن يتم الربط بين استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال والتأثيرات الناتجة عن القرارات والسلوكيات الفردية لأفراد الجمهور تجاه هذه الوسائل ومضامينها المختلفة، ع الوضع في الاعتبار أيضاً العوامل الخاصة بالمضمون وما يُقدم من خلاله، فمن غير الممكن الإجابة عليها التساؤلات الخاصة بالدوافع الشخصية لأفراد الجمهور دون الرجوع إلى وسائل الاتصال وما تُقدمه من مضامين ^(٣٧) (McQuail, Deuze, 2020, p. 384).

وقد استخدم الباحث **مدخل الاستخدامات والتأثيرات** بهدف رصد معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي، ودوافع هذا الاستخدام، ومعرفة طريقة استخدامهم لهذه الوسائل، وأبرز وسائل الإعلام الرقمي التي يفضلون استخدامها، وتحديد النشاطات التي يقومون بها عند استخدامهم لهذه الوسائل، وقياس درجة ثقتهم في المعلومات المنشورة على هذه الوسائل، ومدى تأثير استخدامهم لهذه الوسائل على استخدامهم لوسائل الإعلام الأخرى، ورصد تقييمهم لوسائل الإعلام الرقمية من حيث (الإيجابيات/ والسلبيات)، وأخيراً الكشف عن التأثيرات الناتجة عن استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية.

الإطار المعرفي للدراسة (الإعلام الرقمي):

تعود فكرة الإنترنت إلى الستينات من القرن العشرين، حيث قدمت وكالة مشروعات بحوث الدفاع عام ١٩٦٢م مُقترحاً يهدف إلى ربط عدد من الشبكات وأجهزة

الحاسب الآلي المختلفة ببعضها البعض، فعندما كانت الحكومة الأمريكية تخشى أن تتعرض الحاسبات الإلكترونية الحربية إلى ضربات نووية من قبل الاتحاد السوفيتي، سعت إلى البحث عن حل لهذه الإشكالية، فكان الإنترنت هو الحل الأمثل، ولم يكن مُتاحًا إلا للمجال العسكري حينذاك، وفي عام ١٩٧٥ بدأ العمل به على المستوى الأكاديمي والاقتصادي بهدف الخدمة العامة، ليكون بعد ذلك مسار معلومات دولي سريع، حيث يتميز الإنترنت بعدة مزايا، ومنها ما يلي:

- ❖ سرعة انتشار المعلومات.
- ❖ سرعة تبادل المعلومات.
- ❖ تبادل الوثائق والمستندات.
- ❖ المحادثات والمناقشات.
- ❖ سهولة الاستعمال وقلة التكلفة (مكاوي، علم الدين، ٢٠٠٩، ص ٢٤٠ – ٢٤١) (٣٨).

وقد تنوعت تعريفات التي قُدمت لاستجلاء مفهوم هذا النوع من الإعلام، فعرفته **موسوعة الويب "ويبوبديا Webopedia"** بأنه يُشير إلى العديد من الأشكال المُستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر، وعرفته **كلية Sheridan** بأنه "كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يُقدم ي شكل رقمي وتفاعلي (صادق، ٢٠٠٨، ص ٣٢) (٣٩). وعرفه قاموس **التكنولوجيا الرفيعة** بأنه "إندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة" (العززي، ٢٠١٦، ص ١٣) (٤٠). ورغم غزارة التعريفات التي قُدمت حول **مفهوم الإعلام الرقمي**، إلا أن العديد من الأدبيات تُشير إلى صعوبة وضع تعريف جامع مانع، ولكنها تُشير في الوقت نفسه إلى إمكانية الوقوف على مجموعة من نقاط الاتفاق حول **مفهوم الإعلام الرقمي**، ومن أهمها الآتي:

- ❖ أنه يُشير إلى حالة التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المُستحدثة عن التقليدية خاصًا فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية **Individuality** والتخصص **Customization**، وهما تآبيان نتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية (صادق، ٢٠٠٨، ص ٣٤) (٤١).
- ❖ أنه ليس إنترنت فقط، فبعض تطبيقاته بعيدة كليًا عن المبادئ التي تقوم عليها تكنولوجيا الإنترنت، فالإعلام الرقمي يحوى عددًا من التكنولوجيات الاتصالية التي ظهرت بعد أول تطبيق للنشر الإلكتروني من نص وصورة ساكنة في نظم الكمبيوتر والشبكات المُبتكرة، إلى تطبيقات الاتصال غير المسبوقة على الإنترنت (شفيق، ٢٠١٠، ص ٦٢) (٤٢).
- ❖ إن كثير من الأشكال الإعلامية والأنماط الاتصالية الجديدة بدأت تفرض نفسها في الواقع الإعلامي، وتستقطب أعدادًا متزايدة من مُستخدمي الوسيط الاتصالي (الإنترنت) التي قامت بدمج الوسائل الاتصالية القديمة والمُستحدثة في مكان واحد، وغيرت كثيرًا من المفاهيم الإعلامية التي استقرت لسنوات طويلة عند الباحثين والأكاديمين، كما أدت

إلى تغيير الأدوار التي تقوم بها عناصر العملية الاتصالية، كالقائم بالاتصال والمتلقي والرسالة والوسيلة ورجع الصدى (أمين، ٢٠١٠ ص ١٣٢) (٤٣).

يُصنف الإعلام الجديد (الرقمي) إلى ثلاث فئات، وهي كالتالي:

- ❖ **الإعلام الجديد (الرقمي) بتكنولوجيا قديمة:** وهي مجموعة الأشكال الصحفية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية التليفونية التي تستخدم بعض الوسائط الجديدة.
- ❖ **الإعلام الجديد (الرقمي) بالتكنولوجيا الجديدة:** وهي وسائل الإعلام الرقمي التي تعمل حسب منصات مُنفردة تتسم بالسرعة والتفاعل والمشاركات والمناقشات.
- ❖ **الإعلام الجديد (الرقمي) بتكنولوجيا مختلطة:** وهي تلك التي تمزج بين الوسائل القديمة والجديدة، وتُقدم عملاً مختلطاً، وتتبادل السمات والخصائص والمنافع فيما بينهما، وتستفيد كل وسيلة من الأخرى دون تمييز (Davis, Owen, 1999) (٤٤).

أما عن خصائص الإعلام الرقمي فيمكن تلخيصها فيما يلي:

- ❖ **التفاعلية:** أي قدرة وسيلة الاتصال الرقمية على الاستجابة لحديث المُستخدم تمامًا كما يحدث في عملية المُحادثة بين شخصين.
- ❖ **تغيير أنماط السلوك:** لقد غيرت تكنولوجيا الإعلام الرقمي أيضًا بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه، فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل Active يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.
- ❖ **اندماج الوسائل:** أدت تكنولوجيا الإعلام الرقمي إلى اندماج وسائل الإعلام المُختلفة، والتي كانت في الماضي وسائل مُستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى.
- ❖ **حرية الإعلام الرقمي:** يستطيع أي مُستخدم أن يوصل رسالته إلى أنحاء العالم بتكلفة لا تُذكر، وهناك أيضًا على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يُمكن لمستخدميها مناقشة أي كوضوع يخطر على بالهم مع عدد غير مُحدد من المُستخدمين الآخرين في أنحاء مُتفرقة من العالم.
- ❖ **إعادة تدوير المعلومة:** جعل الإعلام الرقمي هذه العملية ممتدة لتشمل المعلومة ذاتها فيتم إنتاجها في صحيفة ورقية ثم تتحول لمعلومة في موقع الصحيفة على الإنترنت، وقد تتحول إلى صورة مدموجة مع معلومة أو مقطع فيديو تتداوله شبكات التواصل الاجتماعي.
- ❖ **الفردية:** إن مجرد الهوس بتلقى جديد الإنترنت أولاً بأول من أخبار ومعلومات ولا يزال (محل الدراسة) وتأمل، ولما صار الفردُ شارِكًا في صنع ونشر هذه المعلومة والخبر، نجده أكثر ارتباطًا ومتابعًا لما يقوله ويُقدمه، من تفاعل الآخرين معها وتقييمهم لها، ونشوء مجتمع افتراضي خاص به يعيش فيه كل مجتمع الواقعي.
- ❖ **المستخدم User:** اجتماع التقنية المساحة للتعبير الفرصة لإيصال الرأي عوامل أساس تضافرت لتُعزز من المفهوم الرقمي في عالم الإعلام، فالفرد لم يعد متلقيًا عاديًا بل وحدة

إنتاج في ذاته فهو الذي ينشأ المحتوى Content engerated user (إبراهيم، ٢٠١٧) ^(٤٥).

وقد جاءت وسائل الإعلام الرقمي نتيجة لظهور المُستخدثات الرقمية القائمة على الحواسيب الآلية والأقمار الاصطناعية التي تعمل بالنظام الرقمي Digital، وكذلك ظهور الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة وانتشار مُستخدميها في شتى أنحاء العالم، مما أحدث ثورة عظيمة ذات قفزات مُتسارعة في مجال الاتصالات والإعلام؛ أرزت – وما تزال تُفرز – مُستخدثات اتصالية وإعلامية تُحدث تغييرات قوية وواسعة في البيئة الاتصالية المعاصرة (الحكمي، ٢٠١٥، ص ٥٣) ^(٤٦). ويُمكننا فيما يلي تقديم أبرز هذه الوسائل بإيجاز فيما يلي:

(١) **المنصات التي تنطلق منها وسائل الإعلام الرقمي:** يُمكن اعتبار المنصات التي تنطلق منها وسائل الإعلام الرقمي بمثابة وسائل رئيسية أو وسائل أم تنطلق من عليها أو تتولد منها وسائل الإعلام الرقمي، وتتمثل أهم هذه المنصات حتى الآن في: (منصة الحاسب الآلي "الكمبيوتر"، منصات الأقمار الاصطناعية الرقمية، ومنصة الإنترنت، إضافة إلى منصة الهاتف المحمول Mobile Telephone) (الحكمي، ٢٠١٥، ص ٥٩) ^(٤٧).

(٢) **وسائل وقنوات الإعلام الرقمي:** يحتوى الإعلام الرقمي على مجموعة مُتزايدة من الوسائل والقنوات الإعلامية الرقمية، حيث تفاجئنا التقنية الرقمية بين الحين والآخر بوجود وسيلة الإعلام الرقمي الواحدة على أكثر من قناة إعلام رقمية، فعلى سبيل المثال: (تحتوى القناة القمرية الرقمية على ما يزيد عن الألف قناة تليفزيونية). كما إن شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أحد سائل الإعلام الرقمي تحتوى على العديد من قوات الإعلام كـ (اليوتيوب، والفيسبوك، وتويتتر وغيرها)، وبصفة عامة يُمكن استعراض مجموعة من أبرز وأهم هذه الوسائل على النحو التّالي:

❖ **محركات البحث:** هي مواقع على شبكة الإنترنت صممت للوصول إلى الملفات أو المواقع الأخرى من باستخدام الكلمات الافتتاحية Keyword، ومن أشهرها: (جوجل google، والتايفيزتا Altavista)، وتقوم هذه المحركات بالعديد من الوظائف الإعلامية، مثل: (الإعلام والأخبار، والمعلومات، والدعوة للأفكار المؤيدة أو المناهضة).

❖ **المواقع الإلكترونية:** هي مواقع على شبكة الإنترنت ذات قدرة على النشر المُستمر، ومزودة بأنظمة إدارة المحتوى، ومن أشهرها: (مواقع الفهارس والتصنيف Index & Category Site)، ومن أكثرها استخدامًا: (جوجل Google، ياهو Yahoo) (آل سعود، ٢٠١١، ص ٣٢) ^(٤٨).

❖ **الفضائيات التليفزيونية الرقمية:** هي تلك القنوات التليفزيونية الفضائية التي تعتمد في بث واستقبال إرسالها على الأقمار الاصطناعية الرقمية، وقد تحولت معظم القنوات التليفزيونية الأرضية إلى النظام الرقمي، ومن ثم دخلت ضمن وسائل الإعلام الرقمي، خصوصًا مع إدخال بعض الخدمات التفاعلية على هذه القنوات مثل: (رسائل SMS)،

إضافة إلى البرامج الحوارية المباشرة التي يتم فيها تلقي المكالمات التليفونية من المشاهدين على الهواء مباشرة (الحكمي، ٢٠١٥، ص ٦٢) ^(٤٩).

❖ **البريد الإلكتروني E-Mail:** وهو أسلوب لتبادل الرسائل عبر نظم الاتصال الإلكترونية وشبكة الإنترنت أو عبر شبكات الاتصال الخاصة بمنظمات ومؤسسات معينة، وهو وسيلة لإرسال واستقبال الملفات مع أي شخص لديه بريد إلكتروني بسرعة فائقة (سلطان، ٢٠١٢، ص ٣٣٨) ^(٥٠).

❖ **شبكات التواصل الاجتماعي:** هي مواقع على الإنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويُتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات وإرسالها، وإجراء المحادثات الفورية (شفيق، ٢٠١٠، ص ١٨٠) ^(٥١).

❖ **المدونات الإلكترونية:** هي أحد تطبيقات الويب على شبكة الإنترنت، التي تُتيح لكل شخص أن يُنشر كتابته بسهولة بالغة، وبطرق شتى، من خلال تقديم نصوص مدعمة بقطاعات فيديو تتضمن مشاهدة لحدث ما أو حوارات وتحقيقات تليفزيونية، وكذلك ملفات صوتية وروابط لوسائل إعلام أخرى، ومواقع مُتنوعة، إضافة إلى تعليقات الجمهور، وما يُقدمونه من مشاركات، وهذا ما يترى حالة تقديم وطرح القضايا والآراء المختلفة داخل المدونات لتكوين وسيلة إعلامية جديدة أكثر فاعلية وثرًا (شقرة، ٢٠١٤، ص ٦٠ – ٦١) ^(٥٢).

❖ **قنوات وتطبيقات الهاتف المحمول:** تُعد من القنوات والتطبيقات الاتصالية والإعلامية من أبرز الخدمات التي تُقدم عبر الهاتف الجوال، ومن أهمها: (خدمة الرسائل القصيرة SMS، والخدمات الإخبارية، والخدمات التوعوية كـ "الأمنية/ والصحية"، إضافة إلى البرامج والتطبيقات الاتصالية والإعلامية)، والتي من أبرزها: (تطبيق الواتاب What's up، وتطبيق Line، وتطبيق هاي Hi، وتطبيق Keek، وتطبيق إنستجرام Instagram، وتطبيق سناب شات Snapchat وغيرها) من التطبيقات التي تُعتبر وسائل أو شبكات للتواصل الاجتماعي والتي تُتيح لمستخدميها تبادل الملفات والصور وإجراء المحادثات الصوتية، ومحادثات الفيديو، بشكل مجاني أو شبه مجاني (عبد المقصود، ٢٠١٠، ص ٤) ^(٥٣).

الأطر المنهجية:

❖ **نوع الدراسة ومنهجها:** تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وتعتمد على المنهج المسحي survey الكمي، فالمسح ينصب على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة، في مكان معين وزمان معين، بما يساعد على فهمها أو إصدار الأحكام بشأنها، وقد تم اعتماد المسح الوصفي التفسيري.

❖ **أدوات الدراسة:** استخدم الباحث استمارة الاستبيان عبر الإنترنت (الاستبيان الإلكتروني) كأداة لجمع البيانات، باعتبار أن الاستبيان أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات مباشرة من العينة المختارة، وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة

المُحددة، وذلك بهدف التعرف على حقائق مُعينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية مُعينة.

ولتأكد من مدى صلاحية هذه الأداة في جمع بيانات الدراسة قام الباحث باختبار صدق مقاييس الدراسة، حيث اعتمد الباحث على الصدق الظاهري لقياس مدى صدق أداة جمع البيانات (الاستبيان الإلكتروني) لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه وذلك من خلال الفحص المدقق لكل بند/ سؤال والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسه في إطار الموضوع الأساسي.

