استخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقاته بتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية

ناديه مصطفى أحمد الشيخ
أ.د.إيناس محمود حامد
أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
أ.د.سامية موسى إبراهيم
أستاذ تربية الطفل كلية البنات جامعة عين شمس

الملخص

يهدف هذا البحث إلى التعرف على مدى استخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعى وعلاقاته بتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لديهم. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح الإعلامي، وتمثلت أدوات الدراسة فى إستمارة الإستبيان ومقياس الإستخدام الناقد (إعداد الباحثة) والتى طبقت على عينة عمدية من مستخدمى مواقع التواصل الإجتماعى، على مجتمع المراهقيين المصريين، فترة عمرية (١٧- ٢١سنة) فترة المراهقة المتأخرة والموازية لفترة التعليم الجامعى، قوامها ٤٥٠ مفردة موزعة بالتساوى بين الذكور والإناث من طلاب ثلاثة جامعات (المنوفية- الأزهر- ٦أكتوبر).

وتمثلت أهم النتائج فيما يلي: أشارت نتائج مقياس الإستخدام الناقد الذى أعدته الباحثة إلى نتيجة عامة وهى ضعف مهارة الإستخدام الناقد للمراهقين المصريين أثناء إستخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي، وذلك للأربعة مهارات الإعلامية التى ركزت عليها الباحثة وهم (مهارة الوصول للرسائل الإعلامية، مهارة تحليل الرسائل الإعلامية، مهارة نقد الرسائل الإعلامية، ومهارة إنتاج الرسائل الإعلامية). كما توصلت الباحثة إلى ضعف درجة الوعى الإعلامى لدى المبحوثين أثناء إستخدام مواقع التواصل الإجتماعى، وذلك فيما يتعلق بالعناصر الخمسة الأساسية لأى عملية إتصالية والتى إعتمدت عليها الباحثة والمتمثلين فى الوعى ب (معرفة المرسل وصانع المحتوي، معرفة الرسالة والمحتوي، نوعية الوسيلة وتقنياتها، المستقبل والجمهور المستهدف، وتأثير الرسالة ورد الفعل).

وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات، أهمها: الإهتمام بالتربية الإعلامية النقدية التى تمنح القدرة على تقويم المحتوى الثقافى فى الشبكة العالمية. التنسيق والتعاون فيما بين المؤسسات الإعلامية والتربوية والدينية، والارتقاء بتقنياتها، وتذليل ما قد يعترضها من عقبات، والسعى إلى التعامل مع وسائل الإعلام الجديد بكفاية واقتدار، وتوفير المعلومات الصحيحة التى يحتاجها المراهق والشاب.

University students use social networking sites and their relationship to the development of some critical media skills

This research aims at identifying the extent to which university students use social networking sites and their relationships to develop some of their media criticism skills. This study is a descriptive study using the methodology of the media survey. The study tools in the questionnaire form and the critique of the critical use (by the researcher) applied to a random sample of users of social networking websites were on the Egyptian adolescent community, age (17- 21) years In addition to 450 students divided equally between male and female students from three universities (Al- Monofiya, Al- Azhar, October 6).

The most important results were: The results of the researcher's critical usage measure indicated a general result, namely, the weakness of the skill of critical use of Egyptian adolescents during their use of social networking sites. The four media skills that the researcher focused on were (access to media messages, And the skill of producing media messages). The researcher also found that the media awareness of the respondents is weak in terms of the use of social networking sites in relation to the five basic elements of any communication process that the researcher relied upon in the awareness of the sender and the content maker, the knowledge of the message and the content, Target audience, impact of message and reaction).

The study presented a number of recommendations, the most important of which are: To pay attention to monetary media education that gives the ability to evaluate cultural content in the global network. Coordination and cooperation among media, educational and religious institutions, upgrading their techniques, overcoming obstacles that may be encountered, and seeking to deal with the new media with sufficient efficiency and providing the correct information needed by adolescents and young people.

مقدمة:

شهدت السنوات الماضية طفرات متلاحقة فى تكنولوجيا وسائل الاتصال، وتغيرت معها قدرات الأفراد على التعامل مع هذه التكنولوجيا نحو المزيد من السهولة واليسر، بحيث لم يعد استخدام هذه التكنولوجيا حكرا على المختصين بل أصبح متاحا لمعظم الأشخاص على اختلاف مهاراتهم ومستوياتهم العلمية، وشكل الشباب النسبة الكبرى فى سهولة التعامل مع التكنولوجيا الحديثة والأكثر تفاعلا معها، بحكم القدر الأكبر الذى يتقبل فيه الشباب تجربة أى شيء جديد مقارنة مع الأجيال الأكبر سنا، فضلا عما قدمته وسائل الاتصال الحديثة من سهولة فى التواصل مع أقرانهم فى مختلف بقاع العالم بفضل توفر هذه الوسائل بين أيدى نسبة كبيرة من الشباب بسبب رخص أسعارها النسبي، فأصبح من الطبيعى أن يحظى الشاب فى مقتبل عمره بهاتف نقال وجهاز حاسوب، وغيرها من وسائل التكنولوجيا الحديثة التى كانت حكرا فيما مضى على فئات اجتماعية معينة.

