ريهان محمد أحمد عمران استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى وعلاقتها بتنمية بعض مهارات الاتصال لديهم

ريهان محمد أحمد عمران

أ.د/فاتن عبد الرحمن الطنبارى

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

أ.د/حنان محمد اسماعيل يوسف

أستاذ الإعـــلام – بقسم الاعلام كلية الآداب جامعة عين شمس

مشكلة الدراسة:يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:-ما العلاقة بين استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى واكتسابهم بعض مهارات التواصل ؟

أهمية الدراسة : تأتى أهمية الدراسة من خلال أهمية موضوعها وما يمثله من إسهام علمي في مجال بحوث الاعلام الجديد من خلال دراسة مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقتها باكتساب المراهقين لبعض مهارات التواصل

أهداف الدراسة :تهدف هذه الدراسة إلى هدف رئيسى من خلال التعرف على العلاقة بين استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى واكتسابهم بعض مهارات التواصل

نوع ومنهج الدراسة : تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميدانى.

مجتمع وعينة الدراسة : تحدد مجتمـع الدراسة الميدانية فى فئة المراهقين سن (18) عاماً بالجامعات المصرية (حكومى جامعة عين شمس- خاص أكاديمية الشروق) بالتطبيق على عينة عشوائيــــــــة قوامها (400 ) مبحـــــــوث ( 200 ذكور، 200 إناث)، فى الفترة الزمنية من(4/3/2018إلى 12/4/2108). أداة الدراسة : الاستبيان

أهم نتائج الدراسة:

جاء استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعى "دائما" بنسبة 92.25%, موزعة بين الذكور بنسبة 89.5%، بينما الإناث بنسبة 95%.

جاء فى مقدمة الدوافع " المتعة والتسلية" ، يليه فى الترتيب دافع " يوفر لى معلومات متنوعة" حيث جاء، ثم جاء دافع " مجال عام لتبادل الآراء"

جاءت الإشباعات المتحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعى " تمثل لى وسيلة اتصال متاحة فى كل وقت وسريعة"،يليه " تمثل لى سجلًا مهما للحصول على المعلومات المتنوعة"، يليه " تساعدنى على نشر المعلومات بغض النظر عن الحدود الجغرافية" ،يليها " تمثل لى وسيلة للتعبير عن الرأى حول القضايا المختلفة"

إن المهارات الاتصالية التى زادت بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعى لدى المبحوثين جاءت فى المقدمة مهارة " القدرة علي الكتابة وتصحيح الأخطاء فورياً على صفحات الفيس بوك والواتس آب" بنسبة 56.50% ، يليها مهارة " القدرة علي القراءة السريعة بفهم" بنسبة 50% ، ثم جاءت مهارة " القدرة علي التحدث بطلاقة من خلال التقنيات الحديثة " بنسبة 37.50%

Uses Adolescents of social media sites and their relationship acquisition

some communication skills

The study Problem:

What is the relationship between the use of social networking sites by adolescents and the acquisition of some communication skills?

The importance of studying :

The importance of the study is due to the importance of its subject and its scientific contribution in the field of new media research through the study of social networking sites and their relation to adolescents acquiring some communication skills

Objectives of the study :

the relationship between the uses of adolescents for social networking sites and gaining some communication skills

Type and Methodology of the Study:

This study is a descriptive study, which used the field media survey methodology.

Society and Study Sample:

The population of the field study in the category of adolescents is 18 years of age at the Egyptian universities a random sample of (400) subjects (200 males, 200 females) 2018 to 12/4/2108).

Study tool: questionnaire

Main results of the study:  
- The use of respondents to social networking sites "always" by 92.25%

- came in the forefront of the motives of "fun and entertainment", followed by a motive in the ranking "provides me with various information" where he came, and then came the motive of "public domain of exchange of views"

- The feedback from the use of social networking sites "represents a means of communication available at all times and fast", followed by "represents an important record for obtaining various information", followed by "help me to disseminate information regardless of geographical boundaries", followed "represent me A way of expressing opinions "

-The communication skills that increased after the use of social networking sites came in the forefront skill "ability to write and correct errors immediately on the pages of Facebook and Watts Ab" by 56.50%, followed by the "ability to read fast understanding" by 50%

مقدمة الدراسة:

أحدثت التطورات التقنية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية فى عالم الاتصال، وتعد مواقع التواصل الاجتماعى من أبرز ملامح هذا الواقع التقنى المعاصر بالغ التأثير فى الفرد والمجتمع، من حيث تلقى الرسائل الإعلامية النصية والمرئية، والتواصل، وتبادل الأفكار والرؤى وتكوين الوعى حول القضايا المختلفة.

ويقبل الكثير من المراهقين على موقع التواصل الاجتماعى، ويتحكمون في العملية الاتصالية من خلال ما توفره لهم هذه المواقع من إعدادات للخصوصية، واختيار المضامين النصية والمرئية التى تشبع احتياجاتهم، وينشرونها ويتبادلونها مع الآخرين بدرجة عالية من الحرية والإبداع ويتولون دفة الاتصال- ذو الاتجاهين- الذي لا يعرف أي حواجز أو عواقب جغرافية ويمنحهم الفرصة للوصول إلى الملايين بدلاً من الاستخدام القاصر على متابعة ما تقدمه شبكة الإنترنت من مضامين، وتقوم هذه المواقع باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة مما قد يكسب المراهقين بعض مهارات التواصل من خلال التفاعلية بالقراءة والكتابة والاستماع والحوار التفاعلى والبث المباشر لملفات الفيديو، والكوميكس، علاوة على التحليل، والتعليق والتقييم، كما أنهم يقومون بتعديل الخصوصية والانضمام إلى مجموعات معينة أو حظر بعض الأفراد على صفحاتهم، وبالتالى فإن هذه الدراسة تبحث فى استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى وعلاقتها باكتسابهم بعض مهارات التواصل.

أولاً- مشكلة الدراسة:يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:-

ما العلاقة بين استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى واكتسابهم بعض مهارات التواصل ؟

ثانياً- أهمية الدراسة :

تأتى أهمية الدراسة من خلال أهمية موضوعها وما يمثله من إسهام علمي في مجال بحوث الاعلام الجديد من خلال دراسة مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقتها باكتساب المراهقين لبعض مهارات التواصل .

ثالثاً- أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى واكتسابهم بعض مهارات التواصل

رابعاً - حدود الدراسة :

حدود موضوعية :تحددت نتائج هذه الدراسة فى استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى واكتسابهم بعض مهارات التواصل.

حدود زمنية :تحددت نتائج هذه الدراسة فى الفترة الزمنية التي طبقت فيها الدراسة الميدانية من(4/3/2018إلى 12/4/2018).

حدود مكانية: تحددت نتائج هذه الدراسة بالتطبيق علي الفرقة الأولى بجامعة عين شمس ممثلة للجامعات الحكومية(200) مبحوث، وأكاديمية الشروق ممثلة للجامعات الخاصة(200) مبحوث

خامساً- الدراسات السابقة :

1- دراسة ماطر عبد الله حمدى (2018) (3) بعنوان:"اعتماد الشباب الجامعى على مواقع التواصل الاجتماعى فى التزود بالمعلومات"

استهدفت الدراسة التعرف على درجة اعتماد الشباب السعودى على مواقع التواصل الاجتماعى للتزود بالمعلومات، والأخبار، والتعرف على طبيعة المعلومات التى يبحث عنها الشباب السعودى, وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى استخدمت منهج المسح الإعلامى الميدانى بالتطبيق على عينة قوامها (400) مبحوث من طلبة جامعة تبوك فى المملكة العربية السعودية من خلال أداة الاستبيان.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

إن أهم دوافع استخدام الشباب السعودى لمواقع التواصل الاجتماعى تتمثل فى الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ، ثم للحصول على الأخبار والمعلومات ثم للعلاقات الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب.

إن طبيعة المعلومات والأخبار التى يبحث عنها الشباب السعودى من خلال مواقع التواصل الاجتماعى تتمحور حول شئون المجتمع السعودى, وحول الأخبار الترفيهية، وموضوعات فنون ونكت وتسلية, بينما جاء الاهتمام منخفضا فى موضوعات السياسة .