كما قام الباحث بعرض الاستمارة على عدد من المُحكّمين والمُتخصصين في مجال الإعلام والعلاقات العامة والإعلان (*)، للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بتعديل الاستمارة وصياغة الأسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم الأساتذة المحكمين، وتم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

وقد تم إجراء اختبار الثبات أيضاً من خلال إعادة تطبيق استمارة الاستبيان الخاصة بطلاب الإعلام التربوي على 40 مفردة من المبحوثين أنفسهم بواقع (10%) من إجمالي حجم العينة وتم حساب الثبات باستخدام معامل (ارتباط بيرسون) بين التطبيقين (القياسين الأول والثاني) حيث بلغت قيمته (0.875) وهي نسبة ثبات مرتفعة في أسئلة المقاييس.

❖ **مُجْتَمَعُ الدِّرَاسَةِ:** يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب كليات الإعلام بالمملكة العربية السعودية.

❖ **عَيْنَةُ الدِّرَاسَةِ:** تمثلت عينة الدراسة الميدانية في (400 مفردة) من طلاب كليات الإعلام بالمملكة العربية السعودية الذين يستخدمون أو يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمي من مختلف المستويات الإجتماعية والثقافية والاقتصادية، وقد تم اختيار هذه العينة بشكل عمدي، فهي عينة عمدية أي إن العينة قد تم اختيارها بناء على مواصفات مُعينة حددتها الدراسة (علام، ٢٠١٢، ص١٧٣) ^(٥٤)، وهناك مجموعة من المُبررات التي تم على أساسها اختيار عينة الدراسة الميدانية، هي كالتالي:

(* أسماء الأساتذة المُحكّمين طبقاً للترتيب الأبجدي والمنصب الجامعي):

- ❖ أ.د/ عوض إبراهيم عوض عضو هيئة التدريس بجامعة الملك خالد، المملكة العربية السعودية.
- ❖ أ.د/ السيد عزت الشحات أستاذ بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنصورة.
- ❖ د/ ليلي فقيري عضو هيئة التدريس بجامعة الملك خالد،
- ❖ د/ دعاء فتحى سالم الأستاذ بقسم علوم الاتصال، بكلية الإعلام، جامعة الملك عبد العزيز.

- ◀ أولاً: أنهم يستخدمون أو يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمي.
- ◀ ثانياً: أنهم من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، وبالتالي سيتعرف الباحث إذا كان إخلال العوامل الديموغرافية له تأثير أم لا.
- وقد وزعت عينة الدراسة من حيث الخصائص الديموغرافية للمبحوثين على النحو المبين بالجدول التالي:**

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة (ن=٤٠٠)

البيانات الشخصية			
النوع	ك	%	
النوع	ذكر	252	63
	أنثى	148	37
	الإجمالي	400	100
الفرقة الدراسية	الأولى	76	19
	الثانية	39	9.8
	الثالثة	37	9.2
	الرابعة	248	62
	الإجمالي	400	100
متوسط دخل الأسرة	أقل من ٥٠٠٠ ريال	66	16.5
	من ٥٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠ ريال	150	37.5
	أكثر من ١٠٠٠٠ ريال	184	46
	الإجمالي	400	100
نوع السكن	فيلا	255	63.8
	شقة في حي راق	52	13
	شقة في حي متوسط	73	18.2
	شقة في حي شعبي	20	5
	الإجمالي	400	100
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	57	14.3
	متوسط	131	32.7
	مرتفع	212	53
	الإجمالي	400	100

توضح بيانات هذا الجدول الخصائص الديموغرافية للمبحوثين (عينة الدراسة)، حيث جاءت على النحو التالي:

- ❖ من حيث النوع: بلغت نسبة الذكور ضمن عينة الدراسة (63%)، بينما بلغت نسبة الإناث (37%) من إجمالي عينة الدراسة.
- ❖ من حيث الفرقة الدراسية: كانت غالبية المبحوثين من طلاب الفرقة الرابعة بنسبة (70.5%)، تلتها نسبة المبحوثين من طلاب الفرقة الأولى (19%)، ومن ثم ظهرت لنسبة (9.8%) في المرتبة الثالثة للمبحوثين من طلاب الفرقة الثانية، أخيراً نجد أن نسبة المبحوثين من طلاب الفرقة الثالثة (9.2%) من إجمالي عينة الدراسة.

- ❖ **من حيث متوسط الدخل للأسرة:** كانت غالبية المبحوثين بنسبة (74.3%) ذوى متوسط دخل مُتوسط (من ٥٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠ ريال)، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوى دخل مُرتفع (أكثر من ١٠٠٠٠ ريال) (46%)، وأخيراً نجد نسبة المبحوثين ذوى متوسط دخل المُنخفض (أقل من ٥٠٠٠ ريال) (16.5%) من إجمالي عينة الدِّراسة.
- ❖ **من حيث متوسط نوع السكن:** كانت غالبية المبحوثين يقيمون فيلا حيث كانت نسبتهم (63.8%)، في حين بلغ نسبة المبحوثين الذين يقيمون في شقة بحي متوسط (18.2%)، بينما كانت نسبة المبحوثين الذين يقيمون في شقة بحي راقٍ (13%)، وأخيراً كانت نسبة المبحوثين المُقيمين بشقة في حي شعبي (5%) من إجمالي عينة الدِّراسة.
- ❖ **من حيث المُستوي الاقتصادي الاجتماعي:** كانت غالبية المبحوثين بنسبة (53%) ذات المُستوي الاقتصادي الاجتماعي المرتفع، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذات المُستوي الاقتصادي الاجتماعي المتوسط (32.7%)، علي حين بلغت نسبة المبحوثين ذات المُستوي الاقتصادي الاجتماعي المنخفض (14.3%) من إجمالي العينة.

تساؤلات الدِّراسة:

- (١) ما معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي، وما دوافع هذا الاستخدام؟
- (٢) ما طريقة استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي، وما أبرز وسائل الإعلام الرقمي التي يفضلون استخدامها؟
- (٣) ما النشاطات التي يقوم بها طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية عند استخدام وسائل الإعلام الرقمي؟
- (٤) ما مدى ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي؟
- (٥) ما مدى تأثير استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي على استخدامهم لوسائل الإعلام الأخرى؟
- (٦) ما تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث (الإيجابيات/ والسلبيات)؟
- (٧) ما التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية؟
- (٨) ما السمات الديموغرافية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) الذين يستخدمون أو يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمي؟

فروض الدراسة:

- ❖ **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية.
- ❖ **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية.
- ❖ **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث (الإيجابيات/ والسلبيات) والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية.
- ❖ **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

(أ) المقاييس الوصفية: وقد اشتملت على ما يلي:

- ❖ التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ❖ المتوسط الحسابي.
- ❖ الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- ❖ الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة.

(ب) الاختبارات الإحصائية: وقد تضمنت هذه الاختبارات ما يلي:

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

(ج) معاملات الارتباط Correlation: وقد اشتملت على ما يلي:

- ❖ معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

وقد قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أى عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية:

جدول رقم (٢)

يوضح مدى استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي

مدى الاستخدام	ك	%
دائمًا	374	93.5
أحيانًا	20	5
نادرًا	6	1.5
الإجمالي	400	100

تُفيد بيانات هذا الجدول بأن الغالبية العظمى من طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بنسبة (93.5%) دائمًا ما يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي، ويُمكن إرجاع ذلك لأن وسائل الإعلام الرقمي هيأت لمستخدميها خاصًا الشباب عالمًا خاصًا بهم، خصوصًا بعد الجيل الرابع من الهواتف الذكية، على حين يتعرض لها أحيانًا نسبة (5%)، بينما بلغ عدد المبحوثين الذين يستخدمون نادرًا وسائل الإعلام الرقمي (6) مبحوثًا أي بنسبة (1.5%) من إجمالي المبحوثين، ويُمكننا إرجاع ذلك إلى أن هذه الوسائل قدمت لطلاب كليات الإعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والأفكار، وأسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تقدرت هذه الوسائل بالفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الإعلام المُختلفة في نقل الأحداث والفعاليات بصورة مُباشرة وسريعة، كما أتاحت وسائل الإعلام الرقمي فرصًا لهم لإبراز ذواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم في الأحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الأخرى، والتعبير عن آرائهم في الأحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير.

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج دراسة (صفا محمود عثمان، ٢٠٢١) ^(٥٥) والتي قد أشارت نتائجها إلى ارتفاع تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع الانستجرام بشكل خاص خاصًا الشباب من الجمهور الإماراتي.

جدول رقم (٣)

يوضح معدلات استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي في الأسبوع

معدلات الاستخدام في الأسبوع	ك	%
يوميًا	332	83
من أربعة إلى ستة مرات في الأسبوع	52	13
من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع	16	4
الإجمالي	400	100

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن غالبية المبحوثين يستخدمون يوميًا لوسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (83%)، ويمكننا إرجاع ذلك إلى أن طلاب كليات الإعلام يُستخدمون هذه الوسائل للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفي، كما أنه يستخدمها بهدف الغرض الأكاديمي وذلك من خلال التعرف على آخر الأخبار والأحداث العالمية والمحلية التي تُسمى مهاراتهم الإعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور، ومن ثم أصبح طلاب كليات الإعلام يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية، كما أن هذه الوسائل تُهيئ لمستخدميها خاصًا الشباب عالمًا خاصًا بهم، خصوصًا بعد الجيل الرابع من الهواتف الذكية، بينما كانت نسبة من يستخدمونها من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع (13%)، وأخيرًا نجد أن عدد المبحوثين الذين يستخدمون لهذه الوسائل مرة واحدة في الأسبوع بلغ (16) مبحوثين أي بنسبة (4%).

وتتفق نتائج هذا الجدول إلى حد كبير مع نتائج الجدول رقم (٢) الذي يتناول مدي استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي، والذي قد أفادت نتائجه بأن (98.5%) من طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي بشكل يتراوح ما بين دائمًا وأحيانًا.

جدول رقم (٤)

يوضح معدلات استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي في اليوم الواحد

معدلات الاستخدام في اليوم الواحد	ك	%
ثلاث ساعات فأكثر	265	66.2
من ساعة إلى ثلاث ساعات في اليوم الواحد	108	27
أقل من ساعة في اليوم الواحد	27	6.8
الإجمالي	400	100

تُشير بيانات هذا الجدول إلى أن غالبية المبحوثين يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي ثلاث ساعات فأكثر في اليوم الواحد حيث بلغت نسبتهم (66.2%)، ويمكن إرجاع ذلك نظرًا لسهولة الاستخدام لهذه الوسائل للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفي ونشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي ومُتعدد الوسائط، بينما كانت نسبة من يستخدمون هذه الوسائل من ساعة إلى ثلاث ساعات في اليوم الواحد (27%)، وأخيرًا نجد أن عدد المبحوثين الذين يستخدمون هذه الوسائل أقل من ساعة في اليوم الواحد بلغ (27) مبحوث أي بنسبة (6.8%)، ويمكن إرجاع ذلك لانتشار وسائل الإعلام الرقمي بشكل واسع جدًا في

المجتمع وسهولة استخدام خاصًا لطلاب كليات الإعلام، واعتمادهم بشكل كبير عليها للحصول على المعلومات في المجالات المختلفة، وذلك لسهولة الاستخدام للدراسة ولتفريغ الشحن العاطفي ونشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي ومُتعدد الوسائط. كما أنهم يستخدمها بهدف الغرض الأكاديمي وذلك من خلال التعرف على آخر الأخبار والأحداث العالمية والمحلية التي تُنمى مهاراتهم الإعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور، ومن ثم أصبح طلاب كليات الإعلام يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية، كما أن هذه الوسائل تُهيئ لمستخدميها خاصًا الشباب عالمًا خاصًا بهم، خصوصًا بعد الجيل الرابع من الهواتف الذكية.

وتتفق نتائج هذا الجدول إلى حد كبير مع نتائج الجدول رقم (٢) الذي يتناول مدي استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي، والذي قد أفادت نتائجه بأن (98.5%) من طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي بشكل يتراوح ما بين دائمًا وأحيانًا.

جدول رقم (٥)

يوضح مُدة استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي

مدة الاستخدام	ك	%
أكثر من سنتين	364	91
من سنة إلى سنتين	22	5.5
أقل من سنة	14	3.5
الإجمالي	400	100

توضح بيانات هذا الجدول مُدة استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي، فنجد أن المبحوثين الذين يستخدمونها منذ أكثر من سنتين احتلوا الصدارة بنسبة (91%)، بينما بلغت نسبة من استخدموا وسائل الإعلام الرقمي من سنة إلى سنتين (5.5%)، وأخيرًا نجد نسبة (3.5%) والتي كانت للمبحوثين الذين كانوا يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي منذ أقل من سنة.

ويُمكن إرجاع ذلك إلى أنى أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) من طلاب الفرقة الرابعة والثالثة، وهذا ما قد أفادت به نتائج الجدول رقم (١) الذي استعرض خصائص عينة الدراسة والذي أوضح أن غالبية المبحوثين من طلاب الفرقة الرابعة بنسبة (70.5%)، تلتها نسبة المبحوثين من طلاب الفرقة الأولى (19%)، ومن ثم ظهرت لنسبة (9.8%) في المرتبة الثالثة للمبحوثين من طلاب الفرقة الثانية، أخيرًا نجد أن نسبة المبحوثين من طلاب الفرقة الثالثة (9.2%) من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (٦)
يوضح درجة اعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) على وسائل الإعلام الرقمي

درجة الاعتماد	ك	%
اعتمد بدرجة كبيرة	241	60.2
اعتمد بدرجة متوسطة	139	34.8
اعتمد بدرجة ضعيفة	20	5
الإجمالي	400	100

تُبين بيانات هذا الجدول أن غالبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمي بدرجة كبيرة حيث بلغت نسبتهم (60.2%)، ويمكن إرجاع ذلك نظرًا لسهولة الاستخدام والاعتماد على هذه الوسائل للدراسة ولتفريغ الشحن العاطفي ونشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي ومُتعدد الوسائط، كما أنهم اعتمدوا عليها بهدف الحصول على المعلومات في المجالات المُختلفة، بينما كانت نسبة من يعتمدون على هذه الوسائل بدرجة متوسطة (34.8%)، وأخيرًا نجد أن عدد المبحوثين الذين يعتمدون على هذه الوسائل بدرجة ضعيفة بلغ (20) مبحوث أي بنسبة (5%)، لانتشار وسائل الإعلام الرقمي بشكل واسع جدًا في المجتمع وسهولة استخدام خاصًا لطلاب كليات الإعلام، واعتمادهم بشكل كبير عليها للحصول على المعلومات في المجالات المُختلفة، وذلك لسهولة الاستخدام للدراسة ولتفريغ الشحن العاطفي ونشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي ومُتعدد الوسائط. كما أنهم يستخدمونها بهدف الغرض الأكاديمي وذلك من خلال التعرف على آخر الأخبار والأحداث العالمية والمحلية التي تُنمى مهاراتهم الإعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور، ومن ثم أصبح طلاب كليات الإعلام يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية، كما أن هذه الوسائل تُهيئ لمستخدميها خاصًا الشباب عالمًا خاصًا بهم، خصوصًا بعد الجيل الرابع من الهواتف الذكية. وتتفق نتائج هذا الجدول إلى حد كبير مع نتائج الجدول رقم (٥) والذي قد تناول مدة استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي والتي قد توصلت نتائجها إلى أن المبحوثين الذين يستخدمونها منذ أكثر من سنتين احتلوا الصدارة بنسبة (91%)، بينما بلغت نسبة من استخدموا وسائل الإعلام الرقمي من سنة إلى سنتين (5.5%)، وأخيرًا نجد نسبة (3.5%) والتي كانت للمبحوثين الذين كانوا يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي منذ أقل من سنة.