توفر وسائل التكنولوجيا الحديثة بين أيدى الشباب دفع الكثير من المختصين إلى دراسة مستويات تأثر الجيل الشاب بهذه الوسائل وطرق تعاطيهم معها سلبا أو إيجابا، وظهرت العديد من الأصوات التى تحذر من خطورة التكنولوجيا الحديثة على الشباب من خلال تغيير سلوكهم الاجتماعي، وتأثرهم بأفكار قادمة من الخارج تتعارض مع طبيعة مجتمعاتنا لتخلق فجوة بين الشباب ومجتمعاتهم. المحذرون من هذه المخاطر دعوا إلى فرض أنواع من الرقابة على التكنولوجيا حتى يتم تجنب آثارها السلبية على الشباب، فى حين يرى البعض الآخر أن عصر الرقابة على التكنولوجيا قد ولى وأنه لا فائدة ترجى منها، وأنه بدلا من الحديث عن رقابة لابد من الحديث عن وضع الآليات المناسبة لتمكين الشباب من تحقيق أقصى فائدة ممكنة من ثورة التكنولوجيا، ودمجهم فيها لكى يكونوا فى المستقبل مساهمين فى تطوير هذه التكنولوجيا بدل الاكتفاء بكونهم متلقين لها، مستندين إلى أن التكنولوجيا الحديثة وفرت للشباب فرصا لتعلم واكتساب مهارات لم تكن متاحة بدونها، وأنها تسهم فى توسيع مداركهم وتعزز لديهم القدرة للتواصل مع الآخر.

من هنا فان التفكير الناقد والمهارات التقنية تجعل الفرد المثقف إعلاميا هو الذى يتعرف بعمق التفاعل الكونى وبالتالى يصبح الوعى الكونى مفتاح الثقافة الإعلامية، ولتحقيق فهم التفاعل الكونى هذا باعتباره قاعدة أساسية للتربية الإعلامية والذى بدوره يتكون من عدة مستويات: مهارات استخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشبكات الرقمية. مهارات التفكير الناقد لمحتوى الرسائل الإعلامية، وتقدير التفاعلية الكونية. هذه المستويات تحتاج الى استراتيجيات ثقافة التربية الإعلامية من خلال تطوير رؤية إعلامية مشتركة، مناقشة الاختيارات الإعلامية، وبعبارة أخرى كيف نضمن أن كل فرد فى المجتمع اليوم يمكنه الحصول على هذه الخبرات ليصبح مشاركا بشكل كامل غدا فى المستقبل الاجتماعى والثقافى والاقتصادى والسياسى لبلده.

وتبحث الدراسة تلك العلاقة والتى تتمثل فى إستخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الإجتماعى وعلاقتة بتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

إن المراهق اليوم (مراهق العالم الإتصالى) مراهق الإنترنت والإعلام الجديد بدافع الطموح وتحت التأثير والإغراء، فى حاجة إلى الإتصال والحصول على المعرفة والمعلومات والنفاذ إلى كل ما هو جديد فى النتاج الفكرى من وسائل الإعلام الجديدة لمواكبة العصر والحصول على الإشباع الفكرى والثقافى بأقل التكاليف وبأسرع وقت ممكن دون حواجز تحده، عالم معلوماتى يتسم باللاحدود واللا معيارية، وهو فى الوقت ذاته له الحق فى المعرفة والإستخدام. ومع إلتزام باحثى الإعلام فى العديد من الدراسات والأبحاث العلمية، بدراسة مواقع التواصل الإجتماعى وذلك بما يلائم التطور الحادث فى تكنولوجيا الإعلام. وحديث العديد من أساتذة الإعلام والنخبة عن طبيعة هذه التقنية الجديدة، ومدى تأثيرها على المجتمع. فتضمنت غالبية الدراسات والمؤتمرات الحديث عن دوافع وإشباعات لمختلف مواقع التواصل الإجتماعى على شبكة الأنترنت ومقارنتها بالوسائل الإعلامية التقليدية دون الحديث عن كيف يستخدم هذا الجمهور من مختلف فئاته هذه الوسائل الجديدة. وبين من يرى فى التكنولوجيا الحديثة خطرا على جيل الشباب ومن يراها فائدة لهم، تأتى هذه الدراسة للبحث فى علاقة طلاب الجامعة بالتكنولوجيا وكيفية استفادتهم منها ومدى الاستخدام السلبى لها، ومدى توافر مهارات النقد الاعلامية فى هذا الاستخدام، لا تبحث هذه الدراسة حول الإجابة عن التساؤل الرئيسى ما طبيعة استخدام المراهقين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى توافر مهارات النقد الاعلامية لهذا الاستخدام؟

أهمية الدراسة:

تعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات المصرية والعربية التى تناولت الحديث عن مهارة إعلامية جديدة، وهى مهارة الاستخدام الناقد لمواقع الإعلام الجديد، فترث هذه الدراسة المكتبات الإعلامية فى التعرف على مختلف دوافع استخدام المراهقين المصريين لمواقع الإعلام الجديد والإشباعات المتحققة منها، فتكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة، بكونها تسلط الضوء على فئة هامة من المجتمع المصرى وهى فئة الشباب الجامعي، والتى تسعى بدورها إلى التعرف على ما إذا كان المراهقين يستخدمون مواقع الإعلام الجديد بشكل ناقد أم لا؟ وذلك وفق وجهة نظر المراهقون (عينة الدراسة) نفسهم فهذا التقييم يساعد بدوره فى وضع رؤية علمية كأساس لمحو الأمية الإعلامية لدى مختلف أفراد المجتمع وخاصة فئة الشباب الجامعي.