2- دراسة سمر عبد الرءوف النادى(2018) (2) بعنوان:"صورة الناشط السياسى كما تعكسها مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقتها بصورته الذهنية لدى المراهقين"

استهدفت الدراسة التعرف على الصورة الذهنية التى تكونت لدى المراهقين عن الناشط السياسى من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعى، والتأصيل النظرى لمفهوم الناشط السياسى وأنواع الأنشطة السياسية التى يمارسها المراهقون من خلال مواقع التواصل الاجتماعى ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى استخدمت منهج المسح الإعلامى بشقيه التحليلى والميدانى من خلال تحليل صفحات خاصة بالنشطاء السياسيين بالفيس بوك ، والتطبيق الميدانى على عينة عشوائية قوامها (395) مبحوث من الجامعات الحكومية والخاصة من خلال أداة الاستبيان

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أثبتت النتائج أن الصورة التى تقدمها مواقع التواصل الاجتماعى عن الناشط السياسى (إيجابىة) .

جاء تعريف الناشط السياسى من وجهة نظر المبحوثين هو شخص متخصص فى مجاله يدافع عن قضايا الحرية والديمقراطية والعدالة .

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الصورة الإعلامية المتكونة لديهم عن الناشط السياسى تبعا لاختلاف كثافة التعرض, أنماط وعادات التعرض, اختلاف المستوى التعليمى للوالدين, ونوع التعليم .

3- دراسة ريديك وآخرون Reddick, C,(2018)(5)بعنوان:"زيادة نجاح السياسات العامة من خلال استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية عبر قنوات المشاركة السياسية للشباب".

استهدفت الدراسة التعرف علي دور اليوتيوب في مساعدة الحكومة لتمكين الشباب المواطنين من التفاعل وتبادل المعلومات والسلوكيات فيما بينهم عبر موقعي اليوتيوب وتويتر،وذلك لاستجابة الحكومة لاستخدام اليوتيوب في عملية توعية الشباب والمواطنين، وذلك بالتطبيق علي موقع التغريد تويتر واستخدام قنوات اليوتيوب في عملية تبادل المعلومات من قبل المستخدمين .

وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها:

إن المجتمع بشكل عام يدعم استخدام الحكومة الجديدة لوسائل الإعلام التكنولوجية وقنوات اليوتيوب من أجل تسهيل الخدمات واستجابة من الحكومات لرغبات المواطنين .

اهتمام الحكومة الجديدة بمخاطبة الشباب والمواطنين عبر منصات شبكات التواصل الاجتماعي من خلال مبادرة الشفافية وذلك سعياً من الحكومة لتحقيق النتائج السياسية المرغوبة من قبل المواطنين.

4- دراسة سلوى حسن البنا محمد ( 2018)(1) بعنوان:" مهارات التفاعل الاتصالى للفتاة المصرية فى بيئة الإعلام الجديد".

استهدفت الدراسة رصد آليات وطرق تعبير الفتاة المصرية عن نفسها عبر حسابها على الفيس بوك ،وفهم وتحليل البناء الاجتماعى لشبكة العلاقات الاجتماعية والاتصالية للفتاة المصرية ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى استخدمت منهج المسح الاعلامى الميدانى ، بالتطبيق على عينة قوامها 300مبحوث من الفتيات اللاتى يمتلكن حسابا على الفيس بوك بجامعات( عين شمس- الأزهر- أكاديمية الشروق) بأداة الاستبيان، واستخدام المقابلة لــ10 فتيات من كلية البنات جامعة عين شمس شعبة الإعلام من محافظات مختلفة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

أتاح الفيس بوك للفتيات تحقيق نوع من رأس المال الاجتماعى وذلك من خلال تقديم الفتيات لأنفسهن بصورة ايجابية ، والتحكم فى العملية الاتصالية.

أهم المكتسبات التى تحصل عليها الفتاة من الفيس بوك هى الشعور بالانتماء للمجتمع ، والحصول على الدعم المعنوى وهو ما ينعكس على حالتها الصحية.

تباينت الصورة التى تفصح بها الفتيات عن أنفسهن على الفيس بوك حيث تميل أكثر من نصف العينة إلى تقديم شخصية حقيقية، بينما أظهرت نسبة 4% شخصية مزيفة غير حقيقية فى حين قامت بعض الفتيات بتقديم صورة مصطنعة.

5- دراسة مروة محمد الخياري (2017م)(4)بعنوان: "تصميم برنامج تدريبى قائم على التطبيقات التفاعلية ومصادر التعلم مفتوحة المصدر لتنمية مهارات إنتاج برمجيات الواقع الإفتراضى لدى طلاب الدراسات العليا"استهدفت الدراسة تحديد مهارات إنتاج برمجيات الواقع الافتراضي اللازمة لطلاب الدراسات العليا، تحديد الاحتياجات التدريبية الفعلية (المعرفية - المهارية) لطلاب الدراسات العليا من مهارات إنتاج ‏برمجيات الواقع الافتراضي، ‏واتبعت الدراسة المنهج الشبه تجريبي، كما اعتمدت على عينة قوامها (30) طالباً من طلاب الدراسات العليا دبلوم خاص تخصص تكنولوجيا التعليم – كلية التربية – جامعة المنصورة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

توجد فروق بين متوسطي درجات طلاب المجموعة ‏التجريبية في التطبيق القبلي والبعدي للاختبار التحصيلي المرتبط بالجانب المعرفي لمهارات ‏إنتاج برمجيات الواقع الافتراضي لصالح التطبيق البعدي.‏

توجد فروق بين متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والبعدي لبطاقة ملاحظة مهارات إنتاج برمجيات الواقع الافتراضي لصالح التطبيق البعدي.

6- دراسة ستيفن تايلر[Tyler](http://search.proquest.com/pqdtft/indexinglinkhandler/sng/au/Jones,+Tyler+Steven/$N?accountid=37552) Steven (2016)(6) بعنوان " العلاقة بين صحافة المواطن ومهارات الاتصال".

هدفت الدراسة إلى التعرف علي مدي ارتباط التطور التكنولوجي في وسائل الإتصال بصحافة المواطن في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد تم استخدام تحليل مضمون المنشورات في (242) موقع لصحافة المواطن كعينة عشوائية من مواقع صحافة المواطن (بتحليل الصور والتعليقات والمقالات والفيديوهات والموضوعات التي ابتكرها الصحفيون المواطنون غير المعينين من قبل مؤسسات صحفية رسمية، حيث تم التركيز علي خصائص التكنولوجيا المستخدمة في صحافة المواطن .

وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج منها:

أنه كلما تطورت تكنولوجيا الاتصال كلما تطورت صحافة المواطن، وأدي ذلك إلي انتشارها بصورة أسرع، وانخفضت نسبة الجذب للوسائل التقليدية كالصحافة الورقية، وذلك بالرغم من أن الجهود المبذولة في إنتاج صحافة المواطن أقل من الجهود المبذولة في الصحافة التقليدية.

إن وسائل الإعلام الاجتماعية لعبت دوراُ مهماً كوسيلة من وسائل صحافة المواطن في منطقة الشرق الأوسط، كما استخدمت لتمكين المواطن من حقوقه في حرية التعبير والنشر والتوزيع، في جميع أنحاء العالم، ولصحافة المواطن دوراً مهماً في تمكين المواطن من تحقيق العدالة الاجتماعية وتحقيق درجة أكبر من الديموقراطية

سادساً: التعريفات الإجرائية:

\* مواقع التواصل الاجتماعى:

مواقع ويب (الفيس بوك واليوتيوب)تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والفيديو والمعلومات النصية والمرئية ومشاركة الملفات، والتعليق عليها وتقييمها.

\*مهارات التواصل :

هى قدرة مكتسبة تنمى بالممارسة حيث يتمكن المراهقون من القيام بدور تفاعلى بسهولة للتواصل مع الآخرين ونقل وتبادل الأفكار والمعلومات بطريقة مكتوبة نصية أو لفظية أو غير لفظية (صورة،رسوم كوميكس، ايموشن)بمواقع التواصل الاجتماعى ويستلزم ذلك حسن القراءة والكتابة والاستماع والتحدث والاصغاء.