جدول رقم (٧)

يوضح الأجهزة الرقمية التي يُفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)

التصفح من خلالها على وسائل الإعلام الرقمي

الأجهزة الرقمية	ك	%
الهاتف الذكي	396	99
الأيباد	147	36.8
اللاب توب Laptop	141	35.3
الحاسب الألي Computer	53	13.3
الإجمالي	400	

تُفيد بيانات هذا الجدول بالأجهزة الرقمية التي يُفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) التصفح من خلالها على وسائل الإعلام الرقمي، فنجد أن الهاتف الذكي قد احتل الصدارة بنسبة (99%)، ويُمكن إرجاع ذلك نظرًا لانتشارها في المجتمع العربي بشكل عام والمجتمع السعودي بشكل خاص، فقد أصبحت الهواتف الذكية جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، كما أنها تُمكننا من استخدام جميع وسائل الإعلام الرقمي بسهولة ويسر في أي مكان وفي أي وقت، نظرًا لسهولة حمله في اليد، ومن ثم ظهر الأيباد بنسبة (36.8%)، ويُمكن إرجاع ظهوره بعد الهاتف المحمول نظرًا لأن ليس الجميع يمتلكونه على عكس الهاتف الذكي، أما عن نسبة (35.3%) فقط ظهرت لأجهزة اللاب توب Labtop، ويُمكن إرجاع ذلك أيضًا إلى أن ليس جميع طلاب كليات الإعلام يمتلكونه وأيضًا لصعوبة تواجده معهم في كل مكان، ونجد في المرتبة الأخيرة الحاسب الألى Computer بنسبة (13.3%)، ويُمكن إرجاع ذلك لكبر حجمه وصعوبة تواجده مع الطلاب في كل مكان كـ (الهواتف الذكية، والأيباد).

جدول رقم (٨)

يوضح وسائل الإعلام الرقمية التي يُفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) استخدامها

وسائل الإعلام الرقمية	ك	%
مواقع التواصل الاجتماعي كـ (الفيسبوك، اليوتيوب، تويتر، سناب شات، انستجرام ... إلخ)	374	93.5
المواقع الإلكترونية	256	64
الصحف الإلكترونية	120	30
المواقع الإخبارية	108	27
المدونات	59	14.8
الإجمالي	400	

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول وسائل الإعلام الرقمية التي يُفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) استخدامها، فنجد أن مواقع التواصل الاجتماعي كـ (الفيسبوك، اليوتيوب، تويتر، سناب شات، انستجرام ... إلخ) احتلت المُقدمة بنسبة (93.5%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واسع جدًا في المجتمع وسهولة استخدام منصات وصفحاته خاصًا للشباب، واعتمادهم بشكل كبير عليها للحصول على المعلومات في المجالات المُختلفة، وذلك لسهولة الاستخدام للردشة ولتفريغ الشحن العاطفي ونشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي ومُتعدد الوسائط، ومن ثم يليه المواقع الإلكترونية بنسبة (64%)، وفي المرتبة الثالثة ظهرت الصحف الإلكترونية بنسبة (30%)، تلتها المواقع الإخبارية بنسبة (27%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن طلاب كليات الإعلام يستخدمون هذه الوسائل بهدف الغرض الأكاديمي وذلك من خلال التعرف على آخر الأخبار والأحداث العالمية والمحلية التي تُنمى مهاراتهم الإعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور، وفي المرتبة الأخيرة ظهرت المدونات بنسبة (14.8%)، حيث أن طلاب كليات الإعلام يستخدمون المدونات فقط بهدف تبادل وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية.

جدول رقم (٩)

يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يُفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) استخدامها

مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
موقع سناب شات Snap Chat	336	84
موقع تويتر Twitter	303	75.8
موقع اليوتيوب Youtube	252	63
موقع الواتس أب What's Up	243	60.8
موقع الانستجرام Instagram	199	49.8
موقع لينكد إن Linked In	60	15
موقع جوجل بلاس Google+	30	7.5
موقع الفيسبوك Facebook	24	6
الإجمالي	400	

تُشير بيانات هذا الجدول إلى أن موقع سناب شات Snap Chat احتل المُقدمة من حيث مواقع التواصل الاجتماعي الذي يُفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) استخدامها حيث بلغت نسبته (84%)، وذلك لأن الموقع الأكثر استخدامًا في المجتمع السعودي من بين جميع مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يستخدمونه للتعرف والتواصل مع الأهل والأصدقاء وأيضًا للترويج للسلع والخدمات المُختلفة، ومن ثم يليه موقع تويتر Twitter بنسبة (75.8%)، ويُمكن إرجاع ذلك لأن أفراد المجتمع السعودي بشكل عام وطلاب كليات الإعلام بشكل خاص يستخدمون هذا الموقع للحصول على الأخبار والمعلومات المُختلفة وآخر الأحداث المحلية والعالمية، وأيضًا للتعبير عن وجهات نظرهم في القضايا المجتمعية المُختلفة من خلال التغريدات، ومن ثم ظهرت نسبة (63%) لموقع اليوتيوب Youtube، ويُمكن تفسير ذلك في ضوء أنه يستخدمونه فقط لمشاهدة الدراما أو المقاطع المُسلية فقط، أما عن موقع الواتس أب What's Up فقد بلغت نسبته (60.8%)، ويُمكن إرجاع ذلك لأنه يستخدمونه فقط في تبادل الرسائل النصية فيما بينهم، بينما كانت نسبة موقع الانستجرام Instagram (49.8%)، وذلك لأنه يُعد موقع بديلًا لموقع سناب شات Snap Chat حيث أنه يستخدمونه لأنفس الأغراض، ومن ثم ظهر موقع لينكد إن Linked In بنسبة (15%) وذلك لأنه موقع يُستخدم فقط لأغراض التوظيف، في حين بلغت نسبة موقع جوجل بلاس Google+ (7.5%)، وأخيرًا نجد موقع الفيسبوك Facebook والذي قد بلغت نسبته (6%)

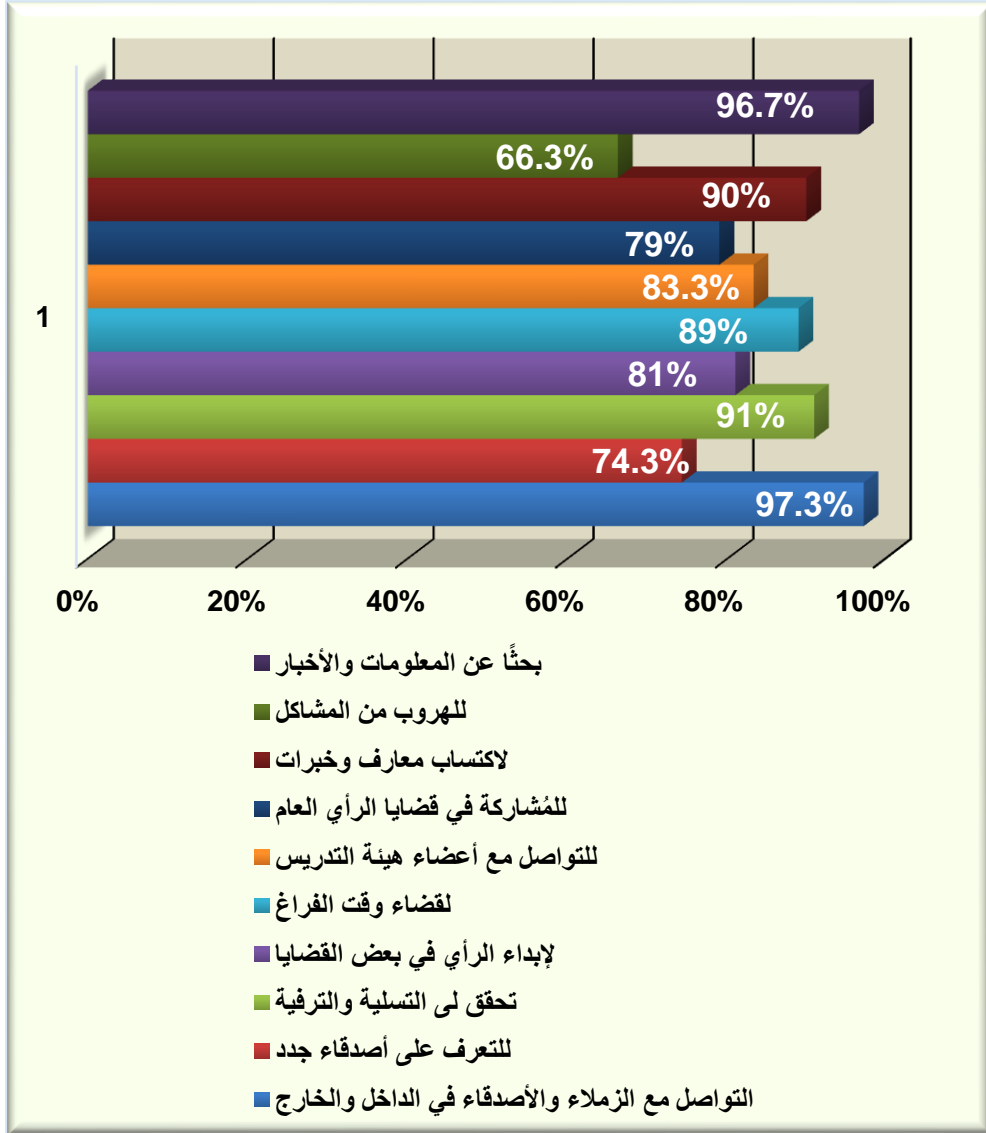
جدول رقم (١٠)

يوضح الأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي

الأسباب	موافق		الي حد ما		لا اوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	%	ك	%	ك	%	ك			
التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج	91.8	367	8.3	33	-	-	2.92	.275	97.3
بحثاً عن المعلومات والأخبار	90.3	361	9.8	39	-	-	2.90	.297	96.7
تحقق لى التسلية والترفية	73.3	293	26.8	107	-	-	2.73	.443	91
لاكتساب معارف وخبرات	71.0	284	27.5	110	1.5	6	2.70	.493	90
لقضاء وقت الفراغ	70.0	280	27.0	108	3.0	12	2.67	.531	89
للتواصل مع أعضاء هيئة التدريس	53.5	214	43.0	172	3.5	14	2.50	.566	83.3
إبداء الرأي في بعض القضايا	53.0	212	37.3	149	9.8	39	2.43	.664	81
للمشاركة في قضايا الرأي العام	51.3	205	34.8	139	14.0	56	2.37	.718	79
للتعرف على أصدقاء جدد	45.5	182	31.8	127	22.8	91	2.23	.795	74.3
للهرب من المشاكل	35.5	142	28.5	114	36.0	144	1.99	.847	66.3

توضح بيانات هذا الجدول الأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي، حيث جاء سبب "التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج" ففي الترتيب الأول بوزن نسبي (97.3)، وأن سبب "بحثاً عن المعلومات والأخبار" جاء في الترتيب الثاني بوزن نسبي (96.7)، يليها سبب "تحقق لى التسلية والترفية" بوزن نسبي (91)، وجاء في الترتيب الرابع سبب "لاكتساب معارف وخبرات" بوزن نسبي (90)، ويليه سبب "قضاء وقت الفراغ" بوزن نسبي (89)، ومن ثم سبب "التواصل مع أعضاء هيئة التدريس" بوزن النسبي (83.3)، يليه سبب "إبداء الرأي في بعض القضايا" بوزن نسبي (81)، بينما احتل الترتيب الثامن سبب "المشاركة في قضايا الرأي العام" بوزن نسبي (79)، أما عن سبب "التعرف على أصدقاء جدد" فقد ظهر بوزن نسبي وهو (74.3)، وأخيراً ظهر سبب "الهروب من المشاكل" حيث كان وزنه النسبي (66.3)، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الأوزان النسبية للأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه الأسباب ما بين (97.3) إلى (66.3)، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه الوسائل قدمت لطلاب كليات الإعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والأفكار، وأسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الإعلام المختلفة في نقل الأحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة، كما أتاحت وسائل الإعلام الرقمي فرصاً لهم لإبراز ذواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم في الأحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الأخرى، والتعبير عن آرائهم في

الأحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير، ويُعد الشكل البياني التالي ما هو إلا توضيح لنتائج هذا الجدول:



شكل رقم (١) يوضح الأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج دراسة (Johan Eddy Luaran, et.al, 2014)^(٥٦) والتي أوضحت نتائجها أن الطلاب (عينة الدراسة) يشعرون

بأن الفيسبوك Facebook مهم بالنسبة لهم للتواصل مع أصدقائهم عبر منشورات الصفحات، وللتجمع تحت مجموعة من الاهتمامات المتشابهة، ولقاء أصدقاء جدد.

كما اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج دراسة (صفا محمود عثمان، ٢٠٢١)^(٥٧) والتي بينت نتائجها تأكيد عينة الدراسة على تحقق القدرة على التواصل مع الآخرين وسهولة التعبير عن وجهة نظرهم عبر موقع الإنستغرام.

جدول رقم (١١)

يوضح مجمل الأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي

مجل الأسباب	ك	%
متوسط	131	32.8
مرتفع	269	67.3
الإجمالي	400	100

تُبين بيانات هذا الجدول أن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لديهم أسباب بدرجة مُرتفعة تدفعهم لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (67.3%)، بينما كانت نسبة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) الذين لديهم أسباب بدرجة مُتوسطة (32.8%)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لديهم أسباب بدرجة مُرتفعة إلى حد ما دفعهم لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه الوسائل قدمت لطلاب كليات الإعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والأفكار، وأسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الإعلام المُختلفة في نقل الأحداث والفعاليات بصورة مُباشرة وسريعة، كما أتاحت وسائل الإعلام الرقمي فرصاً لهم لإبراز ذواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم في الأحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الأخرى، والتعبير عن آرائهم في الأحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير.

وتتفق وتؤكد نتائج هذا الجدول على نتائج الجدول رقم (١٠) الذي يتمحور حول الأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي، والذي بينت نتائجها أن الأوزان النسبية للأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه الأسباب ما بين (97.3) إلى (66.3)، وقد دل ذلك على ارتفاع الأوزان النسبية للأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي.

جدول رقم (١٢)

يوضح الموضوعات التي يُفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) مُتابعها عبر وسائل الإعلام الرقمي

الموضوعات	ك	%
الموضوعات الترفيهية	346	86.5
الموضوعات الاجتماعية	343	85.8
الموضوعات العلمية والتعليمية	252	63
الموضوعات الدينية	248	62
الموضوعات الرياضية	243	60.8
الموضوعات السياسية	213	53.3
الموضوعات الاقتصادية	204	51
الموضوعات الصحية	195	48.8
الإجمالي	400	

تُفيد بيانات هذا الجدول بأن الموضوعات الترفيهية احتلت الصدارة من حيث الموضوعات التي يُفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) مُتابعها عبر وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (86.5%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن من الأسباب التي تدفع الباحثين لاستخدام هذه الوسائل هو التسلية والترفيه، وهذا ما أوضحتها نتائج الجدول رقم (١٠) والذي قد تناول الأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي، والذي قد بينت نتائجها أن سبب "تحقق لي التسلية والترفيه" احتل الترتيب الثالث بوزن نسبي (91)، ومن ثم ظهرت الموضوعات الاجتماعية بنسبة (85.8%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن من الأسباب التي تدفع الباحثين لاستخدام هذه الوسائل هو التواصل مع الأصدقاء والزلاء والأقارب وتنمية العلاقات الاجتماعية، وهذا ما أوضحتها نتائج الجدول رقم (١٠) والذي قد تناول الأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي، والذي قد أشارت نتائجها إلى أن سبب "التواصل مع الزلاء والأصدقاء في الداخل والخارج" جاء في الترتيب الأول بوزن نسبي (97.3)، يليهما الموضوعات العلمية والتعليمية بنسبة (63%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن من الأسباب التي تدفع الباحثين لاستخدام هذه الوسائل هو الغرض الأكاديمي حيث البحث عن المعلومات والأخبار المحلية والدولية، وهذا ما أوضحتها نتائج الجدول رقم (١٠) والذي قد تناول الأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي، والذي قد توصلت نتائجها إلى سبب "بحثاً عن المعلومات والأخبار" جاء في الترتيب الثاني بوزن نسبي (96.7)، أما عن الموضوعات الدينية فقد بلغت نسبته (60.8%)، بينما بلغت نسبة الموضوعات الرياضية (60.8%)، في حين كانت نسبة الموضوعات السياسية (53.3%)، ومن ثم ظهرت نسبة (51%) للموضوعات الاقتصادية، وأخيراً نجد الموضوعات الصحية بنسبة (48.8%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن طلاب كليات الإعلام يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي بهدف الغرض الأكاديمي وذلك من خلال التعرف على آخر الأخبار والأحداث العالمية والمحلية التي تُنمى مهاراتهم الإعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور.