أهداف الدراسة:

١. التعرف على مدى إستخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الإجتماعي.
٢. التعرف على أهم دوافع إستخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الإجتماعي.
٣. التعرف على أهم الإشبعات المتحققة نتيجة إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي.
٤. التعرف على مدى توافر مهارات التفكير الناقد أثناء إستخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الإجتماعي

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: تتعلق الحدود الموضوعية لهذه الدراسة، بالتعرف على دوافع استخدام الطلاب الجامعى لمواقع التواصل الإجتماعى وعلاقة ذلك بتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لديهم.
- الحدود الزمنية: تم تطبيق استمارة الاستبيان فى فترة زمنية ابتداء من ١ مارس ٢٠١٨ الى ٣١ مارس ٢٠١٨.
- الحدود المكانية: طبقت استمارة الاستبيان على عينة عشوائية من طلاب الجامعات المصرية قوامها ٤٥٠ مفردة موزعة بالتساوى بين الذكور والإناث.

الدراسات السابقة:

سيتم عرض الدراسات والبحوث السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية إلى محوريين أساسيين كالتالي:

- المحور الأول دراسات تناولت مواقع التواصل الإجتماعى وطلاب الجامعة:

١. دراسة أماندا لنهرت Amenda Lenhart (2010) بعنوان استخدام المراهقين والشباب لوسائل الإعلام الاجتماعية، تهدف هذه الدراسة حول التعرف على استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها ٨٠٠ مراهق ما بين (١٢-١٧) سنة وتوصلت الدراسة إلي ٩٣% من المراهقين يتناولون مع المواقع الاجتماعية ويشاركون فيها بآرائهم من خلال التعليقات والمشاركة بالفيديو من الذين تتراوح أعمارهم من (١٢- ١٧) سنة. توصلت الدراسة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعى فى تزايد مستمر لما بها من مميزات تجذب المراهقين وقد أثبتت الدراسة أن أكثر المستفيدين من الشبكات هم المراهقون والشباب بنسبة ٧٣% والكثير من المراهقين يفضلون Teacher You Tabe للتعلم.

٢. دراسة خالد صلاح الدين (٢٠١١) بعنوان إتجاهات الشباب المصرى نحو شبكات التواصل الاجتماعى على الشبكة العنكبوتية فى إطار نظرية الثراء

الإعلامى، وتسعى هذه الدراسة إلى رصد اتجاهات الشباب المصرى نحو شبكات التواصل الاجتماعى بالإضافة إلى التعرف على تقييم الشباب للثراء الإعلامى لهذه الشبكات، فيما يتعلق بالسمات الإعلامية لهذه الوسائل من حيث التفاعلية وفورية رجع الصدى واستخدام الوسائط المتعددة وإمكانية تعديل الرسائل فى جميع مراحل الاتصال. أجريت الدراسة على عينة من الشباب المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعى وتوصلت لعدة نتائج منها: ليعتقد الشباب عينة الدراسة أن الشبكات الاجتماعية هى عالمهم المفضل وأنها الأكثر ملائمة لتلبية احتياجاتهم الاتصالية مقارنة بالوسائل التقليدية من صحف وراديو وتليفزيون، ولدى الشباب اتجاهات إيجابية نحو مكونات الثراء الإعلامى للشبكات الاجتماعية والمزايا الاتصالية التى تتمتع بها مثل: التوظيف الأمثل للوسائط المتعددة وإمكانية مشاركة المستخدمين فى إنتاج المحتوى الإعلامى من ملفات نصية وصوتية وفيديو، وتشاركها مع المستخدمين الآخرين.

٣. دراسة صابر محمد أحمد ابوبكر (٢٠١٢) بعنوان استخدامات عينة من المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة منه، وحول تعليق هدف رئيسى وهو التعرف على استخدامات المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة منه، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى اعتمدت على منهج المسح بالعينة وطبقت استمارة الاستبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين من مستخدمى الانترنت بمحافظة القاهرة. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها أن نسبة ٤٩,٥% من المبعوثين يستخدمون موقع يوتيوب بصفة دائمة ويستخدمون أحيانا ٤١% ويستخدمون نادرا ٩,٥%. تمثلت دوافع استخدام المبعوثين لموقع اليوتيوب كالتالى بالنسبة للدوافع المنفعية جاءت معرفة الأخبار والأحداث الجارية المصورة فى المقدمة وبالنسبة للطقوسية جاءت وسيلة مسلية تملأ أوقات الفراغ فى المقدمة.

٤. دراسة Dana Rosengard and Others (2014) تسعى هذه الدراسة للتعرف على كيف يقوم الشباب من مستخدمى الفيسبوك وتويتر باستهلاك الأخبار وتبادل المحتوي، وهل هناك مصادر أخرى للأخبار يعتمدون عليها لكى يحصلوا على المعلومات وكذلك التعرف على ما إذا كان الطلاب يسعون للحصول على الأخبار التى تقع داخل النطاق المحلي، بدرجة أكبر من الأخبار التى تقع خارج ذلك النطاق وما درجة اعتمادهم على الفيسبوك وتويتر بشكل منفرد، وقد أجريت الدراسة على ٤١٧ طالب. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين اهتمام الطلاب بالأخبار التى تحدث داخل مدنهم المحلية مقارنة بالأخبار التى تحدث فى المدينة التى تقع بها الجامعة، وأن ٩٣% من المبحوثين لا يسعون للتأكد من صحة المعلومات التى يحصلون عليها من خلال مواقع التواصل الاجتماعى من مصادر أخرى بينما ٧,٥% يسعون للتأكد من صحتها.