\*المراهقون :

يقصد بهم في هذه الدراسة المراهقين في سن 18 عاماً من الجنسين، ومن طلبة الفرقة الأولى بجامعتى (عين شمس وأكاديمية الشروق).

سابعاً- تساؤلات الدراسة:تسعى الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيسى وهو: ما العلاقة بين استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى واكتسابهم بعض مهارات التواصل؟ ويتفرع من هذا التساؤل عدة أسئلة فرعية كما يلى:

ما مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى ؟

ما دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى ؟

ما القواعد التى يراعيها المبحوثون أثناء التواصل على مواقع التواصل الاجتماعى ؟

ما المهارات الاتصالية التى زادت لدى المبحوثين بعد استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعى ؟

ما استجابات المبحوثين على مقياس مهارات التواصل ؟

ثامنا: متغيرات الدراسة :

المتغير المستقل: استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى.

المتغير التابع: اكتساب المراهقين بعض مهارات التواصل

المتغيرات الوسيطة: النوع ( ذكور- إناث ) .التعليم (حكومى – خاص) المستوى الاجتماعى والاقتصادى.

تاسعا – فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين اكتسابهم لمهارات التواصل.

الفرض الثانى: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين الإشباعات المتحققة لهم.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معوقات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين مدى اكتسابهم لمهارات التواصل.

عاشراً- منهجية الدراسة:

أ) نوع ومنهج الدراسة : تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميدانى عن طريق مسح لعينة عشوائية متاحة من المراهقين قوامها 450 مفردة سن (18) عاماً.

ب) مجتمع وعينة الدراسة :

تحدد مجتمـع الدراسة الميدانية فى فئة المراهقين سن (18) عاماً بالجامعات المصرية (حكومى جامعة عين شمس- خاص أكاديمية الشروق) بالتطبيق على عينة عشوائيــــــــة قوامها (400 ) مبحـــــــوث ( 200 ذكور، 200 إناث)، فى الفترة الزمنية من(4/3/2018إلى 12/4/2108).

توصيف عينة الدراسة الميدانية:-

جدول ( 1 )

توصيف عينة الدراسة الميدانية

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الإجمالى | | العدد | | المتغير التصنيفى | |
| % | ك | % | ك |
| 100 | 400 | 50 | 200 | ذكور | النــــوع |
| 50 | 200 | إناث |
| 100 | 400 | 50 | 200 | جامعة حكومية | الجامعة |
| 50 | 200 | جامعة خاصة |
| 100 | 400 | 10 | 40 | مرتفع | المستوى الاجتماعى الاقتصادى |
| 14.3 | 57 | متوسط |
| 75.7 | 303 | منخفض |

ج) أداة الدراسة : الاستبيان

تاسعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة:-

التكرارات البسيطة والنسب المئوية .

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .

اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة .

اختبار كا2 لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى

معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة .

نتائج الدراسة:

مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع:

جدول ( 2 )

توزيع مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النوع  مدى الاستخدام | ذكور | | إناث | | الإجمالى | |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| دائماً | 179 | 89.5 | 190 | 95 | 369 | 92.25 |
| أحياناً | 10 | 5 | 6 | 3 | 16 | 4 |
| نادرا | 11 | 5.5 | 4 | 2 | 15 | 3.75 |
| الإجمالى | 200 | 100.00 | 200 | 100.00 | 400 | 100.00 |

كا2= 22.164 د.ح = 2 معامل التوافق = 0.229 الدلالة = 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى كما يلى: جاء استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعى "دائما" بنسبة 92.25%, موزعة بين الذكور بنسبة 89.5%، بينما الإناث بنسبة 95%، يليها "أحيانا" بنسبة 4% موزعة بين الذكور بنسبة 5% مقابل نسبة 3% من الإناث، وأخيرا جاء استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعى "نادرا" بنسبة 3.75% موزعة بين الذكور بنسبة 5.5% ، مقابل الإناث بنسبة 2%.

وبحساب قيمة كا2 من الجدول السابق وجد أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكور– إناث) فى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى حيث كانت قيمة كا2 = 22.164 عند درجة حرية=2، ومعامل توافق = 0.229 وهى دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = 0.01

أكثر مواقع التواصل الاجتماعى التى يستخدمها المبحوثون وفقاً للنوع:

جدول ( 3 )

توزيع أكثر مواقع التواصل الاجتماعى التى يستخدمها المبحوثون وفقاً للنوع

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النوع  الأسباب | ذكور | | إناث | | الإجمالى | |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| فيس بوك | 53 | 26.50 | 47 | 23.50 | 100 | 25.00 |
| واتس | 48 | 24.00 | 32 | 16.00 | 80 | 20.00 |
| يوتيوب | 29 | 14.50 | 31 | 15.50 | 60 | 15.00 |
| تويتر | 19 | 9.50 | 26 | 13.00 | 45 | 11.25 |
| اسنتجرام | 3 | 1.50 | 32 | 16.00 | 35 | 8.75 |
| جوجل بلس | 19 | 9.50 | 6 | 3.00 | 25 | 6.25 |
| لينكد إن | 12 | 6.00 | 13 | 6.50 | 25 | 6.25 |
| ماى ىسبيس | 14 | 7.00 | 1 | 0.50 | 15 | 3.75 |
| أخرى | 3 | 1.50 | 12 | 6.00 | 15 | 3.75 |
| جملة من سئلوا | 200 | 100 | 200 | 100 | 400 | 100 |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعى التى يستخدمها المبحوثون جاءت كما يلى: جاء موقع "الفيس بوك" فى مقدمة المواقع التى يستخدمها المبحوثون بنسبة 25%, موزعة بين الذكور بنسبة 26.5% بينما الإناث بنسبة 23.5%، يليه برنامج "الواتس" بنسبة 20%, موزعة بين الذكور بنسبة 24% مقابل الإناث بنسبة 16%، ثم يستخدم المبحوثون موقع "اليوتيوب" وقد جاء بنسبة 15% موزعة بين الذكور بنسبة 14.50%، مقابل 15.50% للإناث، يليه موقع "تويتر" بنسبة 11.25%, موزعة بين الذكور بنسبة 9.5%، بينما نسبة الإناث 13%، ثم جاء استخدام المبحوثون لـ "انستجرام" بنسبة 8.75% موزعة بين الذكور بنسبة 1.50% مقابل 16% للإناث، يليه فى الاستخدام بنسب متساوية "جوجل بلس- لنكد إن" حيث جاءوا بنسبة 6.25%، يليه موقع" ماى سبيس" بنسبة 3.75% موزعة للذكور بنسبة 7% بينما نسبة الإناث 0.50%، وأخيرا يستخدم المبحوثون "مواقع أخرى" بنسبة 3.75%, موزعة بين الذكور بنسبة 1.50% بينما الإناث بنسبة 6%.

3- معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى التى يفضلونها وفقاً للنوع:

جدول ( 4 )

توزيع معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى التى يفضلونها وفقاً للنوع

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النوع  معدل الاستخدام | ذكور | | إناث | | الإجمالى | |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| يومياً | 196 | 98.00 | 186 | 93.00 | 382 | 95.50 |
| ثلاث مرات أسبوعيًّا | 1 | 0.50 | 6 | 3.00 | 7 | 1.75 |
| مرتان أسبوعيًّا | 2 | 1.00 | 2 | 1.00 | 4 | 1.00 |
| مرة كل أسبوع | 0 | 0.00 | 4 | 2.00 | 4 | 1.00 |
| أربع مرات أسبوعيًّا | 1 | 0.50 | 2 | 1.00 | 3 | 0.75 |
| الإجمالى | 200 | 100.00 | 200 | 100.00 | 400 | 100.00 |

كا2= 8.167 د.ح = 4 معامل التوافق = 0.141 الدلالة = غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق أن معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى التى يفضلونها: جاء معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعى "يوميا" فى الترتيب الأول بنسبة 95.50% موزعة بين الذكور بنسبة 98%، مقابل والإناث 93%، بينما جاء فى الترتيب الثانى "ثلاث مرات أسبوعيا" بنسبة 1.7% حيث جاءت نسبة الذكور بنسبة 0.50%، بينما نسبة الإناث 3%، ثم جاء فى الترتيب الثالث "مرتان أسبوعيا" و"مرة كل أسبوع" بالتساوى بنسبة 1% وأخيرا جاء فى الترتيب الأخير "أربع مرات أسبوعيا" بنسبة 0.75% موزعة بين الذكور بنسبة 0.50% ، بينما الإناث بنسبة 1%.