جدول رقم (١٣)

يوضح مدى تفاعل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) مع زملائهم عبر وسائل الإعلام الرقمي

مدى التفاعل	ك	%
دائمًا	304	76
أحيانًا	79	19.8
نادرًا	17	4.2
الإجمالي	400	100

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول إلى مدى تفاعل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) مع زملائهم عبر وسائل الإعلام الرقمي، فنجد أن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) دائمًا ما يقومون بالتفاعل مع زملائهم عبر وسائل الإعلام الرقمي حيث كانت نسبتهم (76%)، يليهم من يقومون أحيانًا بالتفاعل مع زملائهم عبر وسائل الإعلام الرقمي بنسبة (19.8%)، وأخيرًا نجد نسبة (4.2%) لم يقومون نادرًا بالتفاعل مع زملائهم عبر وسائل الإعلام الرقمي. ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن طلاب كليات الإعلام يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي للردشة ولتقريغ الشحن العاطفي ونشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي ومُتعدد الوسائط.

جدول رقم (١٤)

يوضح المجالات التي يتحدث فيها طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) مع زملائهم خلال وسائل الإعلام الرقمي

المجالات	ك	%
في مجال الدراسة	364	91
في مجال حياتك اليومية	357	89.3
في مجال القضايا المجتمعية	188	47
في المجال الرياضي	178	44.5
في مجال السياسي	96	24
في مجال الاقتصادي	107	26.8
في مجال العسكري	52	13
في مجال الطبي	68	17
الإجمالي	400	

تُشير بيانات هذا الجدول إلى أن المجال الدراسي احتل المرتبة الأولى من حيث المجالات التي يتحدث فيها طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) مع زملائهم خلال وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبته (91%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن طلاب كليات الإعلام يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي بهدف الغرض الأكاديمي وذلك من خلال التعرف على آخر الأخبار والأحداث العالمية والمحلية التي تُنمي مهاراتهم الإعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور، كما أنهم يستخدمونها لتبادل المواد الدراسية، والمقررات والتكاليف والأبحاث العلمية الخاصة بالمنهج الأكاديمي الخاص بهم، ومن ثم ظهر مجال الحياة اليومية، بنسبة (89.3%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن من الأسباب

التي تدفع المبحوثين لاستخدام هذه الوسائل هو التواصل مع الأصدقاء والزملاء والأقارب وتنمية العلاقات الاجتماعية، وهذا ما أوضحتها بالفعل نتائج الجدول رقم (١٠) والذي قد تناول الأسباب التي تدفع طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي، والذي قد أشارت نتائجها إلى أن سبب "التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج" جاء ففي الترتيب الأول بوزن نسبي (97.3)، ومن ثم ظهر مجال القضايا المجتمعية بنسبة (47%)، يليها المجال الرياضي بنسبة (44.5%)، أما عن المجال الاقتصادي فقد بلغت نسبته (26.8%)، يليه المجال السياسي بنسبة (24%)، في حين بلغت نسبة المجال الطبي (17%)، وفي المرتبة الأخيرة ظهر المجال الطبي بنسبة (13%)، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه الوسائل قدمت لطلاب كليات الإعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والأفكار، وأسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الإعلام المختلفة في نقل الأحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة، كما أتاحت وسائل الإعلام الرقمي فرصاً لهم لإبراز ذواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم في الأحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الأخرى، والتعبير عن آرائهم في الأحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير.

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد كبير مع نتائج الجدول رقم (١٢) والذي قد استعرض الموضوعات التي يُفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) متابعتها عبر وسائل الإعلام الرقمي، والذي قد خلصت نتائجها إلى أن الموضوعات الترفيهية احتلت الصدارة من حيث الموضوعات التي يُفضل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) متابعتها عبر وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (86.5%)، ومن ثم ظهرت الموضوعات الاجتماعية بنسبة (85.8%)، يليها الموضوعات العلمية والتعليمية بنسبة (63%)، أما عن الموضوعات الدينية فقد بلغت نسبته (60.8%)، بينما بلغت نسبة الموضوعات الرياضية (60.8%)، في حين كانت نسبة الموضوعات السياسية (53.3%)، ومن ثم ظهرت نسبة (51%) للموضوعات الاقتصادية، وأخيراً نجد الموضوعات الصحية بنسبة (48.8%).

جدول رقم (١٥)

يوضح مدى إنتماء طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) للمجموعات الناشطة

على وسائل الإعلام الرقمي

ك	%	
202	50.5	نعم
198	49.5	لا
400	100	الإجمالي

توضح بيانات هذا الجدول أن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) ينتمون إلى مجموعات ناشطة على وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (50.5%)، ويمكننا إرجاع ذلك إلى أن وسائل الإعلام الرقمي أتاحت فرصاً للتعبير عن وجهات نظرهم في

الأحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الأخرى، والتعبير عن آرائهم في الأحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير، في حين كانت نسبة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) الغير منتمين إلى مجموعات ناشطة على وسائل الإعلام الرقمي (49.5%)، ويُمكن إرجاع ذلك أن ليس كل طلاب كليات الإعلام مهتمون بالمجموعات الناشطة ويستخدمون هذه الوسائل فقط أما بهدف الترفية والتسلية والتخلص من ضغوطات الحياة اليومية، أو بغرض التواصل الاجتماعي من الأصدقاء والأهل والأقارب وتوسيع العلاقات الاجتماعية، أو بغرض الأكاديمي وهو البحث والمعرفة.

جدول رقم (١٦)

يوضح أسباب عدم إنتماء طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) للمجموعات الناشطة على وسائل الإعلام الرقمي

الأسباب	ك	%
كثرة الشائعات	176	44
لا تستقطب اهتمامي	125	31.3
معظم التعليقات تكون خارجة عن المضامين المنشورة	126	31.5
تأخذ من وقتي	92	23
عدم ثققتك بأهداف الناشطين لهذه المجموعات	131	32.8
الإجمالي	400	

تُبين بيانات هذا الجدول أسباب عدم إنتماء طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) للمجموعات الناشطة على وسائل الإعلام الرقمي، فنجد أن سبب كثرة الشائعات احتل الصدارة بنسبة (44%)، يليه سبب عدم ثققتك بأهداف الناشطين لهذه المجموعات بنسبة (32.8%)، ومن ثم ظهر سبب معظم التعليقات تكون خارجة عن المضامين المنشورة بنسبة (31.5%)، أما عن سبب لا تستقطب اهتمامي فقد كانت نسبته (31.3%)، وفي المرتبة الأخيرة ظهرت نسبة (23%) لسبب تأخذ من وقتي.

جدول رقم (١٧)

يوضح درجة ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) في المعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي

درجة الثقة	ك	%
أثق بدرجة كبيرة	36	9
أثق بدرجة متوسطة	264	66
أثق بدرجة ضعيفة	100	25
الإجمالي	400	100

تُفيد بيانات هذا الجدول بأن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يتقون بدرجة متوسطة في المعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (66%)، يليهم من يتقون بدرجة ضعيفة بنسبة (25%)، وأخيراً نجد من يتقون بدرجة كبيرة حيث كانت نسبتهم (9%)، ويتضح لنا مما سبق أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يتقون بدرجة متوسطة إلى حد ما في المعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي، ويُمكن

إرجاع ذلك إلى أن هذه الوسائل كثيرًا ما تكون سببًا في نشر الشائعات والأخبار الكاذبة، ولذلك يُنبه على طلاب كليات الإعلام عدم تصديق أي معلومة إلى عند معرفة مصدرها والتأكد من مدى مصداقيتها ويُعد ذلك من الأسس التي تُدرس داخل المناهج الخاصة بكليات الإعلام لذلك تُعد هذه النتائج طبيعية جدًا، لأنها من الأسس التي يتعلمها طلاب كليات الإعلام بداخل جامعاتهم حتى يتخرجوني كإعلاميون صادقون وناجحون ومُحايدون ويعكسون الحقائق.

جدول رقم (١٨)

يوضح مدى فائدة المعلومات التي يحصلون عليها طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) من وجهة نظرهم

مدي الفائدة	ك	%
معلومات مفيدة جدًا	123	30.8
معلومات مفيدة	204	51
معلومات مُتوسطة الإفادة	73	18.2
الإجمالي	400	100

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول مدى فائدة المعلومات التي يحصلون عليها طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) من وجهة نظرهم، فنجد أن المعلومات التي يحصلون عليها طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) مفيدة لهم احتلت الصدارة من حيث (51%)، ومن ثم ظهرت أن هذه المعلومات مفيدة جدًا لهم بنسبة (30.8%)، وفي المرتبة الأخيرة ظهرت أن هذه المعلومات مُتوسطة الإفادة لهم بنسبة (18.2%).

جدول رقم (١٩)

يوضح تأثير استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) وسائل الإعلام الرقمي على استخدامهم لوسائل الإعلام الأخرى من وجهة نظرهم

مدي التأثير	ك	%
أثرت إلى حد كبير	204	51
أثرت إلى حد ما	156	39
لم تؤثر على الإطلاق	40	10
الإجمالي	400	100

تُشير بيانات هذا الجدول إلى أن غالبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يتأثرون إلى حد كبير من استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي عن وسائل الإعلام الأخرى حيث بلغت نسبتهم (51%)، بينما كانت نسبة من أوضحوا أنهم يتأثرون إلى حد ما (39%)، في حين بلغت نسبة من أفادوا أنهم لا يتأثرون على الإطلاق (10%)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه الوسائل قدمت لطلاب كليات الإعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والأفكار، وأسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الإعلام المُختلفة في نقل الأحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة، كما أتاحت وسائل الإعلام الرقمي فرصًا لهم لإبراز ذواتهم وخبراتهم، والتعبير

عن وجهات نظرهم في الأحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الأخرى، والتعبير عن آرائهم في الأحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير.

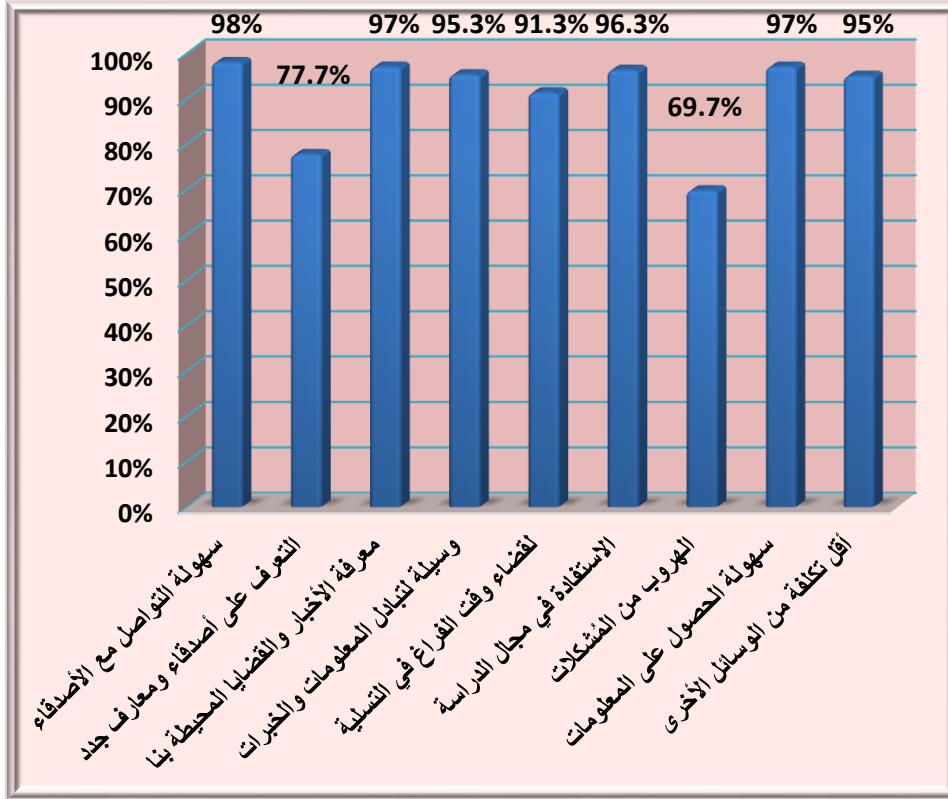
جدول رقم (٢٠)

يوضح أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا اوافق		الي حد ما		موافق		الإيجابيات
			%	ك	%	ك	%	ك	
98	.281	2.94	1	4	4.3	17	94.8	379	سهولة التواصل مع الأصدقاء
97	.287	2.91	-	-	9	36	91	364	سهولة الحصول على المعلومات
97	.287	2.91	-	-	9	36	91	364	معرفة الأخبار والقضايا المحيطة بنا
96.3	.307	2.89	-	-	10.5	42	89.5	358	الاستفادة في مجال الدراسة
95.3	.342	2.86	-	-	13.5	54	86.5	346	وسيلة لتبادل المعلومات والخبرات
95	.353	2.85	-	-	14.5	58	85.5	342	أقل تكلفة من الوسائل الأخرى
91.3	.441	2.74	-	-	26.3	105	73.8	295	لقضاء وقت الفراغ في التسلية
77.7	.792	2.33	20.3	81	26.8	107	53	212	التعرف على أصدقاء ومعارف جدد
69.7	.849	2.09	32	128	27.3	109	40.8	163	الهروب من المشكلات

توضح بيانات هذا الجدول أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)، حيث جاء سهولة التواصل مع الأصدقاء في الترتيب الأول بوزن نسبي (98)، وجاء كلاً من (سهولة الحصول على المعلومات/ معرفة الأخبار والقضايا المحيطة بنا) في الترتيب الثاني بوزن نسبي (97)، يليهما الاستفادة في مجال الدراسة بوزن نسبي (96.3)، وفي الترتيب الرابع جاءت أنها وسيلة لتبادل المعلومات والخبرات بوزن نسبي (95.3)، ويليه أنها وسائل أقل تكلفة من الوسائل الأخرى بوزن نسبي (95)، ومن ثم أنها وسائل تُستخدم لقضاء وقت الفراغ في التسلية بوزن النسبي (91.3)، يليه التعرف على أصدقاء ومعارف جدد بوزن نسبي (77.7)، وأخيراً الهروب من المشكلات حيث كان وزنه النسبي (69.7)، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد ما لإيجابيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه الإيجابيات ما بين (98) إلى (69.7)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يجدون أن لوسائل الإعلام الرقمي تُحدث دوراً إيجابياً في حياتهم سواء الاجتماعية أو الأكاديمية بدرجة مُرتفعة إلى حد كبير، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه الوسائل قدمت لطلاب كليات الإعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والأفكار، وأسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الإعلام المُختلفة في نقل الأحداث والفعاليات بصورة مُباشرة وسريعة، كما أتاحت وسائل الإعلام الرقمي فرصاً لهم لإبراز ذواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم في الأحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الأخرى، والتعبير

عن آرائهم في الأحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفالت لهم حرية التعبير، ويُعد الشكل البياني التالي ما هو إلا توضيح لنتائج هذا الجدول:



شكل رقم (٢) يوضح أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)

جدول رقم (٢١)

يوضح مجمل أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)

مجمّل أبرز الإيجابيات	ك	%
متوسط	48	12
مرتفع	352	88
الإجمالي	400	100

تُبين بيانات هذا الجدول أن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يقيمون وسائل الإعلام الرقمي بدرجة إيجابية مُرتفعة حيث بلغت نسبتهم (88%)، في حين كانت نسبة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) الذين يقيمونها بدرجة إيجابية مُتوسطة (12%)،

وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يجدون أن لوسائل الإعلام الرقمي تُحدث دورًا إيجابيًا في حياتهم سواء الاجتماعية أو الأكاديمية بدرجة مُرتفعة إلى حد كبير، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه الوسائل قدمت لطلاب كليات الإعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والأفكار، وأسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الإعلام المُختلفة في نقل الأحداث والفعاليات بصورة مُباشرة وسريعة، كما أتاحت وسائل الإعلام الرقمي فرصًا لهم لإبراز نواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم في الأحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الأخرى، والتعبير عن آرائهم في الأحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير.