٥. دراسة الشيماء طه (٢٠١٥) بعنوان تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية على الفيسبوك وعلاقته باكتسابهم المعلومات الدينية تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذى تقوم به الصفحات الإسلامية على الفيسبوك فى إكساب المراهقين معلومات دينية وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تعتمد على منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلى والميدانى مستخدمة أداتى تحليل المضمون والاستبيان وقد أجريت الدراسة على عينة من الصفحات الإسلامية فى الفيسبوك، وميدانية عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة. وتوصلت الدراسة إلي أن الصفحات الدينية جاءت أكثر الصفحات متابعة على الفيسبوك من أجل زيادة المعرفة الدينية، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبعوثين للصفحات الإسلامية على الفيسبوك ومدى الثقة بتلك الصفحات فى حين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية على الفيسبوك ومستوى المعلومات الدينية.

- المحور الثاني دراسات تناولت التربية الإعلامية ومهارات النقد:

١. دراسة أشجان حامد، وخلود أحمد (٢٠١٢) بعنوان واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها فى المدارس الخاصة فى المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها. تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها لدى طلاب المدارس الخاصة فى المملكة الأردنية الهاشمية، وتكونت عينة البحث من ١٠٠ طالب من طلبة الصف العاشر الأساسى بالمدارس الخاصة فى العاصمة عمان للعام ٢٠١٠/ ٢٠١١، وتم بناء الاستبانة على مجالين؛ الأول وقع التربية الإعلامية فى المدارس الخاصة فى العاصمة عمان، والمجال الثانى العوامل المؤثرة على التربية الإعلامية فى المدارس الخاصة فى العاصمة عمان. وأشارت بتاريخ الدراسة إلى أن مستوى التربية الإعلامية فى المدارس الخاصة مرتفع بشكل عام، كذلك بينت النتائج أن أكثر العوامل المؤثرة فى التربية الإعلامية هو تركز التربية الإعلامية على أركان العملية التعليمية.

٢. دراسة إيمان محمد حسنى (٢٠١٢) بعنوان المعرفة الإعلامية الناقدة: الشباب المصرى كمكون لإعلامه الخاص هدفت الدراسة إلى قياس تأثير الحصول على تدريبات المعرفة الإعلامية الناقدة لدى الشباب الجامعى المصري، وذلك عن طريق رصد وتحليل الفروق فى المعرفة الإعلامية بين الشباب الجامعى المصرى من طلاب الكليات الإعلامية وغيرهم من الطلاب فى التخصصات العلمية الأخرى، وقد استخدمت الباحثة نظرية الإدراك فوق المعرفى والمعرفة الإعلامية كإطار نظرى لدراستها، وقد بلغت عينة الدراسة ٤٠٠ مبحوثا مقسمة بالتساوى بين طلاب الجامعات الحكومية والخاصة. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها وجود فروق جوهرية بين المبحوثين الحاصلين على تدريبات المعرفة الإعلامية من طلاب الكليات الإعلامية وأقرانهم من المبحوثين غير الحاصلين على هذه التدريبات من الكليات والتخصصات العلمية الأخرى فيما يتعلق بالقدرة على الوصول إلى رسائل وسائل الإعلام، والاختيار الواعى للمنتجات الإعلامية، والاستخدام المتوازن لوسائل الإعلام، والاستخدام المتقدم لتطبيقاتها، والاستخدام النشط الإيجابى لها، والقدرة على خلق الإعلام الخاص والوعى بالحقوق القانونية، فيما لم يثبت نفس الأمر فيما يتعلق بتقدير قيمة المنتج الإعلامي، وترشيد زمن التعرض لوسائل الإعلام، والتعرض لأكثر من وسيلة إعلامية والاستخدام الواعى لوسائل الإعلام، أو الوعى بكيفية إنتاج المنتج الإعلامى أو القدرة على استخدام وسائل الإعلام فى تطوير الحياة اليومية وممارسة الحقوق الديمقراطية.

٣. دراسة ريهام خطاب (٢٠١٣) بعنوان فاعلية استخدام برنامج التربية الإعلامية فى إدراك عينة من الأطفال المصريين للعنف التلفيزيوني، وتهدف الدراسة نحو التعرف على أثر برنامج لإدراك العنف بالأفلام المصرية، من خلال اكتساب مهارات التربية الإعلامية، حيث تم توظيف مهارات التربية الإعلامية لخفض التأثيرات السلبية للعنف التليفزيونى تم تطبيق البرنامج على عينة من الأطفال تكونت من ٢٣ مفردة بمرحلة الطفولة المتأخرة (من سن تسع سنوات إلى اثنتى عشر سنة) من المشاركين فى مركز توثيق وبحوث أدب الأطفال بمنيل الروضة التابع لدار الكتب والوثائق القومية بوزارة الثقافة واستخدمت الدراسة المنهج الشبه التجريبى عبر تطبيق البرنامج المقترح لبيان فاعلية إدراك العنف بالأفلام المصرية من خلال مهارات التربية الإعلامية ولقياس مدى فاعلية البرنامج تم استخدام مقياس إدراك العنف بالأفلام المصرية من خلال مهارات التربية الإعلامية (إعداد الباحثة). وتوصلت الدراسة إلى نتيجة هامة وهى فاعلية البرنامج المقترح فى إدراك العنف المقدم بالأفلام المصرية من خلال اكتساب مهارات التربية الإعلامية، كما يميز أطفال عينة الدراسة بين تداعيات العنف بالواقع، والعنف الخيالى