4- الأجهزة التى يستخدمها المبحوثون فى النشر والتواصل مع الآخرين بمواقع التواصل الاجتماعى وفقا للنوع:

جدول (5)

توزيع الأجهزة التى يستخدمها المبحوثون فى النشر والتواصل مع الآخرين بمواقع التواصل الاجتماعى وفقا للنوع.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النوع  الأجهزة | ذكور | | إناث | | الإجمالي | |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| هاتف يعمل بالأنظمة الذكية. smart phone | 107 | 53.5 | 112 | 56.0 | 219 | 54.8 |
| جهاز تابلت. Tablet | 98 | 49.0 | 96 | 48.0 | 194 | 48.5 |
| جهاز الكمبيوتر المحمول. Lap top | 80 | 40.0 | 79 | 39.5 | 159 | 39.8 |
| جهاز الكمبيوتر الشخصي. Personal computer | 55 | 27.5 | 59 | 29.5 | 114 | 28.5 |
| جملة من سئلوا | 200 | | 200 | | 400 | |

يتضح من بيانات الجدول السابق الأجهزة التى يستخدمها المبحوثون فى النشر والتواصل مع الآخرين بمواقع التواصل الاجتماعى ، حيث جاء في الترتيب الأول موقع " هاتف يعمل بالأنظمة الذكية. smart phone " بنسبة بلغت 54.8% من إجمالى مفردات ، موزعة بين 53.5% من إجمالى مفردات عينة الذكور، فى مقابل 56.0% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة 0.2500 وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%، وجاء فى الترتيب الثانى " جهاز تابلت. Tablet "، حيث جاءت بنسبة 48.5% من إجمالى مفردات، موزعة بين 49.0% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 48.0% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً ، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة 0.1000 وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95% ، وجاء فى الترتيب الثالث " جهاز الكمبيوتر المحمول. Lap top "، حيث جاءت بنسبة 39.8% من إجمالى مفردات، موزعة بين 40.0% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 39.5% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة 0.0500 وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95% ، أما في الترتيب الرابع والأخير فجاء موقع " جهاز الكمبيوتر الشخصي Personal computer " حيث جاءت بنسبة 28.5% من إجمالى مفردات، موزعة بين 27.5% من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل 29.5% من إجمالى مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة 0.2000 وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95% .

5- دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| جدول ( 6 )  دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع | | | | | | | | | | |
| النوع  الدوافع | | ذكور | | إناث | | الإجمالى | | المتوسط | الانحراف | الاتجاه([[1]](#footnote-1)\*) |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| المتعة والتسلية | دائماً | 152 | 76.00 | 163 | 81.50 | 315 | 78.75 | 1.58 | 0.812 | دائماً |
| أحياناً | 3 | 1.50 | 2 | 1.00 | 5 | 1.25 |
| لا | 45 | 22.50 | 35 | 17.50 | 80 | 20.00 |
| يوفر لى معلومات متنوعة | دائماً | 103 | 51.50 | 152 | 76.00 | 255 | 63.75 | 1.53 | 0.678 | دائماً |
| أحياناً | 67 | 33.50 | 36 | 18.00 | 103 | 25.75 |
| لا | 30 | 15.00 | 12 | 6.00 | 42 | 10.50 |
| مجال عام لتبادل الآراء | دائماً | 137 | 68.50 | 163 | 81.50 | 300 | 75.00 | 1.51 | 0.861 | دائماً |
| أحياناً | 2 | 1.00 | 1 | 0.50 | 3 | 0.75 |
| لا | 61 | 30.50 | 36 | 18.00 | 97 | 24.25 |
| أتناسى من خلال مهام العمل والدراسة | دائماً | 100 | 50.00 | 150 | 75.00 | 250 | 62.50 | 1.51 | 0.715 | دائماً |
| أحياناً | 62 | 31.00 | 36 | 18.00 | 98 | 24.50 |
| لا | 38 | 19.00 | 14 | 7.00 | 52 | 13.00 |
| البحث عن الرومانسية | دائماً | 100 | 50.00 | 150 | 75.00 | 250 | 62.50 | 1.51 | 0.715 | دائماً |
| أحياناً | 62 | 31.00 | 36 | 18.00 | 98 | 24.50 |
| لا | 38 | 19.00 | 14 | 7.00 | 52 | 13.00 |
| لأهرب قليلا عن ما يجب أن أقوم به من عمل | دائماً | 114 | 57.00 | 101 | 50.50 | 215 | 53.75 | 1.41 | 0.703 | دائماً |
| أحياناً | 73 | 36.50 | 62 | 31.00 | 135 | 33.75 |
| لا | 13 | 6.50 | 37 | 18.50 | 50 | 12.50 |
| يساعد على مرور الوقت | دائماً | 87 | 43.50 | 111 | 55.50 | 198 | 49.50 | 1.16 | 0.902 | أحياناً |
| أحياناً | 26 | 13.00 | 40 | 20.00 | 66 | 16.50 |
| لا | 87 | 43.50 | 49 | 24.50 | 136 | 34.00 |
| يجعلنى أشعر بالاسترخاء | دائماً | 114 | 57.00 | 87 | 43.50 | 201 | 50.25 | 1.08 | 0.961 | أحياناً |
| أحياناً | 21 | 10.50 | 9 | 4.50 | 30 | 7.50 |
| لا | 65 | 32.50 | 104 | 52.00 | 169 | 42.25 |
| لأبقى على تواصل مع أصدقائى | دائماً | 114 | 57.00 | 87 | 43.50 | 201 | 50.25 | 1.08 | 0.961 | أحياناً |
| أحياناً | 21 | 10.50 | 9 | 4.50 | 30 | 7.50 |
| لا | 65 | 32.50 | 104 | 52.00 | 169 | 42.25 |
| الإجمالى فى كل عبارة | | 200 | 100.00 | 200 | 100.00 | 400 | 100.00 | ـــ | | |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اتجاه المبحوثين عينة الدراسة نحو دوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعى جاءت كما يلى:جاء فى مقدمة الدوافع " المتعة والتسلية" حيث جاءت بمتوسط حسابى 1.58 وانحراف معيارى 0.812، يليه فى الترتيب دافع " يوفر لى معلومات متنوعة" حيث جاء بمتوسط حسابى 1.53 وانحراف معيارى 0.678، ثم جاء دافع " مجال عام لتبادل الآراء" بمتوسط حسابى 1.51 وانحراف معيارى 0.861.، يليه فى الترتيب دافع " أتناسى من خلال مهام العمل والدراسة" حيث جاء بمتوسط حسابى 1.51 وانحراف معيارى 0.715.، ثم جاء دافع " البحث عن الرومانسية" بمتوسط حسابى 1.51 وانحراف ميعارى 0.715، وجاء دافع " لأهرب قليلا عن ما يجب أن أقوم به من عمل " بمتوسط حسابى 1.41 وانحراف معيارى 0.703، وجاء دافع " يساعد على مرور الوقت" بمتوسط حسابى 1.16 وانحراف معيارى 0.902، ثم جاء دافع " يجعلنى أشعر بالاسترخاء" بمتوسط حسابى 1.08 وانحراف معيارى 0.961، وأخيرا جاء دافع " لأبقى على تواصل مع أصدقائى" بمتوسط حسابى 1.08 وانحراف معيارى 0.961