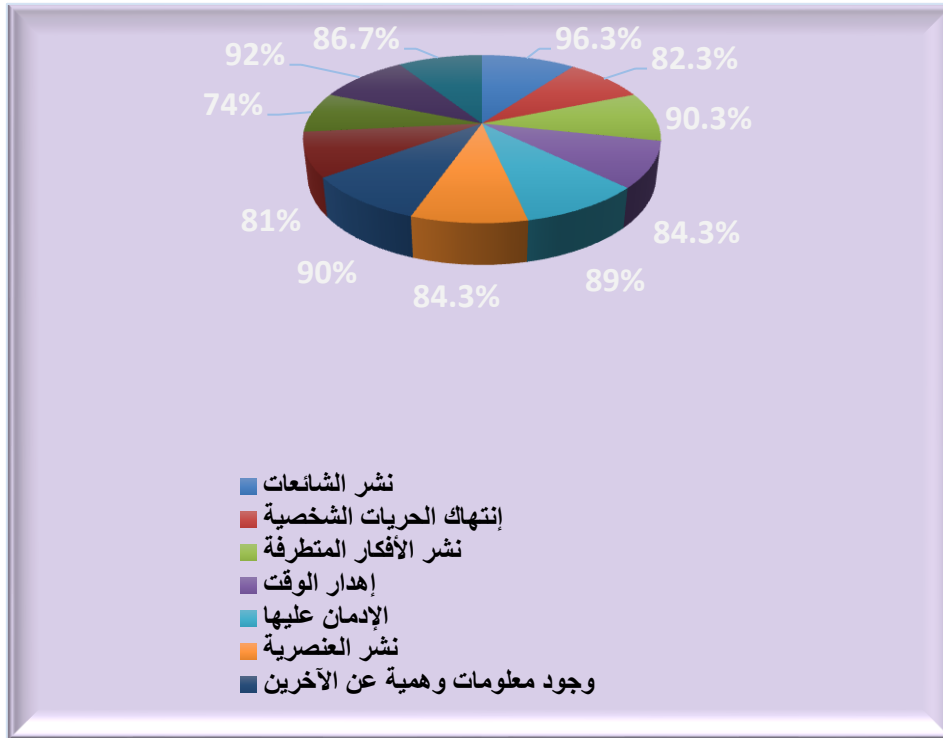
وتتفق وتؤكد نتائج هذا الجدول على نتائج الجدول رقم (٢٠) الذي يتناول أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)، والذي بينت نتائجه ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد ما لإيجابيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه الإيجابيات ما بين (98) إلى (69.7)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يجدون أن لوسائل الإعلام الرقمي تُحدث دورًا إيجابيًا في حياتهم سواء الاجتماعية أو الأكاديمية بدرجة مُرتفعة إلى حد كبير.

جدول رقم (٢٢) يوضح أبرز السلبيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		الي حد ما		موافق		السلبيات
			%	ك	%	ك	%	ك	
96.3	.310	2.89	-	-	10.8	43	89.3	357	نشر الشائعات
92	.484	2.76	2.5	10	19.3	77	78.3	313	التعرض لصور ومواد غير مرغوب بها
90.3	.523	2.71	3.3	13	23	92	73.8	295	نشر الأفكار المتطرفة
90	.492	2.70	1.5	6	27.3	109	71.3	285	وجود معلومات وهمية عن الآخرين
89	.573	2.67	5.3	21	22.8	91	72	288	الإدمان عليها
86.7	.628	2.60	7.8	31	24	96	68.3	273	تؤدي إلى الكسل
84.3	.574	2.53	4	16	39	156	57	228	إهدار الوقت
84.3	.617	2.53	6.5	26	34.5	138	59	236	نشر العنصرية
82.3	.633	2.47	7.5	30	37.5	150	55	220	إنتهاك الحريات الشخصية
81	.672	2.43	10.3	41	36.3	145	53.5	214	إكتساب عادات تتنافى مع عادات وتقاليد المجتمع
74	.742	2.22	19	76	40.5	162	40.5	162	التأثير السلبي على التحصيل الدراسي

تُفيد بيانات هذا الجدول بأبرز سلبيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)، حيث جاء نشر الشائعات ففي الترتيب الأول بوزن نسبي

(96.3)، ومن ثم جاء التعرض لصور ومواد غير مرغوب بها في الترتيب الثاني بوزن نسبي (92)، يليهما نشر الأفكار المتطرفة بوزن نسبي (90.3)، وفي الترتيب الرابع جاءت وجود معلومات وهمية عن الآخرين بوزن نسبي (90)، ويليه الإدمان عليها بوزن نسبي (89)، ومن ثم ظهر تؤدي إلى الكسل بوزن النسبي (86.7)، وجاء في الترتيب الذي يليه كلاً من (إهدار الوقت/ نشر العنصرية) بوزن نسبي (84.3)، يليه إنتهاك الحريات الشخصية بوزن نسبي (82.3)، أما عن الوزن النسبي (81) فقد كان لإكتساب عادات تتنافى مع عادات وتقاليد المجتمع، وأخيراً التأثير السلبي على التحصيل الدراسي حيث كان وزنه النسبي (74)، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد ما لسلبيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه السلبيات ما بين (96.3) إلى (74)، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل الإعلام الرقمي سلاح ذو حدين فكما لها دورًا إيجابيًا تلعبه في حياة الأفراد داخل المجتمع سيكون لها دورًا سلبيًا، وهذا ما سيحدده استخدام مُستخدميها لها، ويُعد الشكل البياني التالي ما هو إلا توضيح لنتائج هذا الجدول:



شكل رقم (٣) يوضح أبرز السلبيات ووسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)

جدول رقم (٢٣)
يوضح مجمل أبرز السلبيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر
طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)

مجمّل أبرز السلبيات	ك	%
منخفض	6	1.5
متوسط	112	28
مرتفع	282	70.5
الإجمالي	400	100

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يقيمون وسائل الإعلام الرقمي بدرجة سلبية مُرتفعة حيث بلغت نسبتهم (70.5%)، في حين كانت نسبة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) الذين يقيمونها بدرجة سلبية مُتوسطة (28%)، بينما بلغت نسبة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) الذين يقيمونها بدرجة سلبية مُخفضة (1.5%)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يجدون أن لوسائل الإعلام الرقمي تُحدث دورًا سلبية في حياتهم سواء الاجتماعية أو الأكاديمية بدرجة مُرتفعة إلى حد ما ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل الإعلام الرقمي سلاح ذو حدين فكما لها دورًا إيجابيًا تلعبه في حياة الأفراد داخل المُجتمع سيكون لها دورًا سلبيًا، وهذا ما سيُحدده استخدام مُستخدميها لها.

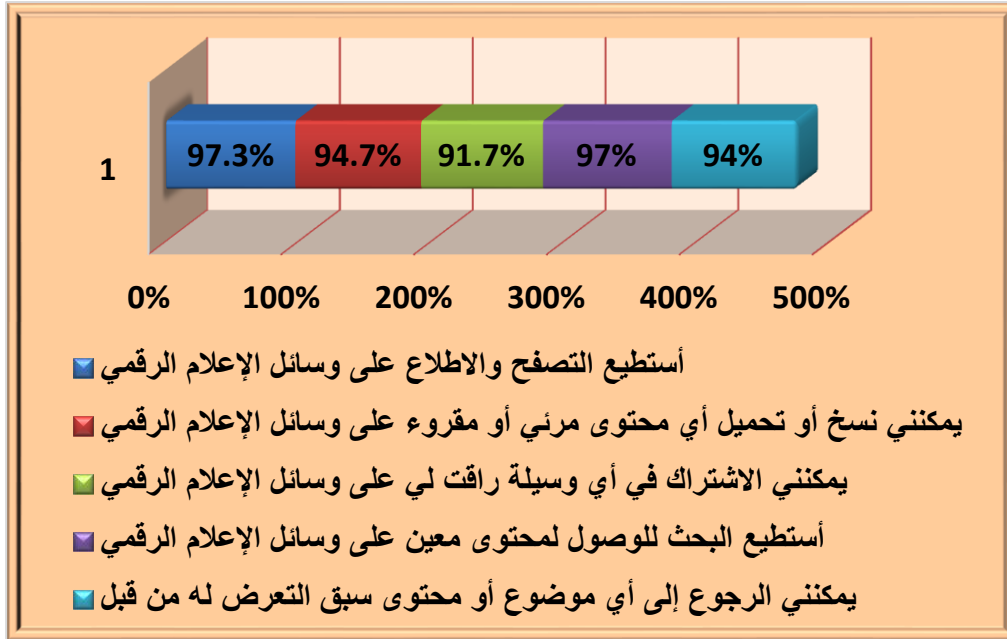
وتتفق وتؤكد نتائج هذا الجدول على نتائج الجدول رقم (٢٢) الذي يتناول أبرز سلبيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)، والذي بينت نتائجه ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد ما لسلبيات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة)، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه السلبيات ما بين (96.3) إلى (74)، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل الإعلام الرقمي سلاح ذو حدين فكما لها دورًا إيجابيًا تلعبه في حياة الأفراد داخل المُجتمع سيكون لها دورًا سلبيًا، وهذا ما سيُحدده استخدام مُستخدميها لها.

جدول رقم (٢٤)

يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام

التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام	موافق		لا وافق		المتوسط		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
أستطيع التصفح والاطلاع على وسائل الإعلام الرقمي	369	92.3	31	7.8	-	-	2.92	97.3
أستطيع البحث للوصول لمحتوى معين على وسائل الإعلام الرقمي	364	91.0	36	9.0	-	-	2.91	97
يمكنني نسخ أو تحميل أي محتوى مرني أو مقروء على وسائل الإعلام الرقمي	337	84.3	63	15.8	-	-	2.84	94.7
يمكنني الرجوع إلى أي موضوع أو محتوى سبق التعرض له من قبل	334	83.5	60	15	6	1.5	2.82	94
يمكنني الاشتراك في أي وسيلة رافت لي على وسائل الإعلام الرقمي	320	80.0	60	15	20	5	2.75	91.7

تُشير بيانات هذا الجدول إلى التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، فنجد أن عبارة "أستطيع التصفح والاطلاع على وسائل الإعلام الرقمي" احتلت الصدارة بوزن نسبي (97.3)، يليها عبارة "أستطيع البحث للوصول لمحتوى معين على وسائل الإعلام الرقمي" بوزن نسبي (97)، وفي المرتبة الثالثة ظهر الوزن النسبي (94.7) لعبارة "يمكنني نسخ أو تحميل أي محتوى مرئي أو مقروء على وسائل الإعلام الرقمي"، أما عن عبارة "يمكنني الرجوع إلى أي موضوع أو محتوى سبق التعرض له من قبل" فقد بلغ وزنها النسبي (94)، وفي المرتبة الأخيرة ظهر الوزن النسبي (91.7) لعبارة "يمكنني الاشتراك في أي وسيلة راقت لي على وسائل الإعلام الرقمي"، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد كبير لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذ التأثير ما بين (97.3) إلى (91.7)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) أفادوا بالدور الكبير الذي تُحدثه استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بُعد مهارة الوصول والاستخدام، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه الوسائل قدمت لطلاب كليات الإعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والأفكار، وأسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الإعلام المختلفة في نقل الأحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة، ويُعد الشكل البياني التالي ما هو إلا توضيح لنتائج هذا الجدول:



شكل رقم (٤) يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام

جدول رقم (٢٥)

يوضح مجمل التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام

مجملة التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام	ك	%
متوسط	32	8
مرتفع	368	92
الإجمالي	400	100

توضح بيانات هذا الجدول أن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مرتفعة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام نتيجة استخدامهم وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (92%)، بينما كانت نسبة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يحدث لهم تأثيرات بدرجة متوسطة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام نتيجة استخدامهم وسائل الإعلام الرقمي (8%)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) أفادوا بالدور الكبير الذي أحدثه استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه الوسائل قدمت لطلاب كليات الإعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والأفكار، وأسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفرقت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الإعلام المختلفة في نقل الأحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة.

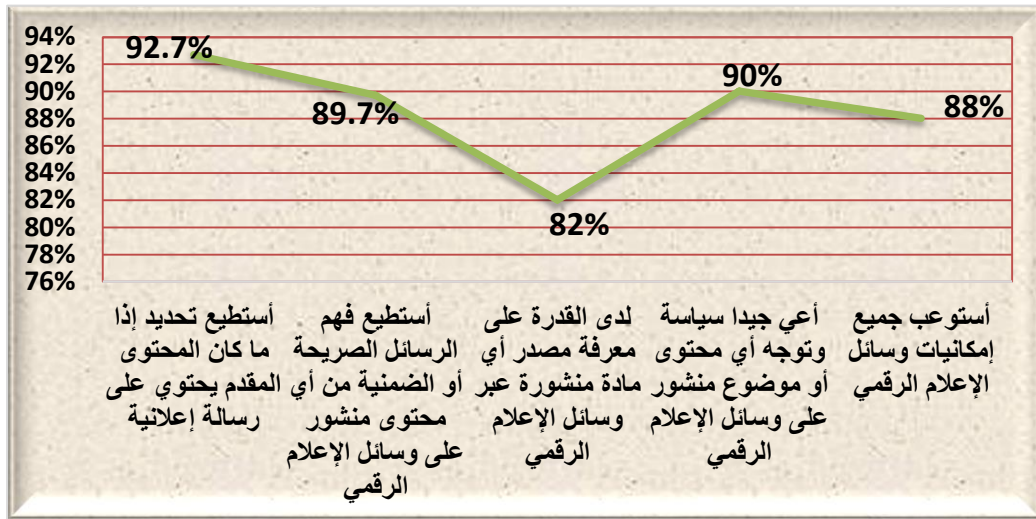
وتتفق وتؤكد نتائج هذا الجدول على نتائج الجدول رقم (٢٤) الذي يُناقش التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، والذي أوضحت نتائجه ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد كبير لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه القلق ما بين (97.3) إلى (91.7).

جدول رقم (٢٦)

يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل

التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة التحليل	موافق		الي حد ما		لا وافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	%	ك	%	ك	%	ك			
أستطيع تحديد إذا ما كان المحتوى المقدم يحتوي على رسالة إعلانية	81.0	324	15.8	63	3.3	13	2.78	.488	92.7
أعي جيدا سياسة وتوجه أي محتوى أو موضوع منشور على وسائل الإعلام الرقمي	74.0	296	21.8	87	4.3	17	2.70	.545	90
أستطيع فهم الرسائل الصريحة أو الضمنية من أي محتوى منشور على وسائل الإعلام الرقمي	70.3	281	28.8	115	1.0	4	2.69	.483	89.7
أستوعب جميع إمكانيات وسائل الإعلام الرقمي	67.3	269	29.3	117	3.5	14	2.64	.549	88
لدى القدرة على معرفة مصدر أي مادة منشورة عبر وسائل الإعلام الرقمي	61.0	244	24.3	97	14.8	59	2.46	.738	82

تُبين بيانات هذا الجدول التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، فنجد أن عبارة "أستطيع تحديد إذا ما كان المحتوى المقدم يحتوي على رسالة إعلانية" احتلت الصدارة بوزن نسبي (92.7)، يليها عبارة "أعي جيدا سياسة وتوجه أي محتوى أو موضوع منشور على وسائل الإعلام الرقمي" بوزن نسبي (90)، وفي المرتبة الثالثة ظهر الوزن النسبي (89.7) لعبارة "أستطيع فهم الرسائل الصريحة أو الضمنية من أي محتوى منشور على وسائل الإعلام الرقمي"، أما عن عبارة "أستوعب جميع إمكانيات وسائل الإعلام الرقمي" فقد بلغ وزنها النسبي (88)، وفي المرتبة الأخيرة ظهر الوزن النسبي (82) لعبارة "لدى القدرة على معرفة مصدر أي مادة منشورة عبر وسائل الإعلام الرقمي"، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد كبير لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه التأثير ما بين (92.7) إلى (82)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) أفادوا بالدور الكبير الذي تُحدثه استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بُعد مهارة التحليل، ويُعد الشكل البياني التالي ما هو إلا توضيح لنتائج هذا الجدول:



شكل رقم (٥) يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل

جدول رقم (٢٧)

يوضح مجمل التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل

مجملة التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة التحليل	ك	%
متوسط	32	8
مرتفع	368	92
الإجمالي	400	100

تُفيد بيانات هذا الجدول بأن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مُرتفعة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل نتيجة استخدامهم وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (92%)، بينما كانت نسبة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مُتوسطة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل نتيجة استخدامهم وسائل الإعلام الرقمي (8%)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) أفادوا بالدور الكبير الذي تُحدثه استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بُعد مهارة التحليل.