المقدم بالأفلام، مما ساعد على رفضهم تقليد العنف المقدم بالأفلام المصرية فى الواقع.

٤. دراسة شريفة سليمان (٢٠١٣) بعنوان استخدام تكنولوجيا الاتصال فى نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذى تقوم به تكنولوجيا الاتصال فى نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتى تستخدم منهج المسح بالعينة على عينة قوامها ١٨٧ مفردة، مستخدمة أداتى الاستبيان والمقابلات الشخصية. وتوصلت الدراسة إلى إقبال عينة الدراسة بالبرنامج التدريبي، وعدم وجود ذات دلالة إحصائية بشكل عام بين أفراد عينة الدراسة فى مهارة استقبال الرسالة الإعلامية، وينبغى مشاركة عينة الدراسة وخاصة عينة الطلاب، عبر صفحات التواصل الاجتماعى Facebook وذلك نتيجة عدم ممارستهم المسبقة لاستخدام تلك الوسيلة الاتصالية فى المجال الدراسى رغم امتلاك أغلبية أفراد العينة حساب على تلك الصفحة.

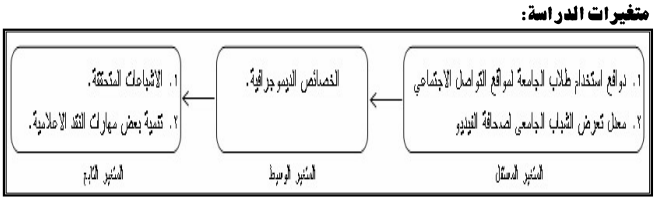
٥. دراسة Schmaidt Hans C. (2013) بعنوان تعليم التربية الإعلامية من رياض الأطفال إلى الجامعة، دراسة مقارنة حول كيفية تناول التربية الإعلامية من خلال النظام التعليمى الرسمى، ودفت الدراسة إلى التعرف على مدى اكتساب الطلاب مهارات التربية الإعلامية/ وكفاءة تدريسها بالنظام التعليمي. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت أدوات الدراسة من ٣ استمارات، احتوت على ٥٦ عنصرا تم إرسالهم لعينة الدراسة من خلال البريد الالكترونى، وتضمنت الاستمارة الأولى أسئلة لقياس مدى كفاءة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب، والاستمارة الثانية طلبت من المشاركين أن يكتبوا عن تجاربهم الخاصة بكيفية تناول أى عنصر من عناصر التربية الإعلامية بفصل، أما الاستمارة الثالثة فتناولت أسئلة توضح إلى أى مدى يرى المشاركون أهمية تعليم مهارات التربية الإعلامية. تكونت عينة الدراسة من ٢٧٧ مفردة، متوسط عمرهم ٤٢ عاما، وهم خريجو كليات خاصة بالتعليم التمهيدى والمتوسط والعالي. ومن أهم نتائج الدراسة ما يلى: أوضحت الاستمارة الأولى أن التربية الإعلامية تكسب مهاراتها للطلاب بكفاء بجميع المراحل، ولكن هناك بعض المشاركين أوضحوا أن أكثر المهارات اكتسابا هى مهارة المعرفة، يليها مهارة فهم الرسالة، يليها مراحل تحليل الدراسة، وأن هناك كفاءة لدى الطلاب فى توظيف مهارات التربية الإعلامية بالشبكة العنكبوتية أكثر من أى وسيلة أخري، مما يعكس أهمية التركيز على الوسائل الأخرى خلال تعليم الطلاب التربية الإعلامية. ووضحت إجابات الاستمارة الثالثة أن مفردات العينة كلها بجميع مراحل التدريس- ترى أهمية تعليم التربية الإعلامية.

٦. دراسة إيناس محمود (٢٠١٣) بعنوان دوافع الشباب الجامعى للمشاركة فى صفحات الصحف على الفيسبوك وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد لديهم. هدفت الدراسة فى التعرف على تفضيلات الشباب الجامعى من الذكور والإناث للمشاركة فى صفحات الصحف على الفيسبوك ونوعية القضايا التى يفضلون مناقشتها على تلك الصفحات، بالإضافة لرصد العلاقة بين دوافع مشاركتهم وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد المتحققة منها، باستخدام نظرية الاستخدامات والإشباعات، وقد بلغت عينة الدراسة ٣٢٠ مبحوثا من الشباب الجامعى بجامعة عين شمس. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: جاءت دوافع الشباب الجامعة عينة الدراسة للمشاركة فى صفحات الصحف على الفيسبوك والمرتبطة بمهارات التفكير الناقد والتى يتم إشباعها هى ثلاث مهارات (مهارة الاستنتاج والتفسير ومعرفة المسلمات والافتراضات)، كما جاء الذكور أكثر تفضيلا للمشاركة بصفحات الصحف على الفيسبوك بموضوعات السياسة عن الإناث.