6- إعدادات الصفحة التى يستخدمها المبحوثون للتحكم فى الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعى عند التواصل مع الآخرين وفقاً للنوع:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| جدول ( 7 )  إعدادات الصفحة التى يستخدمها المبحوثون للتحكم فى الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعى عند التواصل مع الآخرين وفقاً للنوع | | | | | | | | | | |
| النوع  الإعدادات | | ذكور | | إناث | | الإجمالى | | المتوسط | الانحراف | الاتجاه([[2]](#footnote-2)\*) |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| اختيار من يمكنه رؤية المنشورات السابقة علي يومياتي | دائماً | 183 | 91.50 | 159 | 79.50 | 342 | 85.50 | 1.82 | 0.461 | دائماً |
| أحياناً | 8 | 4.00 | 37 | 18.50 | 45 | 11.25 |
| لا | 9 | 4.50 | 4 | 2.00 | 13 | 3.25 |
| تحديد من يمكنه مشاهدة صوري الشخصية | دائماً | 133 | 66.50 | 150 | 75.00 | 283 | 70.75 | 1.61 | 0.679 | دائماً |
| أحياناً | 42 | 21.00 | 31 | 15.50 | 73 | 18.25 |
| لا | 25 | 12.50 | 19 | 9.50 | 44 | 11.00 |
| تحديد من يمكنه رؤية ما على صفحتي الشخصية واليوميات | دائماً | 135 | 67.50 | 163 | 81.50 | 298 | 74.50 | 1.51 | 0.861 | دائماً |
| أحياناً | 3 | 1.50 | 1 | 0.50 | 4 | 1.00 |
| لا | 62 | 31.00 | 36 | 18.00 | 98 | 24.50 |
| تحديد أشخاص معينين يمكنهم مشاهدة الصفحات التي أعجب بها | دائماً | 109 | 54.50 | 134 | 67.00 | 243 | 60.75 | 1.32 | 0.894 | أحياناً |
| أحياناً | 39 | 19.50 | 2 | 1.00 | 41 | 10.25 |
| لا | 52 | 26.00 | 64 | 32.00 | 116 | 29.00 |
| اختيار من يمكنه رؤية المحتوي الذي أنشره | دائماً | 114 | 57.00 | 87 | 43.50 | 201 | 50.25 | 1.08 | 0.961 | أحياناً |
| أحياناً | 21 | 10.50 | 9 | 4.50 | 30 | 7.50 |
| لا | 65 | 32.50 | 104 | 52.00 | 169 | 42.25 |
| الإجمالى فى كل عبارة | | 200 | 100.00 | 200 | 100.00 | 400 | 100.00 | ـــ | | |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن إعدادات الصفحة التى يستخدمها المبحوثون للتحكم فى الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعى عند التواصل مع الآخرين جاءت كما يلى:

جاء أولها " اختيار من يمكنه رؤية المنشورات السابقة علي يومياتي" حيث جاءت بمتوسط حسابى 1.82 وبانحراف معيارى 0.461يليه إعداد " من يمكنه مشاهدة صوري الشخصية" بمتوسط حسابى 1.61 وبانحراف معيارى 0.679، ثم إعداد " تحديد من يمكنه رؤية ما على صفحتي الشخصية واليوميات" بمتوسط حسابى 1.51 وانحراف معيارى 0.861.، وأخيراً إعداد " تحديد أشخاص معينين يمكنهم مشاهدة الصفحات التي أعجب بها" حيث اجء بمتوسط حسابى 1.32 وبانحراف معيارى 0.894

7- المعلومات التى يحرص المبحوثون على الحصول عليها من مواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع:

جدول ( 8 )

توزيع المعلومات التى يحرص المبحوثون على الحصول عليها من مواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النوع  المعلومات | ذكور | | إناث | | الإجمالى | | قيمة Z | | الدلالة | |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| ثقافية | 55 | 27.50 | 45 | 22.50 | 100 | 25.00 | | 0.501 | | غير دالة |
| رياضية | 32 | 16.00 | 48 | 24.00 | 80 | 20.00 | | 0.801 | | غير دالة |
| اجتماعية | 23 | 11.50 | 37 | 18.50 | 60 | 15.00 | | 0.701 | | غير دالة |
| سياسية | 42 | 21.00 | 3 | 1.50 | 45 | 11.25 | | 1.951 | | دالة عند 0.01 |
| دينية | 34 | 17.00 | 1 | 0.50 | 35 | 8.75 | | 1.651 | | دالة عند 0.01 |
| أدبية | 5 | 2.50 | 20 | 10.00 | 25 | 6.25 | | 0.751 | | غير دالة |
| حقوقية | 2 | 1.00 | 18 | 9.00 | 20 | 5.00 | | 0.801 | | غير دالة |
| صحية | 3 | 1.50 | 17 | 8.50 | 20 | 5.00 | | 0.701 | | غير دالة |
| أخرى | 4 | 2.00 | 11 | 5.50 | 15 | 3.75 | | 0.351 | | غير دالة |
| جملة من سئلوا | 200 | | 200 | | 400 | | | | | |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المعلومات التى يحرص المبحوثون على الحصول عليها من مواقع التواصل الاجتماعى جاءت كما يلى:المعلومات "الثقافية" من مواقع التواصل الإجتماعى حيث جاءت بنسبة 25% موزعة بين الذكور بنسبة 27.50, بينما الإناث بنسبة 22.5%، تليه المعلومات "الرياضية" التى يحرص المبحوثون الحصول عليها من مواقع التواصل الإجتماعى بنسبة 20% موزعة بين الذكور بنسبة 16% بينما الإناث بنسبة 24%، ثم معلومات "إجتماعية" بنسبة 15% موزعة بين الذكور والإناث بنسبة 11.5% مقابل 18.5%، وجاءت المعلومات "السياسية" فى الترتيب الرابع بالنسبة للمعلومات التى يحرص عليها المبحوثون فى متابعتها بنسبة 11.25% موزعة بين الذكور والإناث بنسبة 21% مقابل 1.5%، وهى دالة عند 0.01 لصالح الذكور، وجاءت المعلومات "الدينية" فى الترتيب الخامس بنسبة 8.75% موزعة بين الذكور بنسبة 17% بينما الإناث بنسبة 0.50%، وهى دالة عند 0.01 لصالح الذكور، وجاءت المعلومات "الأدبية" بنسبة 6.25% موزعة للذكور بنسبة 2.50% بينما الإناث بنسبة 10%، ثم جاءت المعلومات "الحقوقية" و "الصحية" فى الترتيب السابع بالنسبة للمعلومات التى يحرص عليها المبحوثون فى متابعتها بنسبة 5% ، وأخيرا جاءت المعلومات "الأخرى" فى الترتيب الأخير بنسبة 3.75% موزعة بين الذكور بنسبة 2% بينما الإناث بنسبة 5.50%.

8- القواعد التى يراعيها المبحوثون أثناء التواصل على مواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| جدول ( 9 )  توزيع القواعد التى يراعيها المبحوثون أثناء التواصل على مواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع | | | | | | | | | | |
| النوع  القواعد | | ذكور | | إناث | | الإجمالى | | المتوسط | الانحراف | الاتجاه([[3]](#footnote-3)\*) |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| التحقق من صحة المعلومات المنشورة | دائماً | 185 | 92.50 | 168 | 84.00 | 353 | 88.25 | 1.85 | 0.439 | دائماً |
| أحياناً | 6 | 3.00 | 28 | 14.00 | 34 | 8.50 |
| لا | 9 | 4.50 | 4 | 2.00 | 13 | 3.25 |
| حرية التعبير عن الرأي باحترام | دائماً | 138 | 69.00 | 163 | 81.50 | 301 | 75.25 | 1.151 | 0.861 | دائماً |
| أحياناً | 1 | 0.50 | 1 | 0.50 | 2 | 0.50 |
| لا | 61 | 30.50 | 36 | 18.00 | 97 | 24.25 |
| عدم نشر الشائعات | دائماً | 45 | 22.50 | 69 | 34.50 | 114 | 28.50 | 1.17 | 0.607 | أحياناً |
| أحياناً | 140 | 70.00 | 101 | 50.50 | 241 | 60.25 |
| لا | 15 | 7.50 | 30 | 15.00 | 45 | 11.25 |
| التزام الصدق | دائماً | 114 | 57.00 | 87 | 43.50 | 201 | 50.25 | 1.08 | 0.961 | أحياناً |
| أحياناً | 21 | 10.50 | 9 | 4.50 | 30 | 7.50 |
| لا | 65 | 32.50 | 104 | 52.00 | 169 | 42.25 |
| عدم نشر الموضوعات التي تمس الأمن وتثير الزعزعة بين الناس | دائماً | 56 | 28.00 | 42 | 21.00 | 98 | 24.50 | 0.51 | 0.861 | لا |
| أحياناً | 7 | 3.50 | 1 | 0.50 | 8 | 2.00 |
| لا | 137 | 68.50 | 157 | 78.50 | 294 | 73.50 |
| الإجمالى فى كل عبارة | | 200 | 100.00 | 200 | 100.00 | 400 | 100.00 | ـــ | | |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن القواعد التى يراعيها المبحوثون أثناء التواصل على مواقع التواصل الاجتماعى:من أهم القواعد التى يراعيها المبحوثون فى مواقع التواصل الإجتماعى هى " حرية التعبير عن الرأي باحترام" حيث جاءت بمتوسط حسابى 1.85 وانحراف معيارى 0.439،يليها " التحقق من صحة المعلومات المنشورة" بمتوسط حسابى 1.15 وانحراف معيارى 0.861،ثم "عدم نشر الشائعات" حيث جاءت بمتوسط حسابى 1.17 وبانحراف معيارى 0.60،يليها "التزام الصدق" حيث جاءت بمتوسط حسابى 1.08 وبانحراف معيارى 0.961،وأخيرا "عدم نشر الموضوعات التى تمس الامن وتثير الزعزعة بين الناس" بمتوسط حسابى 0.51 وبانحراف معيارى 0.861