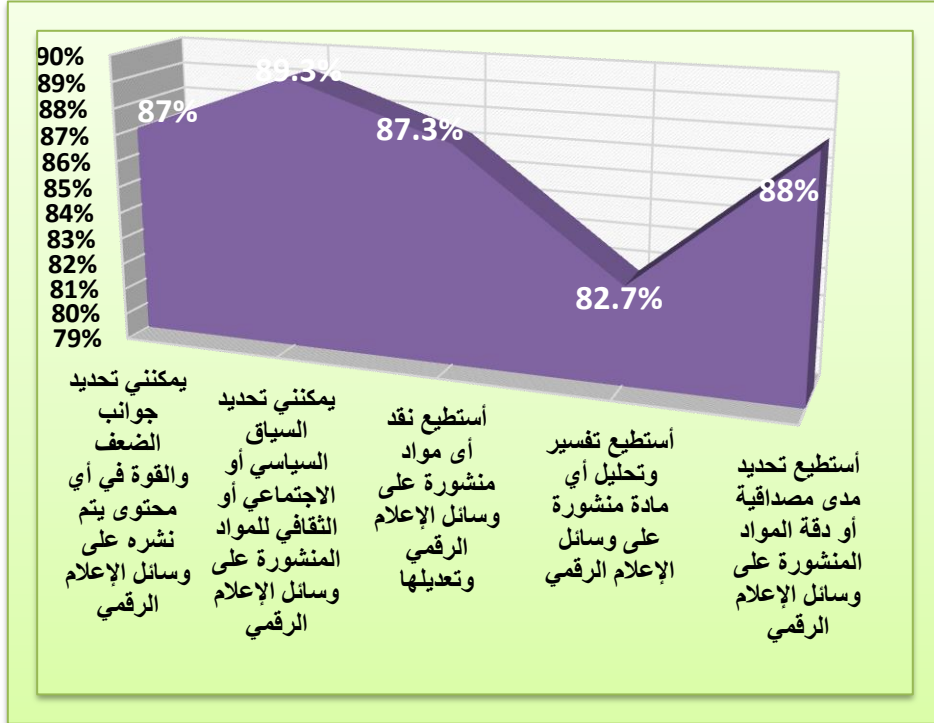
وتتفق وتؤكد نتائج هذا الجدول على نتائج الجدول رقم (٢٦) الذي يُناقش التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، والذي أوضحت نتائجه ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد كبير لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه التأثير ما بين (92.7) إلى (82).

جدول رقم (٢٨)

يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		الي حد ما		موافق		التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة التقييم
			%	ك	%	ك	%	ك	
89.3	.559	2.68	4.8	19	22.3	89	73.0	292	يمكنني تحديد السياق السياسي أو الاجتماعي أو الثقافي للمواد المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي
88	.534	2.64	2.8	11	30.3	121	67.0	268	أستطيع تحديد مدى مصداقية أو دقة المواد المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي
87.3	.585	2.62	5.3	21	28.0	112	66.8	267	أستطيع نقد أي مواد منشورة على وسائل الإعلام الرقمي وتعديلها
87	.556	2.61	3.5	14	32.3	129	64.3	257	يمكنني تحديد جوانب الضعف والقوة في أي محتوى يتم نشره على وسائل الإعلام الرقمي
82.7	.625	2.48	7.0	28	37.8	151	55.3	221	أستطيع تفسير وتحليل أي مادة منشورة على وسائل الإعلام الرقمي

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، فنجد أن عبارة "يمكنني تحديد السياق السياسي أو الاجتماعي أو الثقافي للمواد المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي" احتلت الصدارة بوزن نسبي (89.3)، يليها عبارة "أستطيع تحديد مدى مصداقية أو دقة المواد المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي" بوزن نسبي (88)، وفي المرتبة الثالثة ظهر الوزن النسبي (87.3) لعبارة "أستطيع نقد أي مواد منشورة على وسائل الإعلام الرقمي وتعديلها"، أما عن عبارة "يمكنني تحديد جوانب الضعف والقوة في أي محتوى يتم نشره على وسائل الإعلام الرقمي" فقد بلغ وزنها النسبي (87)، وفي المرتبة الأخيرة ظهر الوزن النسبي (82.7) لعبارة "أستطيع تفسير وتحليل أي مادة منشورة على وسائل الإعلام الرقمي"، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد كبير لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه التأثير ما بين (89.3) إلى (82.7)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) أفادوا بالدور الكبير الذي أحدثته استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، ويُعد الشكل البياني التالي ما هو إلا توضيح لنتائج هذا الجدول:



شكل رقم (٦) يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي

على مهاراتك الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم

جدول رقم (٢٩)

يوضح مجمل التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتك الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم

مجملة التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة التقييم	ك	%
منخفض	16	4
متوسط	93	23.2
مرتفع	291	72.8
الإجمالي	400	100

تُشير بيانات هذا الجدول إلى أن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مُرتفعة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (72.8%)، بينما كانت نسبة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مُتوسطة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من

حيث بعد مهارة التقييم نتيجة استخدامهم وسائل الإعلام الرقمي (23.2%)، في حين بلغت نسبة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مُنخفض على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم نتيجة استخدامهم وسائل الإعلام الرقمي (4%)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) أفادوا بالدور الكبير الذي تُحدثه استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بُعد مهارة التقييم. وتتفق وتؤكد نتائج هذا الجدول على نتائج الجدول رقم (٢٨) الذي يُناقش التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتك الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، والذي أوضحت نتائج ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد ما لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتك الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، الأوزان النسبية لهذه التأثير ما بين (89.3) إلى (82.7).

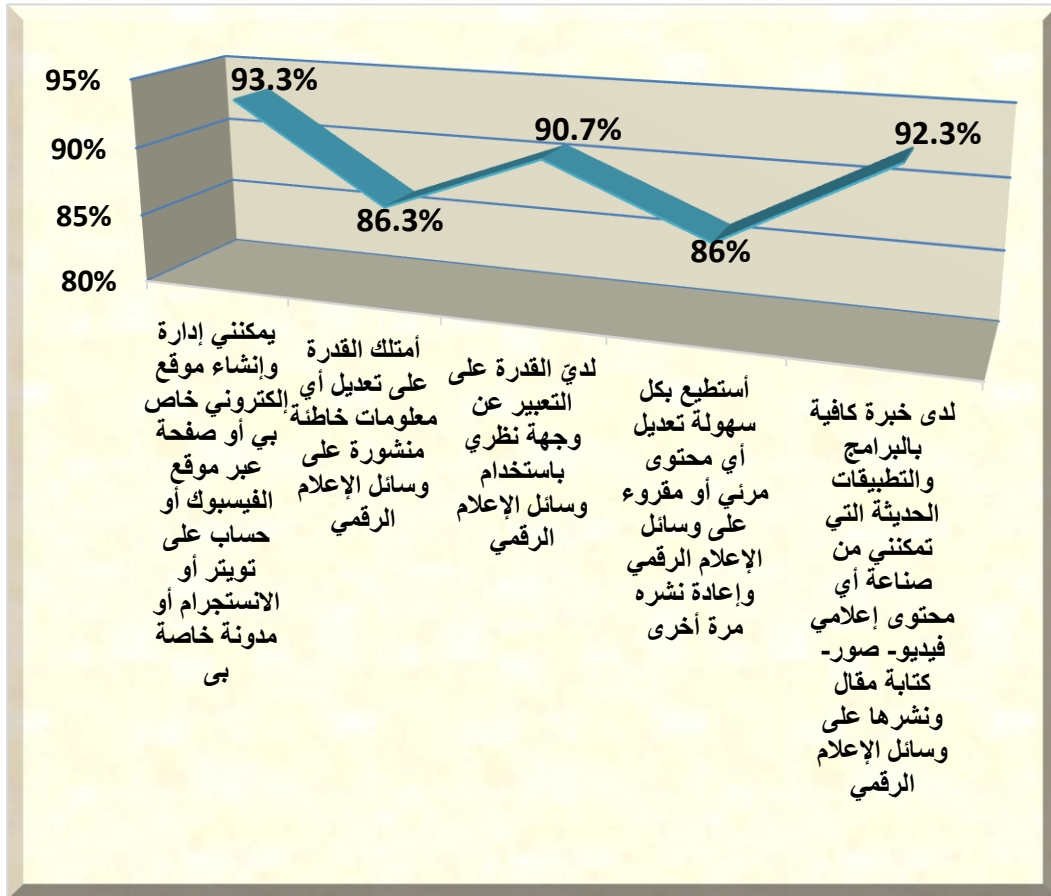
جدول رقم (٣٠)

يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتك الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		الي حد ما		موافق		التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة الإنتاج
			%	ك	%	ك	%	ك	
93.3	.483	2.80	3.5	14	13.5	54	83.0	332	يمكنني إدارة وإنشاء موقع إلكتروني خاص بي أو صفحة عبر موقع الفيسبوك أو حساب على تويتر أو الانستجرام أو مدونة خاصة بي
92.3	.459	2.77	1.5	6	20.5	82	78.0	312	لدي خبرة كافية بالبرامج والتطبيقات الحديثة التي تمكنني من صناعة أي محتوى إعلامي فيديو- صور- كتابة مقال ونشرها على وسائل الإعلام الرقمي
90.7	.494	2.72	2.0	8	24.5	98	73.5	294	لدي القدرة على التعبير عن وجهة نظري باستخدام وسائل الإعلام الرقمي
86.3	.646	2.59	8.8	35	23.5	94	67.8	271	أمتلك القدرة على تعديل أي معلومات خاطئة منشورة على وسائل الإعلام الرقمي
86	.578	2.58	4.5	18	33.0	132	62.5	250	أستطيع بكل سهولة تعديل أي محتوى مرني أو مقروء على وسائل الإعلام الرقمي وإعادة نشره مرة أخرى

يوضح لنا هذا الجدول التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتك الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج، فنجد أن عبارة "يمكنني إدارة وإنشاء موقع إلكتروني خاص بي أو صفحة عبر موقع الفيسبوك أو حساب على تويتر أو الانستجرام أو مدونة خاصة بي" احتلت الصدارة بوزن نسبي (93.3%)، يليها عبارة "لدي خبرة

كافية بالبرامج والتطبيقات الحديثة التي تمكنني من صناعة أي محتوى إعلامي فيديو- صور- كتابة مقال ونشرها على وسائل الإعلام الرقمي" بوزن نسبي (92.3)، وفي المرتبة الثالثة ظهر الوزن النسبي (90.7) لعبارة "لدي القدرة على التعبير عن وجهة نظري باستخدام وسائل الإعلام الرقمي"، أما عن عبارة "أمتلك القدرة على تعديل أي معلومات خاطئة منشورة على وسائل الإعلام الرقمي" فقد بلغ وزنها النسبي (86.3)، وفي المرتبة الأخيرة ظهر الوزن النسبي (86) لعبارة "أستطيع بكل سهولة تعديل أي محتوى مرئي أو مقروء على وسائل الإعلام الرقمي وإعادة نشره مرة أخرى"، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد كبير لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه التأثير ما بين (93.3) إلى (86)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) أفادوا بالدور الكبير الذي تُحدثه استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بُعد مهارة الإنتاج، ويُعد الشكل البياني التالي ما هو إلا توضيح لنتائج هذا الجدول:



شكل رقم (٧) يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي

على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج

جدول رقم (٣١)

يوضح مجمل التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج

مجملة التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة الإنتاج	ك	%
منخفض	10	2.5
متوسط	46	11.5
مرتفع	344	86
الإجمالي	400	100

تُبين بيانات هذا الجدول أن أغلبية طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مُرتفعة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج نتيجة استخدامهم وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (86%)، بينما كانت نسبة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مُتوسطة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج نتيجة استخدامهم وسائل الإعلام الرقمي (11.5%)، في حين بلغت نسبة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مُنخفض على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج نتيجة استخدامهم وسائل الإعلام الرقمي (2.5%)، وإن دل ذلك فيدل على أن طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) أفادوا بالدور الكبير الذي تُحدثه استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بُعد مهارة الإنتاج.

وتتفق وتؤكد نتائج هذا الجدول على نتائج الجدول رقم (٣٠) الذي يُناقش التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج، والذي أوضحت نتائجه ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد ما لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) لوسائل الإعلام الرقمي على مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج، الأوزان النسبية لهذه التأثير ما بين (93.3) إلى (86).

ثانياً: نتائج اختبار صحة فروض الدراسة الميدانية:

❖ **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية.

جدول رقم (٣٢)

معنوية بيرسون للارتباط بين معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدلات الاستخدام والاعتماد التأثيرات الناتجة
دال	0.000	**0.272	بعد مهارة الوصول والاستخدام
دال	0.000	**0.234	بعد مهارة التحليل
دال	0.000	**0.156	بعد مهارة التقييم
دال	0.000	**0.336	بعد مهارة الإنتاج

لاختبار معنوية العلاقة معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين جري قياسه على المُستوي الفتري Interval، فقد تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

كما أفادت من بيانات هذا الجدول بأن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، قد بلغت (0.272)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مُستوي معنوية أقل من 0.01، وإن العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زاد مُعدلات تعرض واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وقد بينت بيانات هذا الجدول أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، قد بلغت (0.234)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مُستوي معنوية أقل من 0.01، وإن العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زاد مُعدلات تعرض واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وكذلك أشارت بيانات هذا الجدول إلى أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، قد بلغت (0.156)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مُستوي معنوية أقل من 0.01، وإن العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زاد مُعدلات تعرض واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وأخيراً أوضحت بيانات هذا الجدول أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج، قد بلغت (0.336)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مُستوي معنوية أقل من 0.01، وإن العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زاد مُعدلات تعرض واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وبذلك يكون **اختبار الفرض الأول** القائل "بمعنوية العلاقة بين معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية" **قد انتهى إلي ثبوت صحة هذا الفرض.**

مما سبق يتضح لنا الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الرقمي في تنمية المهارات الإعلامية لدى طلاب كليات الإعلام بالمملكة العربية السعودية، حيث نجد أنها لها دوراً ولكن ليس كبيراً إلى حد ما حيث أن جميع العلاقات الخاصة بمُعدلات الاعتماد والاستخدام وأبعاد المهارات الإعلامية علاقات ضعيفة مما يعني أنها تُحدث تأثير بالفعل ولكن تأثير ضعيف.

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول مع نتائج دراسة (الأمير صحصاح فايز فراج، هبة محمد فهمي العطار، ٢٠١٩)^(٥٨) والتي أفادت نتائجها بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وتنمية المهارات الاتصالية لديهم

❖ **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية.

جدول رقم (٣٣)

معنوية بيرسون للارتباط بين مدى ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية

مدى الثقة	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
التأثيرات الناتجة	**0.113	0.024	دال
بعد مهارة الوصول والاستخدام	*0.117	0.019	دال
بعد مهارة التحليل	**0.181	0.000	دال
بعد مهارة التقييم	*0.118	0.019	دال
بعد مهارة الإنتاج			

لاختبار معنوية العلاقة مدى ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية، وبالنظر إلي أن كلا المتغيرين جري قياسه علي المُستوي الفترتي Interval، فقد تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

كما أفادت من بيانات هذا الجدول بأن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، قد بلغت (0.113)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.01، وإن العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زادت ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وقد بينت بيانات هذا الجدول أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، قد بلغت (0.117)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، وإن العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زادت ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وكذلك أشارت بيانات هذا الجدول إلى أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، قد بلغت (0.181)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.01، وإن

العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زادت ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وأخيرًا أوضحت بيانات هذا الجدول أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج، قد بلغت (0.118)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، وإن العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زادت ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وبذلك يكون **اختبار الفرض الثاني** القائل "بمعنوية العلاقة بين مدى ثقة طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية" قد انتهى إلى **ثبوت صحة هذا الفرض**.