المفاهيم والمصطلحات الاجرائية:

- طلاب الجامعة: يقصد بمفهوم الشباب الجامعى إجرائيا فى هذه الدراسة الطلاب الذين ينتمون للجامعات المصرية، والذين تتراوح أعمارهم ما بين (١٨- ٢١) سنة من الذكور والإناث، كما أن هذه المرحلة يطلق عليها مرحلة المراهقة المتأخرة.
- الدافع: يقصد بالدافع إجرائيا فى هذه الدراسة "أنه السبب أو المبرر الذى يدفع الشباب الجامعى نحو استخدام صحافة الفيديو وذلك من أجل تحقيق هدف أو إشباع معين".
- مواقع التواصل الإجتماعي: هى مجموعة من الخدمات التى تقدمها الشبكة العنكبوتية (الانترنت) تتمثل فى الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، إنستجرام وغير ذلك من المواقع التى يغلب عليها الطابع الإجتماعى فى الاستخدام.
- مهارة النقد الإعلامية: ذلك النمط من التفكير الذى يستخدمه الجمهور المستخدم للإعلام بغرض التمييز بين المحتوى الاعلامى السيلم والاخر السلبى باستخدام جملة مهارات وهى (الوصول للرسائل الإعلامية- تحليل الرسالة الإعلامية- نقد الرسائل الإعلامية- إنتاج الرسائل الإعلامية- مشاركة الرسائل الإعلامية) وتدل عليه الدرجة التى يحصل عليها أفراد العينة على مقياس التفكير الإعلامى الناقد.

متغيرات الدراسة:



يمثل الشكل متغيرات الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى إستخدام المراهقين للإعلام الجديد؟
٢. ما أهم دوافع إستخدام المراهقون للإعلام الجديد؟
٣. ما أهم الإشبعات المتحققة للمراهقين نتيجة إستخدام الإعلام الجديد؟
٤. ما مدى توافر بعض مهارات النقد الإعلامية أثناء إستخدام مواقع التواصل الإجتماعى لدى المراهقين؟

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التى تعتمد على منهج المسح بالعينة.

مجتمع وعينة الدراسة:

طبقت هذه الدراسة على مجتمع الطلاب الجامعى فى الصفوف الجامعية الأربع. وذلك على عينة عشوائية قوامها ٤٥٠ مفردة مناصفة بين ذكور وإناث بالجامعات المصرية الحكومية منها والخاصة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على أداة الاستبيان فى تطبيق الدراسة الميدانية على الطلاب الجامعى عينة الدراسة، كما إعتمدت على مقياس مهارات النقد الإعلامية (إعداد الباحثة).

أساليب المعالجة الإحصائية:

تم اللجوء الى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية لتحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- إختبار كا^{2} Chi Square Test لدراسة الدلالة الاحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية Nominal.
- إختبار t-test لدراسة الدلاله الاحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموع عينة من المبحوثين فى احد متغيرات الفئة او النسبة Interval or Ratio.
- الوزن المرجح.
- معامل ارتباط بيرسون.

نتائج الدراسة:

جدول (١) مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعى وفقا للنوع.

النوع / مدى الاستخدام	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	١٦٨	٧٦,٣٦	١٥٦	٦٧,٨٣	٣٢٤	٧٢,٠٠
أحيانا	٢٤	١٠,٩١	٥٣	٢٣,٠٤	٧٧	١٧,١١
نادرا	٢٨	١٢,٧٣	٢١	٩,١٣	٤٩	١٠,٨٩
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠	٢٣٠	١٠٠	٤٥٠	١٠٠

جدول (٢) يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية لاستجابات المبحوثين على العبارات التى تقيس دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعي

العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الترتيب	درجة الدوافع
	ك	%	ك	%	ك	%				
ملئ وقت الفراغ فى التخلص من الملل	٤٤٧	٩٩,٣٣	٣	٠,٦٧	٠	٠,٠٠	٢,٩٩	٠,٠٨	٢	مرتفع
متابعة الشخصيات الإعلامية والتوحد معهم	١١٥	٢٥,٥٦	٣٣٥	٧٤,٤٤	٠	٠,٠٠	٢,٢٦	٠,٤٤	٥	متوسط
أشعر بالسعادة والمتعة بعد مشاهدة الفيديوهات الصحفية	٣	٠,٦٧	٤٤٧	٩٩,٣٣	٠	٠,٠٠	٢,٠١	٠,٠٨	٧	متوسط
زيادة معلوماتى عن الجنس الآخر ومفهومه للحرية	٣	٠,٦٧	٣٢٩	٧٣,١١	١١٨	٢٦,٢٢	١,٧٤	٠,٤٥	٨	متوسط
تجعلنى على دراية بمجريات الأحداث فى البلاد	٤٥٠	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٣,٠٠	٠,٠٠	١	مرتفع
أتعرف على معلومات لا تتداولها الوسائل الأخرى	٤٤٤	٩٨,٦٧	٦	١,٣٣	٠	٠,٠٠	٢,٩٩	٠,١١	٢	مرتفع
أستطيع التفاعل مع الآخرين حول مضمون الفيديو	٦٩	١٥,٣٣	٣٨١	٨٤,٦٧	٠	٠,٠٠	٢,١٥	٠,٣٦	٦	متوسط
أستطيع أن أفهم ما لى من حقوق وما على من واجبات	١١٨	٢٦,٢٢	٣٣٢	٧٣,٧٨	٠	٠,٠٠	٢,٢٦	٠,٤٤	٥	متوسط
تمكنى من عرض رائى بصراحة ودون خوف	٢٦٦	٥٩,١١	١٨٤	٤٠,٨٩	٠	٠,٠٠	٢,٥٩	٠,٤٩	٣	مرتفع
أستطيع تبادل المعلومات مع الآخرين لسهولة تداولها وعرضها	٤٥٠	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٣,٠٠	٠,٠٠	١	مرتفع
أتعرف على الجديد فى مجال الإعلام الجديد	٤٤٤	٩٨,٦٧	٦	١,٣٣	٠	٠,٠٠	٢,٩٩	٠,١١	٢	مرتفع
أشعر أنها خدمات مجال دراستى وعملى المستقبلي	١٨١	٤٠,٢٢	٢٦٩	٥٩,٧٨	٠	٠,٠٠	٢,٤٠	٠,٤٩	٤	مرتفع
المقياس ككل	ن= ٤٥٠						٢,٥٣	٠,٢٦	–	مرتفع

جدول (٣) يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية لاستجابات المبحوثين على العبارات التى تقيس درجة الإشباعات المتحققة من استخدام المبحوثين لمواقع الإعلام الجديد

العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الترتيب	درجة الدوافع
	ك	%	ك	%	ك	%				
تساعدنى على فهم ما يدور حولى من أحداث	٤٥٠	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٣,٠٠	٠,٠٠	١	مرتفع
تمكننى من تكوين رأى تجاه الأحداث	٢٦٣	٥٨,٤٤	١٨٧	٤١,٥٦	٠	٠,٠٠	٢,٥٨	٠,٤٩	٣	مرتفع
تساعدنى على ترتيب الأحداث وفقا للأهمية	١٨١	٤٠,٢٢	٢٦٩	٥٩,٧٨	٠	٠,٠٠	٢,٤٠	٠,٤٩	٦	مرتفع
تجعلنى أشعر بالقلق والخوف	٣	٠,٦٧	٣٨١	٨٤,٦٧	٦٦	١٤,٦٧	١,٨٦	٠,٣٧	١٢	متوسط
تدفعنى للتعاطف مع الطرف المقهور	١٢١	٢٦,٨٩	٣٢٩	٧٣,١١	٠	٠,٠٠	٢,٢٧	٠,٤٤	٨	متوسط
تحفزنى للمشاركة بمظاهرات والتعبير عن الرأى بالفعل	٣	٠,٦٧	٤٤٤	٩٨,٦٧	٣	٠,٦٧	٢,٠٠	٠,١٢	١١	متوسط
تزيد من قدرتى على التفاعل والنقاش والقدرة على حل المشكلات	١٨٧	٤١,٥٦	٢٦٣	٥٨,٤٤	٠	٠,٠٠	٢,٤٢	٠,٤٩	٤	مرتفع
تساعدنى فى المشاركة بفاعلية فى الأنشطة المتعلقة بالأحداث المحلية	٦٦	١٤,٦٧	٣٨٤	٨٥,٣٣	٠	٠,٠٠	٢,١٥	٠,٣٥	١٠	متوسط
تساعدنى على الإطلاع بأهم الأحداث	٤٤٧	٩٩,٣٣	٣	٠,٦٧	٠	٠,٠٠	٢,٩٩	٠,١٦	٢	مرتفع
تزيد لدى الشعور بالانعزال والوحدة	٢٦٩	٥٩,٧٨	٦٦	١٤,٦٧	١١٥	٢٥,٥٦	٢,٣٤	٠,٨٦	٧	مرتفع
يخلصنى من الشعور بالملل	٤٥٠	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٣,٠٠	٠,٠٠	١	مرتفع
أشعر بالمتعة والسعادة	١٢١	٢٦,٨٩	٣٢٩	٧٣,١١	٠	٠,٠٠	٢,٢٧	٠,٤٤	٨	متوسط
أنسى هموم ومشاكل الدراسة	١٨٤	٤٠,٨٩	٢٦٦	٥٩,١١	٠	٠,٠٠	٢,٤١	٠,٤٩	٥	مرتفع
تزداد ثقتى بنفسي	١١٨	٢٦,٢٢	٣٣٢	٧٣,٧٨	٠	٠,٠٠	٢,٢٦	٠,٤٤	٩	متوسط
اكتساب معلومات جديدة عن الأخريين	٤٤٧	٩٩,٣٣	٣	٠,٦٧	٠	٠,٠٠	٢,٩٩	٠,٠٨	٢	مرتفع
المقياس ككل	ن= ٤٥٠						٢,٤٦	٠,٣٥	–	مرتفع

مجموعة جداول توضح مدى استجابات المبحوثين على العبارات التى تقيس مستوى المهارات الإعلامية لدى المبحوثين:

جدول (٤) مستوى مهارة الوصول للرسائل الإعلامية لدى المبحوثين وفقا للنوع.