9- معوقات التواصل التي تعرض لها المبحوثين عند نشر موضوعات على مواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| جدول ( 10 )  توزيع معوقات التواصل التي تعرض لها المبحوثين عند نشر موضوعات على مواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع | | | | | | | | | | |
| النوع  المعوقات | | ذكور | | إناث | | الإجمالى | | المتوسط | الانحراف | الاتجاه([[4]](#footnote-4)\*) |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| يقوم مدراء بعض الصفحات بتهديد المشتركين بالحظر أو الحذف من الصفحة إذا تحدثوا بشأن موضوعات معينة | موافق | 52 | 26.00 | 64 | 32.00 | 116 | 29.00 | 2.19 | 0.599 | موافق |
| محايد | 109 | 54.50 | 134 | 67.00 | 243 | 60.75 |
| معارض | 39 | 19.50 | 2 | 1.00 | 41 | 10.25 |
| تعرضت بعض الموضوعات أو التعليقات للحذف في صفحات أخري قمت بالنشر فيها | موافق | 25 | 12.50 | 19 | 9.50 | 44 | 11.00 | 1.93 | 0.537 | محايد |
| محايد | 133 | 66.50 | 150 | 75.00 | 283 | 70.75 |
| معارض | 42 | 21.00 | 31 | 15.50 | 73 | 18.25 |
| الإهانة بسبب الإدلاء برأي (في التعليق أو نشر موضوع) معين على موضوع معين | موافق | 9 | 4.50 | 4 | 2.00 | 13 | 3.25 | 1.92 | 0.373 | محايد |
| محايد | 183 | 91.50 | 159 | 79.50 | 342 | 85.50 |
| معارض | 8 | 4.00 | 37 | 18.50 | 45 | 11.25 |
| الإجمالى فى كل عبارة | | 200 | 100.00 | 200 | 100.00 | 400 | 100.00 | ـــ | | |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن معوقات التواصل التي تعرض لها المبحوثين عند نشر موضوعات على مواقع التواصل الاجتماعى جاءت كالتالى:جاءت عبارة " يقوم مدراء بعض الصفحات بتهديد المشتركين بالحظر أو الحذف من الصفحة إذا تحدثوا بشأن موضوعات معينة" فى الترتيب الأول بمتوسط حسابى 2.19 وبانحراف معيارى 0.599، يليها " تعرضت بعض الموضوعات أو التعليقات للحذف في صفحات أخري قمت بالنشر فيها" بمتوسط حسابى 1.93 وانحراف معيارى 0.537ثم " الإهانة بسبب الإدلاء برأي (في التعليق أو نشر موضوع) معين على موضوع معين" حيث جاء بمتوسط حسابى 1.92 وبانحراف معيارى 0.373

10- المهارات الاتصالية التى زادت لدي المبحوثين بعد استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعى وفقا للنوع:

جدول ( 11 )

توزيع المهارات الاتصالية التى زادت لدى المبحوثين بعد استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعى وفقا للنوع

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النوع  المهارات الاتصالية | ذكور | | إناث | | الإجمالى | | قيمة Z | الدلالة |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| القدرة علي الكتابة وتصحيح الأخطاء فورياعلى صفحات الفيس بوك والواتس آب | 113 | 56.50 | 113 | 56.50 | 226 | 56.50 | 0.011 | دالة عند 0.05 |
| القدرة علي القراءة السريعة بفهم | 96 | 48.00 | 104 | 52.00 | 200 | 50.00 | 0.401 | غير دالة |
| القدرة علي التحدث بطلاقة من خلال التقنيات الحديثة كالبث المباشر | 80 | 40.00 | 70 | 35.00 | 150 | 37.50 | 0.501 | غير دالة |
| الإلمام بمهارات اعدادات الخصوصية | 48 | 24.00 | 52 | 26.00 | 100 | 25.00 | 0.201 | غير دالة |
| القدرة علي الإقناع | 33 | 16.50 | 42 | 21.00 | 75 | 18.75 | 0.451 | غير دالة |
| القدرة علي الإنصات لآراء الآخرين | 22 | 11.00 | 28 | 14.00 | 50 | 12.50 | 0.301 | غير دالة |
| جملة من سئلوا | 200 | | 200 | | 400 | |  |  |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المهارات الاتصالية التى زادت لدي المبحوثين بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعى:

إن المهارات الاتصالية التى زادت بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعى لدى المبحوثين جاءت فى المقدمة مهارة " القدرة علي الكتابة وتصحيح الأخطاء فورياً على صفحات الفيس بوك والواتس آب" حيث جاءت نسبة 56.50% موزعة بين الذكور بنسبة 56.50% وكذلك الإناث بنفس النسبة، يليها مهارة " القدرة علي القراءة السريعة بفهم" حيث جاءت بنسبة 50% موزعة بين الذكور بنسبة 48% مقابل الإناث بنسبة 52%، ثم جاءت مهارة " القدرة علي التحدث بطلاقة من خلال التقنيات الحديثة كالبث المباشر " بنسبة 37.50% موزعة للذكور بنسبة 40% بينما الإناث بنسبة 35%، ثم جاءت مهارة " الإلمام بمهارات اعدادات الخصوصية " بنسبة 25% موزعة للذكور بنسبة 24% بينما الإناث بنسبة 26%، يليه مهارة " القدرة علي الإقناع" حيث جاءت بنسبة 18.75% موزعة للذكور بنسبة 16.5%، بينما الإناث بنسبة 21%، وأخيرا "القدرة علي الإنصات لآراء الآخرين" حيث جاءت بنسبة 12.50% موزعة للذكور بنسبة 11%، بينما الإناث بنسبة 14%.