مما سبق يتضح لنا أن عامل الثقة في المعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي له دورًا في تنمية المهارات الإعلامية لدى طلاب كليات الإعلام بالمملكة العربية السعودية، حيث نجد أنها لها دورًا ولكن ليس كبيرًا إلى حد ما حيث أن جميع العلاقات الخاصة بالثقة بالمعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي المهارات الإعلامية علاقات ضعيفة مما يعني أنها تُحدث تأثير بالفعل ولكن تأثير ضعيف، ويُمكن إرجاع ضعف العلاقات لأن علاقات التأثير بمعدلات الاعتماد والاستخدام على هذه المهارات ضعيفة بالفعل وهذا ما أوضحته نتائج **الجدول رقم (٣٢)** الذي تمحور حول (معنوية بيرسون للارتباط بين معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية على وسائل الإعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية).

❖ **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث (الإيجابيات/ والسلبات) والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية.

جدول رقم (٣٤)

معنوية بيرسون للارتباط بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث الإيجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	الإيجابيات التأثيرات الناتجة
دال	0.000	**0.515	بعد مهارة الوصول والاستخدام
دال	0.021	*0.116	بعد مهارة التحليل
غير دال	0.157	0.071	بعد مهارة التقييم
دال	0.000	**0.232	بعد مهارة الإنتاج

لاختبار معنوية العلاقة مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث الإيجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية، وبالنظر إلي أن كلا المتغيرين جري قياسه علي المُستوي الفتري Interval، فقد تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

كما أفادت من بيانات هذا الجدول بأن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث الإيجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، قد بلغت (0.515)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مُستوي معنوية أقل من 0.01، وإن العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زادت التقييم الإيجابي لطلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالمتوسطة.

وقد بينت بيانات هذا الجدول أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث الإيجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، قد بلغت (0.116)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، وإن العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زادت التقييم الإيجابي لطلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وكذلك أشارت بيانات هذا الجدول إلى أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث الإيجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، قد بلغت (0.071)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مُستوي معنوية أقل من 0.01.

وأخيراً أوضحت بيانات هذا الجدول أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث

الإيجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج، قد بلغت (0.232)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.01، وإن العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زادت التقييم الإيجابي لطلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

ومما سبق يمكن القول أن الفرض الفرعي الأول القائل "بمعنوية بيرسون للارتباط بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث الإيجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية" قد انتهى إلى ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي الأول جزئيًا من الفرض الثالث الرئيسي، حيث ثبت صحة وجود العلاقة بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث الإيجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث كلاً من: (بعد مهارة الوصول والاستخدام/ بعد مهارة التحليل/ بعد مهارة الإنتاج) ولكن ثبت عدم وجود علاقة بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث الإيجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم.

جدول رقم (٣٥)

معنوية بيرسون للارتباط بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	السلبيات التأثيرات الناتجة
دال	0.023	*0.113	بعد مهارة الوصول والاستخدام
غير دال	0.087	0.086	بعد مهارة التحليل
غير دال	0.149	0.072	بعد مهارة التقييم
غير دال	0.196	0.065	بعد مهارة الإنتاج

لاختبار معنوية العلاقة مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية، وبالنظر إلي أن كلا المُتغيرين جري قياسه علي المُستوي الفتري Interval، فقد تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

كما أفادت من بيانات هذا الجدول بأن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، قد بلغت (0.113)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، وإن العلاقة هنا طردية مما يعني أنه كلما زادت التقييم السلبي لطلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي زادت التأثيرات

الناجمة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يُمكن تصنيفها بالضعيفة.

وقد بينت بيانات هذا الجدول أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، قد بلغت (0.086)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05.

وكذلك أشارت بيانات هذا الجدول إلى أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، قد بلغت (0.072)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05.

وأخيرًا أوضحت بيانات هذا الجدول أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج، قد بلغت (0.065)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.01.

ومما سبق يمكن القول أن **الفرض الفرعي الثاني القائل** "بمعنوية بيرسون للارتباط بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية" قد انتهى إلى عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي الثاني جزئيًا من الفرض الثالث الرئيسي، حيث ثبت صحة وجود العلاقة بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، ولكن ثبت عدم وجود علاقة بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث كلاً من: (بعد مهارة التحليل/ بعد مهارة الإنتاج/ بعد مهارة التقييم).

ويتضح لنا من نتائج الجدول رقم (٣٤) والذي تمحور حول (معنوية بيرسون للارتباط بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث الإيجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية)، ونتائج الجدول رقم (٣٥) الذي استعرض معنوية بيرسون للارتباط بين مدى تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية، بأن نتائج اختبار الفرض الثالث القائل "بمعنوية العلاقة بين تقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بالمملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الرقمي من حيث (الإيجابيات/ والسلبيات) والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية " قد انتهى إلى ثبوت صحة هذا الفرض جزئيًا.

❖ **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي.

جدول رقم (٣٦)

معنوية الفروق بين طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	بعد مهارة الوصول والاستخدام	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
0.003 دال	398	T 1.466 =	.29413	2.8048	252	ذكر	النوع
			.22689	2.9459	148	انثي	
0.012 دال	3 396	F 3.684 =	.36707	2.8421	76	الأولي	الفرقة الدراسية
			.00000	3.0000	39	الثانية	
			.31480	2.8919	37	الثالثة	
			.24617	2.9355	248	الرابعة	
0.063 غير دال	2 397	F 2.781 =	.25771	2.9298	57	منخفض	المستوي الاقتصادي الاجتماعي
			.19234	2.9618	131	متوسط	
			.31174	2.8915	212	مرتفع	

لاختبار الفروق بين التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث مهارة سهولة الوصول والاستخدام لدى طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) باختلاف خصائصهم الديموغرافية، وبالنظر إلي أن مُتغير بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام تم قياسه علي المُستوي الفترتي Interval، فقد تم استخدام الاختبار (T) الإحصائي لقياس الفروق في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث في بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام بحسب (النوع)، كما تم استخدام الاختبار (F) الإحصائي لقياس الفروق في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام بحسب (الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

وقد كشفت بيانات هذا الجدول عن وجود معنوية الفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام لدى طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغيرات (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وذلك علي النحو التّالي:

❖ بلغت قيمة (T) للفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام لدى طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير النوع

(1.466)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجة حرية 398، وقد كانت هذه الفروق لصالح الإناث (م = 2.9459) مُقارنة بالذكور (م = 2.8048)، مما يعني أن المبحوثين الإناث كانوا لديهم بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام أكثر مُقارنة بالذكور، ويُمكن إرجاع ذلك لأن أغلبية الإناث يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي بشكل أكثر من الذكور سواء في التواصل مع الاصدقاء أو بهدف الشهرة أو بهدف شراء المُنتجات الأون لاين.

❖ بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير الفرقة الدراسية (3.684)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجتي حرية = (3) بين المجموعات & (396) داخل المجموعات، وقد كانت هذه الفروق لصالح الفرقة الدراسية الثانية (م = 3.0000) مُقارنة بمبحوثين الفرقة الدراسية الأولى (م = 2.8421)، مما يعني أن مبحوثين الفرقة الدراسية الثانية كانوا لديهم بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام أكثر مُقارنة بمبحوثين الفرقة الدراسية الأولى، ويُمكن إرجاع ذلك لأن طلاب الفرقة الدراسية الأولى يكونوا مازال في بداية تعلمهم لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي في المجال الأكاديمي أولاً ومن ثم في حياتهم اليومية ثانيًا لذلك ستكون مهارة سهولة الاستخدام والوصول للمعلومات عبر هذه الوسائل ليست جيدة بشكل كبير لأنهم مازال في بداية طريقتهم الجامعي.

❖ بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير المُستوى الاقتصادي والاجتماعي (2.781)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجتي حرية = (2) بين المجموعات & (367) داخل المجموعات.

ومما سبق يمكن القول أن **الفرض الفرعي الأول القائل** "بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين بين طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام **قد انتهى إلى ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي الأول جزئيًا من الفرض الرابع الرئيسي**، حيث تُبَت وجود الفروق بحسب (النوع، والفرقة الدراسية)، ولم يُبَت بوجود فروق بحسب (المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

جدول رقم (٣٧)

معنوية الفروق بين طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث مهارة التحليل

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	بعد مهارة التحليل	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
0.331 غير دال	398	=T 0.971	.59094	2.7302	252	ذكر	النوع
			.41306	2.7838	148	انثي	
0.000 دال	3 396	=F 9.968	.65481	2.6053	76	الأولي	الفرقة الدراسية
			.00000	3.0000	39	الثانية	
			.50523	2.4595	37	الثالثة	
			.50871	2.7984	248	الرابعة	
0.148 غير دال	2 397	=F 1.918	.59023	2.7193	57	منخفض	المستوي الاقتصادي الاجتماعي
			.47200	2.8244	131	متوسط	
			.54836	2.7123	212	مرتفع	

لاختبار الفروق بين التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث مهارة التحليل لدى طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) باختلاف خصائصهم الديموغرافية، وبالنظر إلي أن مُتغير بعد مهارة التحليل تم قياسه علي المُستوي الفترتي Interval، فقد تم استخدام الاختبار (T) الإحصائي لقياس الفروق في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث في بعد مهارة التحليل بحسب (النوع)، كما تم استخدام الاختبار (F) الإحصائي لقياس الفروق في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل بحسب (الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

وقد كشفت بيانات هذا الجدول عن وجود معنوية الفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل لدى طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغيرات (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وذلك علي النحو التالي:

❖ بلغت قيمة (T) للفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير النوع (0.971)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجة حرية 398.

❖ بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير الفرقة الدراسية (9.968)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجتي حرية = (3) بين المجموعات & (396) داخل المجموعات، وقد كانت هذه الفروق لصالح الفرقة الدراسية الثانية (م = 3.0000) مقارنة بمبحوثين الفرقة الدراسية الثالثة (م = 2.4595)، مما يعني أن مبحوثين الفرقة الدراسية الثانية كانوا لديهم بعد مهارة التحليل أكثر مقارنة بمبحوثين الفرقة الدراسية الثالثة.

❖ بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة التحليل طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير المُستوى الاقتصادي والاجتماعي (1.918)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجتي حرية = (2) بين المجموعات & (367) داخل المجموعات.

ومما سبق يمكن القول أن الفرض الفرعي الثاني القائل "بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين بين طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث بعد مهارة التحليل قد انتهى إلى عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي الثاني جزئيًا من الفرض الرابع الرئيسي، حيث ثبت وجود الفروق بحسب (الفرقة الدراسية)، ولم يُثبت بوجود فروق بحسب (النوع، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

جدول رقم (٣٨)

معنوية الفروق بين طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث مهارة التقييم

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	بعد مهارة التقييم	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
0.274 غير دال	398	=T 1.200	.54973	2.7103	252	ذكر	النوع
			.53280	2.6486	148	انثي	
0.036 دال	3 396	=F 2.867	.50175	2.5395	76	الأولي	الفرقة الدراسية
			.40907	2.7949	39	الثانية	
			.41734	2.7838	37	الثالثة	
			.58288	2.7016	248	الرابعة	
0.117 غير دال	2 397	=F 2.160	.41131	2.7895	57	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
			.48766	2.6183	131	متوسط	
			.60126	2.7028	212	مرتفع	

لاختبار الفروق بين التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث مهارة التقييم لدى طلاب كليات الإعلام (عينة)

الدراسة) باختلاف خصائصهم الديموغرافية، وبالنظر إلي أن مُتغير بعد مهارة التقييم تم قياسه علي المُستوي الفترتي Interval، فقد تم استخدام الاختبار (T) الإحصائي لقياس الفروق في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث في بعد مهارة التقييم بحسب (النوع)، كما تم استخدام الاختبار (F) الإحصائي لقياس الفروق في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم بحسب (الفرقة الدراسية، المستوي الاقتصادي الاجتماعي).

وقد كشفت بيانات هذا الجدول عن وجود معنوية الفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم لدى طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغيرات (النوع، الفرقة الدراسية، المستوي الاقتصادي الاجتماعي)، وذلك علي النحو التالي:

❖ بلغت قيمة (T) للفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير النوع (1.200)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجة حرية 398.

❖ بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير الفرقة الدراسية (2.867)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجتى حرية = (3) بين المجموعات & (396) داخل المجموعات، وقد كانت هذه الفروق لصالح الفرقة الدراسية الثانية (م = 2.7949) مقارنة بمبحوثين الفرقة الدراسية الأولى (م = 2.5395)، مما يعني أن مبحوثين الفرقة الدراسية الثانية كانوا لديهم بعد مهارة التقييم أكثر مقارنة بمبحوثين الفرقة الدراسية الأولى، مما يعني أن مبحوثين الفرقة الدراسية الثانية كانوا لديهم بعد مهارة التقييم أكثر مقارنة بمبحوثين الفرقة الدراسية الأولى، ويُمكن إرجاع ذلك لأن طلاب الفرقة الدراسية الأولى يكونوا مازال في بداية تعلمهم لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي في المجال الأكاديمي أولاً ومن ثم في حياتهم اليومية ثانيًا لذلك ستكون مهارة تقييمهم للمعلومات المُقدمة عبر هذه الوسائل ليست جيدة بشكل كبير لأنهم مازال في بداية طريقهم الجامعي.

❖ بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة التقييم طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير المُستوى الاقتصادي والاجتماعي (2.160)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجتى حرية = (2) بين المجموعات & (367) داخل المجموعات.

ومما سبق يمكن القول أن **الفرض الفرعي الثالث القائل** "بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين بين طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الفرقة الدراسية، المستوي الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث بعد مهارة التقييم قد انتهى إلى عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي الثاني جزئيًا من الفرض الرابع الرئيسي، حيث ثبت وجود الفروق بحسب (الفرقة الدراسية)، ولم يُثبت بوجود فروق بحسب (النوع، والمستوي الاقتصادي الاجتماعي).

جدول رقم (٣٩)

معنوية الفروق بين طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث مهارة الإنتاج

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	بعد مهارة الإنتاج	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
0.920 غير دال	398	=T 0.010	.43273	2.8333	252	ذكر	النوع
			.43728	2.8378	148	انثى	
0.002 دال	3 396	=F 4.906	.43589	2.7500	76	الأولي	الفرقة الدراسية
			.00000	3.0000	39	الثانية	
			.66892	2.6757	37	الثالثة	
			.41266	2.8589	248	الرابعة	
0.171 غير دال	2 397	=F 1.771	.25771	2.9298	57	منخفض	المستوي الاقتصادي الاجتماعي
			.47100	2.8015	131	متوسط	
			.44555	2.8302	212	عالي	

لاختبار الفروق بين التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث مهارة الإنتاج لدى طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) باختلاف خصائصهم الديموغرافية، وبالنظر إلي أن مُتغير بعد مهارة التقييم تم قياسه على المُستوي الفترتي Interval، فقد تم استخدام الاختبار (T) الإحصائي لقياس الفروق في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث مهارة الإنتاج بحسب (النوع)، كما تم استخدام الاختبار (F) الإحصائي لقياس الفروق في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث مهارة الإنتاج بحسب (الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

وقد كشفت بيانات هذا الجدول عن وجود معنوية الفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث مهارة الإنتاج لدى طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغيرات (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وذلك على النحو التالي:

- ❖ بلغت قيمة (T) للفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث مهارة الإنتاج لدى طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير النوع (0.010)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجة حرية 398.
- ❖ بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين في أبعاد المهارات الإعلامية من حيث مهارة الإنتاج لدى طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير الفرقة الدراسية (4.906)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجتى حرية = (3) بين المجموعات & (396) داخل المجموعات، وقد كانت هذه الفروق لصالح الفرقة الدراسية الثانية (م = 3.0000) مقارنة بمبحوثين الفرقة الدراسية الثالثة (م =

2.6757)، مما يعني أن مبحثين الفرقة الدراسية الثانية كانوا لديهم بعد مهارة الإنتاج أكثر مقارنة بمبحثين الفرقة الدراسية الثالثة.