النوع / مستوى المهارة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة	١٣١	٥٩,٥٥	١٢٥	٥٤,٣٥	٢٥٦	٥٦,٨٩
متوسطة	٨٥	٣٨,٦٤	١٠٠	٤٣,٤٨	١٨٥	٤١,١١
منخفضة	٤	١,٨٢	٥	٢,١٧	٩	٢,٠٠
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠	٢٣٠	١٠٠	٤٥٠	١٠٠

جدول (٥) مستوى مهارة تحليل الرسائل الإعلامية لدى المبحوثين وفقا للنوع.

النوع / مستوى المهارة	ذكور		إناث		عالإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة	١٠٤	٤٧,٢٧	١١١	٤٨,٢٦	٢١٥	٤٧,٧٨
متوسطة	١٠٣	٤٦,٨٢	١١٤	٤٩,٥٧	٢١٧	٤٨,٢٢
منخفضة	١٣	٥,٩١	٥	٢,١٧	١٨	٤,٠٠
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠	٢٣٠	١٠٠	٤٥٠	١٠٠

جدول (٦) مستوى مهارة نقد الرسائل الإعلامية لدى المبحوثين وفقا للنوع.

النوع / مستوى المهارة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة	١٠٧	٤٨,٦٤	١١٢	٤٨,٧٠	٢١٩	٤٨,٦٧
متوسطة	١٠٢	٤٦,٣٦	١١٠	٤٧,٨٣	٢١٢	٤٧,١١
منخفضة	١١	٥,٠٠	٨	٣,٤٨	١٩	٤,٢٢
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠	٢٣٠	١٠٠	٤٥٠	١٠٠

جدول (٧) مستوى مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية لدى المبحوثين وفقا للنوع.

النوع / مستوى المهارة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة	٩٩	٤٥,٠٠	٩٧	٤٢,١٧	١٩٦	٤٣,٥٦
متوسطة	١١٦	٥٢,٧٣	١٣٠	٥٦,٥٢	٢٤٦	٥٤,٦٧
منخفضة	٥	٢,٢٧	٣	١,٣٠	٨	١,٧٨
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠	٢٣٠	١٠٠	٤٥٠	١٠٠

جدول (٨) يوضح مستوى توافر المسئولية الاجتماعية بمواقع الإعلام الجديد من وجهة نظر المبحوثين وفقا للنوع.

النوع / مستوى التوافر	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة	١٩١	٨٦,٨٢	١٥١	٦٥,٦٥	٣٤٢	٧٦,٠٠
متوسطة	١٧	٧,٧٣	٥٦	٢٤,٣٥	٧٣	١٦,٢٢
منخفضة	١٢	٥,٤٥	٢٣	١٠,٠٠	٣٥	٧,٧٨
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠	٢٣٠	١٠٠	٤٥٠	١٠٠

المراجع:

١. الشيماء محمد أحمد حسن طه. "تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية على الفيسبوك وعلاقته باكتسابهم المعلومات الدينية"، **رسالة ماجستير** غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال)، ٢٠١٥.

٢. أشجان حامد الشديفات، خلود أحمد الخصاونة. "واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها فى المدارس الخاصة فى المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها" **المجلة الدولية التربوية المتخصصة**، المجلد ١، العدد ٦، تموز ٢٠١٢

٣. إيمان محمد حسنى عبدالله. المعرفة الإعلامية الناقدة: الشباب المصرى كمكون لإعلامه الخاص: دراسة فى ضوء مدخل الإدراك فوق المعرفى، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد٤٠، إبريل/ يونيو (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢)، ص‌ص١- ٦٥.

٤. إيناس محمود حامد أحمد. "دوافع الشباب الجامعى للمشاركة فى صفحات الصحف على الفيسبوك وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد لديهم، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٤٣، يناير/ يونيه" (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٣)، ص‌ص١٣٩- ١٨٩.

٥. خالد صلاح الدين. "اتجاهات الشباب المصرى نحو شبكات التواصل الاجتماعى على الشبكة العنكبوتية فى إطار نظرية الثراء الإعلامي، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو- ديسمبر ٢٠١١، ص‌ص١- ٥٤

٦. ريهام عبدالرازق محمود خطاب. "فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية فى إدراك عينة من الأطفال المصريين للعنف التليفزيوني"، **رسالة دكتوراة** غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال)، ٢٠١٣.

٧. شريفة رحمة الله سليمان. "استخدام تكنولوجيا الاتصال فى نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة"، **رسالة دكتوراة** غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العلاقات العامة والإعلام)، ٢٠١٣.

٨. صابر محمد أحمد ابوبكر. استخدامات عينة من المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة منه، **رسالة ماجستير** غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال)، ٢٠١٢.

9. Amanda Lengary, Krist, "**Social mella, use Among teens and Adelts pewinternet and americen life project 2010**", Available At: http://pewinternct.org/reports/2010/soeail/redua/and/kang/adules.aspx.

10. Dona Rosengard, Mary Tucker, PLC Laughlin and tim brown. "Students and social news: How college students share news through social Media". **Electronic News**, Vol (8) no 2.2014. pp

11. Schmaidt Hans C; "**Media literact Education tromkindergte to cottege A comparsion of How Media literacy is Adrdressedscross**" The Educatioal ststem research USA.