❖ بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحثين أبعاد المهارات الإعلامية من حيث بعد مهارة الإنتاج طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب مُتغير المُستوى الاقتصادي والاجتماعي (1.771)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مُستوي معنوية أقل من 0.05، ودرجتي حرية = (2) بين المجموعات & (367) داخل المجموعات.

ومما سبق يمكن القول أن **الفرض الفرعي الرابع القائل** "بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين بين طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي من حيث بعد مهارة الإنتاج قد انتهى إلى عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي الثاني جزئيًا من الفرض الرابع الرئيسي، حيث ثبت وجود الفروق بحسب (الفرقة الدراسية)، ولم يُثبت بوجود فروق بحسب (النوع، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

ويتضح لنا من نتائج كلا من الجداول رقم (٣٦، ٣٧، ٣٨، ٣٩) أن **الفرض الرابع القائل** "بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب كليات الإعلام (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية من حيث كلاً من الأبعاد التالية: (مهارة سهولة الاستخدام والوصول/ مهارة التحليل/ مهارة التقييم/ مهارة الإنتاج) نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي"، قد انتهى إلى عدم ثبوت صحة هذا الفرض الرابع جزئيًا.

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج دراسة (سوزان يوسف أحمد القليني، وآخرون، ٢٠٢٢) ^(٩) والتي بينت نتائجها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجاتى الشباب (عينة الدراسة) على مقياس المهارات الاجتماعية وفقاً للمستوى التعليمي، وجاءت الفروق وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي وفقاً لمتغير النوع لصالح الذكور.

كما اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج دراسة (الصادق عبد الصادق البدوي بلة، أميرة عبد الحي حسن درار، ٢٠٢١) ^(١٠) والتي توصلت نتائجها إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الطلاب في اختبار قياس مهارات الخط العربي: (الوضوح/ والتناسق/ والجمال) في الامتحان البعدي بين (المجموعة التجريبية) و(المجموعة الضابطة) لصالح المجموعة التجريبية.

وكذلك اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج أفاضت دراسة (سلوى يحيى محمد الحداد، ٢٠٢٠) ^(١١) والتي أفاضت نتائجها بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدور مواقع التواصل في تنمية المهارات الحياتية لدى الطلب وفقاً لمتغير الجنس أو التخصص أو المستوى الدراسي.

اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج أفادت

توصيات الدراسة:

- ❖ العمل على تقديم المزيد من حملات التوعية وورش العمل بهدف رفع مستوى إدراكهم حول التعامل مع الإعلام الرقمي ووسائله لتنمية المهارات الإعلامية.
- ❖ تلبية احتياجات الطلاب ومراعاة اختلاف مستوياتهم من خلال تقديم حجم الدعم الإلكتروني المناسب، وكذلك الاستفادة من حجم هذا الدعم في عملية تقديم المساعدة للطلاب وتنمية المهارات المتنوعة.
- ❖ ضرورة توجيه الطلاب نحو الاستخدام الأمثل للإعلام الرقمي ووسائله، مع وضع قواعد وضوابط ووسائل تكنولوجية حديثة لمراقبة المواقع الممنوعة والهدامه لإبداعات الطلاب.
- ❖ توجيه طلاب كليات الإعلام نحو استخدام وسائل الإعلام الرقمي في نتائج البحوث والدراسات لتطويرها بشكل صحيح والاستفادة منها.
- ❖ وجوب تعزيز إدراك الطلاب لإبعاد وأهمية وسائل الإعلام الرقمي ودورها في تنمية قدرات الشباب وزيادة معرفتهم في الاستفادة القصوي منها.
- ❖ إنشاء قسم للإعلام الرقمي بداخل كليات الإعلام ويتم إدراته من قبل طلاب الكلية ويكون به تدريب ميداني على مدار سنوات الدراسة، ويكون مسئولاً عن جميع التغطيات الإعلامية والبرامج التي تُقدمها الكلية.
- ❖ ضرورة الإشراف من قبل الدولة والسلطات المسؤولة على وسائل الإعلام الرقمي والتنبيه لخطورة تركها بلا رقابة فاعلة لما لها من أثار سلبية مُدمرة على عقول الشباب بشكل عام.
- ❖ تدريب الطلاب على مهارات الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الرقمي خاصاً في تعميق المواد الدراسية، والبحث العلمي.
- ❖ الاهتمام بإسهامات الشباب بوجه عام وخاصة طلاب الجامعات في وسائل الإعلام الرقمي، باعتبارها تُشير إلى طرق حديثة في التفكير حول دور التعليم بالنسبة لفرص التعلم المُتاحة من خلال تلك الشبكات والنظر إلى العملية التعليمية على أنها عملية إرشادية توجه الشباب إلى المشاركة في الحياة العامة إلى جانب الاستعداد للعمل والتأهيل المستقبلي.

مراجِع الدِّرَاسَةِ:

- (١) القليني، سوزان يوسف أحمد، وآخرون (٢٠٢٢) اتجاهات الشباب نحو مضامين التنمية البشرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية المهارات الاجتماعية لديهم، المجلة المصرية للدراسات المُتخصصة، (٣٤)، ص ٢٦٩ – ٣٢٦.
- (٢) فراج، الأمير صحصاح فايز، العطار، هبة محمد فهمي (٢٠١٩) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الاتصالية لدى الشباب السعودي، المجلة المصرية للدراسات المُتخصصة، (٢٣)، ص ١٧٠ – ٢٢٥.
- (٣) القليني، سوزان يوسف أحمد، وآخرون، مرجع سابق.
- (٤) فراج، الأمير صحصاح فايز، العطار، هبة محمد فهمي، مرجع سابق.
- (٥) القليني، سوزان يوسف أحمد، وآخرون، مرجع سابق.
- (٦) بلة، الصديق عبد الصادق البدوي، درار، أميرة عبد الحي حسن (٢٠٢١) فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين مهارات الخط العربي لدى طلاب التعليم عن بعد: الواتساب What's App أنموذجًا، مجلة القلزم للدراسات التربوية والنفسية واللغوية، (٤)، ص ١٤٩ – ١٧٤.
- (٧) الحداد، سلوى يحيى محمد (٢٠٢٠) دور مواقع التواصل الاجتماعي Media Social في تنمية المهارات الحياتية لدى طلبة كلية التربية بجامعة إب من وجهة نظرهم: الفيس بوك Facebook نموذجًا، مجلة بحوث ودراسات تربوية، (١٢)، ص ٦٥ – ٩٣.
- (٨) فراج، الأمير صحصاح فايز، العطار، هبة محمد فهمي، مرجع سابق.
- (٩) الخولي، سلامة عبد العزيز السيد (٢٠١٨) فاعلية التعلم التشاركي القائم على شبكات التواصل الاجتماعية في تنمية مهارات التفكير الإبداعي لدى طلاب تكنولوجيا التعليم، مجلة كلية التربية، (١)٦٩، ص ٥٢١ – ٥٥٠.
- (١٠) الأمين، صلاح الدين محمد صديق (٢٠١٧) دور الفيسبوك والواتساب في تنمية القدرات والمهارات العلمية لطلاب المكتبات والمعلومات بالجامعات السودانية، المؤتمر الثامن والعشرون بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في مؤسسات المعلومات في الوطن العربي"، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (أعلم)، القاهرة، ص ١ – ٢٣.
- (١١) الحافظي، فهد بن سليم سالم (٢٠٢١) اختلاف حجم الدعم الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تنمية مهارات البرمجة لدى طلاب المرحلة الثانوية، مجلة جامعة طيبة للعلوم التربوية، (١)١٦، ص ٦٩ – ٨٥.
- (١٢) عثمان، صفا محمود (٢٠٢١) العلاقة بين متابعة الشباب لموقع الإنستجرام وتنمية مهاراتهم الاجتماعية: دراسة مقارنة بين الشباب المصري والأماراتي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (٢)٢٠، ص ٤٢٣ – ٤٧٧.
- 13) Luaran, Johan Eddy, et.al (2014) The Usefulness of Facebook in Improving Social Skills among Degree Students at the Faculty of Education UiTM, Available At: https://www.researchgate.net/publication/280561807_The_Usefulness_of_Facebook_in_Improving_Social_Skills_among_Degree_Students_at_the_Faculty_of_Education_UiTM, accessed on 17/2/2023.
- (١٤) عثمان، صفا محمود، مرجع سابق.
- 15) Mykytiuk, Svitlana, et.al (2022) Facebook as a Flexible Ubiquitous Learning Space for Developing Speaking Skills, IAFOR Journal of Education: Language Learning in Education, 10(1), pp. 109 – 133.
- (١٦) الحداد، سلوى يحيى محمد، مرجع سابق.

- ١٧) حرب، سليمان أحمد سليمان، حسونة، إسماعيل عمر على (٢٠٢٠) التدريب عبر قناة يوتيوب لتنمية مهارات تصميم المقاييس الإلكترونية لدى طالبات كلية التربية في جامعة الأقصى بغزة، المجلة التربوية، ٣٤(١٣٧)، ص ٢٠٩ – ٢٤٦.
- 18) Elzomor, Mohamed, et.al (2020) Using Social Media to Improve Minority Students' Skills When Connecting Courses with Different Educational Modalities, ASEE's Virtual Conference, Available At: <https://peer.asee.org/using-social-media-to-improve-minority-students-skills-when-connecting-courses-with-different-educational-modalities.pdf>, accessed on 17/2/2023.
- ١٩) الوشاح، حليلة لى محمد (٢٠٢٠) فاعلية توظيف الفيسبوك لتدريس اللغة الإنجليزية في تنمية مهارات القراءة والكتابة لدى طلبة المرحلة الأساسية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، الأردن
- 20) Bhowmick, Tamalika, Madhu, Shuvankar (2020) Social Media And Its Influence On Social Skills, International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science, 2(12), pp. 1068 – 1075.
- 21) Agrikaltarini, Niken Dwiretno Galuh, et.al (2019) Instagram and Students' Higher Order Thinking Skill of Analyzing, Linguistic, English Education and Art (LEEA) Journal, 3(1), pp. 45 – 60.
- ٢٢) محمد، أمل جودة (٢٠١٨) استخدام الخرائط الذهنية في استراتيجيات التعلم الإلكتروني (الفردى والجماعي) بمنصة الفيسبوك على تنمية مهارات البحث في بنك المعرفة المصري لدى طلاب تكنولوجيا التعليم، تكنولوجيا التعليم، ٢٨(٤)، ص ٩٥ – ١٦١.
- 23) Putri, Ni Made Anggi Arlina (2018) The Use of Facebook and Development of Students' Writing Skills, IJET (Indonesian Journal of English Teaching), 7(2), pp.140 – 145.
- 24) Dweikat, Khaled (2016) Impact of Using Facebook on Improving English Communication Skills - The Case of Implementing the English Language Course as a model at Al-Quds Open University, An - Najah Univ. J. Res. (Humanities), 30(11), pp. 2288 – 2318.
- 25) Ahmed, Mervat Abd Elfatah Ali Said (2016) Using Facebook to Develop Grammar Discussion and Writing Skills in English as a Foreign Language for University Students, Sino-US English Teaching, 13(12), pp. 932 – 952.
- 26) Maiorescu, Irina, et.al (2015) The Impact of Facebook Upon Social Skills of Young People – a Business Employment Perspective, Amfiteatru Economic, 17(9), pp. 1289 – 1302.
- 27) Luaran, Johan Eddy, et.al, Op.Cit.
- 28) Mykytiuk, Svitlana, et.al, Op.Cit.
- ٢٩) مكاي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين (٢٠٠٤) الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.
- 30) Rouner, Donna (1984) Active Television Viewing and the Cultivation Hypothesis. Journalism Quarterly, 61(1), pp. 168 – 174.
- 31) Livingstone, Sonia (1998) Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation (International Series in Social Psychology), 2nd Edition, Routledge, United Kingdom, England.

- 32) Eldridge, John, et.al (1997) The Mass Media and Power in Modern Britain (Oxford Modern Britain), Oxford University Press, United Kingdom, England.
- 33) Lorimer, Rowland, Scannell, Paddy (1994) Mass Communications: A Comparative Introduction, Manchester University Press, University of Manchester, Manchester, England.
- 34) Littlejohn, Stephen W., Foss, Karen A. (2010) Theories of Human Communication, 10th Edition, Waveland Press, Inc.
- 35) Bryant Jennings, et.al (2012) Fundamentals of Media Effects, 2nd Edition, Waveland Pr Inc.
- 36) Eldridge, John (1997) The Mass Media And Power In Modern Britain (Oxford Modern Britain), Oxford University Press. England.
- 37) McQuail, Denis, Deuze, Mark (2020) McQuail's Media and Mass Communication Theory, 7th Edition, SAGE Publishing, California, USA.
- ٣٨) مكاي، حسن عماد، علم الدين، محمود (٢٠٠٩) تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ط١، دار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- ٣٩) صادق، عباس مصطفى (٢٠٠٨) الإعلام الجديد؛ المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط١، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة.
- ٤٠) العززي، وديع (٢٠١٦) الإعلام الجديد "المفاهيم والنظريات"، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة
- ٤١) صادق، عباس مصطفى، مرجع سابق.
- ٤٢) شفيق، حسنين (٢٠١٠) الإعلام الجديد - الإعلام البديل - تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار النهضة العربية، الإمارات العربية المتحدة.
- ٤٣) أمين، رضا عبد الواحد (٢٠١٠) الجمهور ينتج الرسالة الإعلامية (يوتيوب وإعلام المجتمع) ندوة الإعلام الإلكتروني وقضايا الجيل ضمن فعاليات مهرجان الجنادرية الخامس والعشرون، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود بالرياض، المملكة العربية السعودية.
- 44) Davis, Richard, Owen, Diana (1999) New Media and American Politics, Oxford University Press. England.
- ٤٥) إبراهيم، علي حجازي (٢٠١٧) التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، ط١، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ٤٦) الحكمي، عبد الله بن محسن علي (٢٠١٥) أنموذج مقترح لتوظيف وسائل الإعلام الجديد في مواجهة مهددات الأمن الوطني في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الدراسات الأمنية، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- ٤٧) المرجع نفسه.
- ٤٨) آل سعود، ماضي بنت عبد الله (٢٠١١) توظيف وسائل الإعلام الجديد في التوعية المجتمعية للوقاية من المخدرات، دراسة تطبيقية على عينة من الشباب بمدينة الرياض، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.
- ٤٩) الحكمي، عبد الله بن محسن علي، مرجع سابق.
- ٥٠) سلطان، محمد صاحب (٢٠١٢) وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، ط١، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- ٥١) شفيق، حسنين، مرجع سابق.
- ٥٢) شقرة، على خليل (٢٠١٤) الإعلام الجديد؛ شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

٥٣) عبد المقصود، هشام عطية (٢٠١٠) دراسة لخطاب المدونات العربية "التعبيرات السياسية والاجتماعية لشبكة الإنترنت"، العربي للنشر والتوزيع والسلسلة: دراسات في الإعلام، القاهرة، مصر.
٥٤) علام، اعتماد محمد (٢٠١٢) الإحصاء في البحوث الاجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
٥٥) عثمان، صفا محمود، مرجع سابق.

56) Luaran, Johan Eddy, et.al, Op.Cit.

٥٧) عثمان، صفا محمود، مرجع سابق.
٥٨) فراج، الأمير صحصاح فايز، العطار، هبة محمد فهمي، مرجع سابق.
٥٩) القليني، سوزان يوسف أحمد، وآخرون، مرجع سابق.
٦٠) بلّة، الصديق عبد الصادق البدوي، درار، أميرة عبد الحي حسن، مرجع سابق..
٦١) الحداد، سلوى يحيى محمد، مرجع سابق..