11- إشباعات مواقع التواصل الاجتماعى بالنسبة للمبحوثين وفقاً للنوع:

جدول ( 12 )

توزيع إشباعات مواقع التواصل الاجتماعى بالنسبة للمبحوثين وفقاً للنوع

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النوع  مدى الفاعلية | | ذكور | | إناث | | الإجمالى | | المتوسط | الانحراف | الاتجاه([[5]](#footnote-5)\*) |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| تمثل لى وسيلة اتصال متاحة فى كل وقت وسريعة | موافق | 137 | 68.50 | 157 | 78.50 | 294 | 73.50 | 2.72 | 0.494 | موافق |
| محايد | 56 | 28.00 | 42 | 21.00 | 98 | 24.50 |
| معارض | 7 | 3.50 | 1 | 0.50 | 8 | 2.00 |
| تمثل لى سجلًا مهما للحصول على المعلومات المتنوعة | موافق | 65 | 32.50 | 104 | 52.00 | 169 | 42.25 | 2.35 | 0.615 | موافق |
| محايد | 114 | 57.00 | 87 | 43.50 | 201 | 50.25 |
| معارض | 21 | 10.50 | 9 | 4.50 | 30 | 7.50 |
| تساعدنى على نشر المعلومات بغض النظر عن الحدود الجغرافية | موافق | 62 | 31.00 | 36 | 18.00 | 98 | 24.50 | 2.24 | 0.435 | موافق |
| محايد | 137 | 68.50 | 163 | 81.50 | 300 | 75.00 |
| معارض | 1 | 0.50 | 1 | 0.50 | 2 | 0.50 |
| تمثل لى وسيلة للتعبير عن الرأى حول القضايا المختلفة | موافق | 9 | 4.50 | 4 | 2.00 | 13 | 3.25 | 1.95 | 0.339 | محايد |
| محايد | 185 | 92.50 | 168 | 84.00 | 353 | 88.25 |
| معارض | 6 | 3.00 | 28 | 14.00 | 34 | 8.50 |
| تتيح لى الاستماع لوجهات نظر الآخرين | موافق | 25 | 12.50 | 19 | 9.50 | 44 | 11.00 | 1.93 | 0.537 | محايد |
| محايد | 133 | 66.50 | 150 | 75.00 | 283 | 70.75 |
| معارض | 42 | 21.00 | 31 | 15.50 | 73 | 18.25 |
| تتيح لى فرصة إعداد مواد إعلامية ونشرها | موافق | 15 | 7.50 | 30 | 15.00 | 45 | 11.25 | 1.51 | 0.691 | محايد |
| محايد | 45 | 22.50 | 69 | 34.50 | 114 | 28.50 |
| معارض | 140 | 70.00 | 101 | 50.50 | 241 | 60.25 |
| الإجمالى فى كل عبارة | | 200 | 100.00 | 200 | 100.00 | 400 | 100.00 | ـــ | | |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن إشباعات وفاعلية مواقع التواصل الاجتماعى فى ممارسة الحقوق الاتصالية للمبحوثين جاءت كما يلى:جاءت العبارة " تمثل لى وسيلة اتصال متاحة فى كل وقت وسريعة" بمتوسط حسابى 2.72 وانحراف معيارى 0.494،يليها العبارة " تمثل لى سجلًا مهما للحصول على المعلومات المتنوعة" بمتوسط حسابى 2.35 وانحراف معيارى 0.615، ثم جاءت العبارة " تساعدنى على نشر المعلومات بغض النظر عن الحدود الجغرافية" بمتوسط حسابى 2.24 وانحراف ميعارى 0.435،يليها عبارة" تمثل لى وسيلة للتعبير عن الرأى حول القضايا المختلفة" بمتوسط حسابى 1.95 وانحراف معيارى 0.339، ثم جاءت عبارة " تتيح لى الاستماع لوجهات نظر الآخرين" بمتوسط حسابى 1.93 وانحراف معيارى 0.537، وأخيرا عبارة " تتيح لى فرصة إعداد مواد إعلامية ونشرها" بمتوسط حسابى 1.51 وانحراف معيارى 0.691

12- استجابات المبحوثين على مقياس مهارات التواصل:

أ- البعد الأول مهارات التواصل الإلكترونى:

جدول ( 13 )

توزيع استجابات المبحوثين على مقياس مهارات التواصل

البعد الأول: مهارات التواصل الإلكترونى

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الاستجابة  العبارة | النوع | موافق | | محايد | | معارض | | المتوسط | الانحراف المعياري | كا2 |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| قراءة الرسالة الإلكترونية جيدا قبل الرد عليها كتابيا | ذكور | 97 | 48.5 | 94 | 47.0 | 9 | 4.50 | 2.410 | 0.6878 | 102.14 |
| إناث | 113 | 56.5 | 50 | 25.0 | 37 | 18.50 |
| إجمالي | 210 | 52.5 | 144 | 36.0 | 46 | 11.50 |
| فحص مضمون الرسالة الإلكترونية وهدفها قبل الرد عليها | ذكور | 113 | 56.5 | 51 | 25.5 | 36 | 18.0 | 2.315 | 0.7155 | 65.3150 |
| إناث | 72 | 36.0 | 105 | 52.5 | 23 | 11.5 |
| إجمالي | 185 | 46.2 | 156 | 39.0 | 59 | 14.7 |
| الاستجابة لمحتوى الرسالة مراعيا ظروف المرسل ومشاعره | ذكور | 90 | 45.0 | 74 | 37.0 | 36 | 18.0 | 2.285 | 0.7682 | 48.755 |
| إناث | 101 | 50.5 | 58 | 29.0 | 41 | 20.5 |
| إجمالي | 191 | 47.7 | 132 | 33.0 | 77 | 19.2 |
| كتابة تعليق ورد واضح ومختصر على الرسالة الإلكترونية | ذكور | 113 | 56.5 | 79 | 39.5 | 8 | 4.0 | 2.180 | 0.7675 | 23.360 |
| إناث | 47 | 23.5 | 73 | 36.5 | 80 | 40.0 |
| إجمالي | 160 | 40.0 | 152 | 38.0 | 88 | 22.0 |
| اختيار الألفاظ والتعبيرات المناسبة لإيصال أفكاري للآخرين | ذكور | 69 | 34.5 | 75 | 37.5 | 56 | 28.0 | 2.132 | 0.8286 | 12.845 |
| إناث | 98 | 49.0 | 44 | 22.0 | 58 | 29.0 |
| إجمالي | 167 | 41.7 | 119 | 29.7 | 114 | 28.5 |
| الإنصات بدقة للأفكار المخالفة لأفكاري الشخصية وتقبلها | ذكور | 116 | 58.0 | 51 | 25.5 | 33 | 16.5 | 2.125 | 0.7751 | 14.180 |
| إناث | 32 | 16.0 | 103 | 51.5 | 65 | 32.5 |
| إجمالي | 148 | 37.0 | 154 | 38.5 | 98 | 24.5 |
| تقييم مدى موضوعية المعلومات قبل نشرها على مواقع التواصل الاجتماعى | ذكور | 79 | 39.5 | 71 | 35.5 | 50 | 25.0 | 1.985 | 0.8315 | 1.1150 |
| إناث | 56 | 28.0 | 53 | 26.5 | 91 | 45.5 |
| إجمالي | 135 | 33.75 | 124 | 31.0 | 141 | 35.25 |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن توزيع استجابات المبحوثين على مقياس مهارات التواصل للبعد الأول "مهارات التواصل الإلكترونى" جاءت كما يلى:

جاءت العبارة " قراءة الرسالة الإلكترونية جيدا قبل الرد عليها كتابيا " فى الترتيب الأول بمتوسط حسابى 2.410، وانحراف معياري 0.6878، حيث بلغت كا2 102.14وهي قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01.، ثم جاءت العبارة " فحص مضمون الرسالة الإلكترونية وهدفها قبل الرد عليها " فى الترتيب الثانى بمتوسط حسابى 2.315، وانحراف معياري 0.7155، حيث بلغت كا2 65.3150 وهي قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01.، ثم جاءت العبارة " الاستجابة لمحتوى الرسالة مراعيا ظروف المرسل ومشاعره" فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابى 2.285، وانحراف معياري 0.7682، حيث بلغت كا2 48.755 وهي قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، ثم جاءت العبارة " كتابة تعليق ورد واضح ومختصر على الرسالة الإلكترونية " فى الترتيب الرابع بمتوسط حسابى 2.180، وانحراف معياري 0.7675، حيث بلغت كا2 23.360 وهي قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، ثم جاءت العبارة " اختيار الألفاظ والتعبيرات المناسبة لإيصال أفكاري للآخرين "فى الترتيب الخامس بمتوسط حسابى 2.132، وانحراف معياري 0.8286 حيث بلغت كا2 12.845وهي قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، ثم جاءت العبارة " الإنصات بدقة للأفكار المخالفة لأفكاري الشخصية وتقبلها "فى الترتيب السادس بمتوسط حسابى 2.125، وانحراف معياري 0.7751، حيث بلغت كا2 14.180 وهي قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، وأخيراً جاءت العبارة " تقييم مدى موضوعية المعلومات قبل نشرها على مواقع التواصل الاجتماعى"فى الترتيب الأخير بمتوسط حسابى 1.985، وانحراف معياري 0.8315 حيث بلغت كا2 65.3150 وهي قيمة غير دلالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة .

ب- البعد الثانى- مهارات استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني:

جدول ( 14 )

توزيع استجابات المبحوثين على مقياس مهارات التواصل

البعد الثانى: مهارات استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الاستجابة  العبارة | النوع | موافق | | محايد | | معارض | | المتوسط | الانحراف المعياري | كا2 |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| توظيف الفيس بوك للتعارف والتراسل والدردشة الجماعية بعيدا عن الإساءة والعنف | ذكور | 101 | 50.50 | 91 | 45.5 | 8 | 4.0 | 2.442 | 0.6463 | 122.76 |
| إناث | 110 | 55.0 | 64 | 32.0 | 26 | 13.0 |
| إجمالي | 211 | 52.7 | 155 | 38.7 | 34 | 8.5 |
| استخدام تقنية التويتر لعرض تصوراتي وآرائي الشخصية | ذكور | 96 | 48.0 | 58 | 29.0 | 46 | 23.0 | 2.090 | 0.8447 | 9.980 |
| إناث | 66 | 33.0 | 54 | 27.0 | 80 | 40.0 |
| إجمالي | 162 | 40.5 | 112 | 28.0 | 126 | 31.5 |
| استخدام خدمة الواتس آب لتبادل المعلومات مع أصدقائي دون وقوع ضرر | ذكور | 97 | 48.5 | 69 | 34.5 | 34 | 17.0 | 2.072 | 0.8117 | 3.185 |
| إناث | 50 | 25.0 | 66 | 33.0 | 84 | 42.0 |
| إجمالي | 147 | 36.75 | 135 | 33.7 | 118 | 29.5 |
| استخدام وسائل الاتصال لاكتساب خبرات ومهارات حياتية | ذكور | 78 | 39.0 | 85 | 42.5 | 37 | 18.5 | 2.030 | 0.7520 | 19.145 |
| إناث | 41 | 20.5 | 89 | 44.5 | 70 | 35.0 |
| إجمالي | 119 | 29.75 | 174 | 43.5 | 107 | 26.75 |
| استخدام مواقع التواصل للدراسة والتفكير الناقد وحل المشكلات | ذكور | 70 | 35.0 | 79 | 39.5 | 51 | 25.5 | 1.987 | 0.7270 | 34.955 |
| إناث | 33 | 16.5 | 110 | 55.0 | 57 | 28.5 |
| إجمالي | 103 | 25.75 | 189 | 47.2 | 108 | 27.0 |
| توظيف تقنية البث المباشر فيما يفيد زملائى والمجتمع | ذكور | 82 | 41.0 | 68 | 34.0 | 50 | 25.0 | 1.982 | 0.8116 | 0.3350 |
| إناث | 46 | 23.0 | 69 | 34.5 | 85 | 42.5 |
| إجمالي | 128 | 32.0 | 137 | 34.2 | 135 | 33.7 |
| استخدام الانستجرام لعرض صور غير منافية لعادات وتقاليد المجتمع | ذكور | 62 | 31.0 | 40 | 20.0 | 98 | 49.0 | 1.872 | 0.8473 | 17.555 |
| إناث | 59 | 29.5 | 67 | 33.5 | 74 | 37.0 |
| إجمالي | 121 | 30.25 | 107 | 26.7 | 172 | 43.0 |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن استجابات المبحوثين توزيع استجابات المبحوثين على مقياس مهارات التواصل للبعد الثانى "مهارات استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني" جاءت كما يلى:جاءت العبارة " توظيف الفيس بوك للتعارف والتراسل والدردشة الجماعية بعيدا عن الإساءة والعنف" فى الترتيب الأول بمتوسط حسابى 2.442، وانحراف معياري 0.6463، حيث بلغت كا2 122.76وهي قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01.ثم جاءت العبارة " استخدام تقنية التويتر لعرض تصوراتي وآرائي الشخصية " فى الترتيب الثانى بمتوسط حسابى 2.090، وانحراف معياري 0.8447، حيث بلغت كا2 9.980 وهي قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، ثم جاءت العبارة " استخدام خدمة الواتس آب لتبادل المعلومات مع أصدقائي دون وقوع ضرر " فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابى 2.072، وانحراف معياري 0.8117، حيث بلغت كا2 3.185 وهي قيمة غير دلالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، ثم جاءت العبارة " استخدام وسائل الاتصال لاكتساب خبرات ومهارات حياتية" فى الترتيب الرابع بمتوسط حسابى 2.030، وانحراف معياري 0.7520، حيث بلغت كا2 19.145 وهي قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01.ثم جاءت العبارة " استخدام مواقع التواصل للدراسة والتفكير الناقد وحل المشكلات "فى الترتيب الخامس بمتوسط حسابى 1.987، وانحراف معياري 0.7270، حيث بلغت كا2 34.955 وهي قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، ثم جاءت العبارة " توظيف تقنية البث المباشر فيما يفيد زملائى والمجتمع " فى الترتيب السادس بمتوسط حسابى 1.982، وانحراف معياري 0.8116، ، حيث بلغت كا2 0.3350 وهي قيمة غير دلالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وأخيراً جاءت العبارة " استخدام الانستجرام لعرض صور غير منافية لعادات وتقاليد المجتمع "فى الترتيب السابع بمتوسط حسابى 1.872، وانحراف معياري 0.8473، حيث بلغت كا2 17.555 وهي قيمة دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01

ج- البعد الثالث: مهارات التفاعل:

جدول ( 15 )

توزيع استجابات المبحوثين على مقياس مهارات التواصل

البعد الثالث :مهارات التفاعل

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الاستجابة  العبارة | النوع | موافق | | محايد | | معارض | | المتوسط | الانحراف المعياري | كا2 |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| ابداء الرأى من خلال التعليقات النصية والمرئية باحترام | ذكور | 71 | 35.5 | 87 | 43.5 | 42 | 21.0 | 2.302 | 0.7631 | 54.965 |
| إناث | 124 | 62.0 | 44 | 22.0 | 32 | 16.0 |
| إجمالي | 195 | 48.7 | 131 | 32.7 | 74 | 18.5 |
| نقل المعلومات والأخبار بأمانة بعد التحقق من صحتها على مواقع التواصل | ذكور | 86 | 43.0 | 67 | 33.5 | 47 | 23.5 | 2.115 | 0.8114 | 7.9550 |
| إناث | 71 | 35.5 | 65 | 32.5 | 64 | 32.0 |
| إجمالي | 157 | 39.2 | 132 | 33.0 | 111 | 27.75 |
| التحقق من مصداقية مصدر المعلومات قبل التعامل والتفاعل | ذكور | 147 | 36.75 | 135 | 33.7 | 118 | 29.5 | 2.090 | 0.8145 | 4.880 |
| إناث | 72 | 36.0 | 59 | 29.5 | 69 | 34.5 |
| إجمالي | 152 | 38.0 | 132 | 33.0 | 116 | 29.0 |
| منح زملائي حرية التعبير عن آرائهم وتقبل الآخر | ذكور | 56 | 28.0 | 79 | 39.5 | 65 | 32.5 | 2.072 | 0.8117 | 3.185 |
| إناث | 56 | 28.0 | 79 | 39.5 | 65 | 32.5 |
| إجمالي | 91 | 45.5 | 56 | 28.0 | 53 | 26.5 |
| تشجيع الحوارات والمناقشات الهادفة بين زملائي وأصدقائي | ذكور | 91 | 45.50 | 58 | 29.0 | 51 | 25.5 | 2.047 | 0.8288 | 2.135 |
| إناث | 56 | 28.0 | 67 | 33.5 | 77 | 38.5 |
| إجمالي | 147 | 36.75 | 125 | 31.2 | 128 | 32.0 |
| عدم التفاعل مع المضامين التى تحض على العنف والارهاب والإباحية | ذكور | 38 | 19.0 | 71 | 35.5 | 91 | 45.5 | 1.960 | 0.8000 | 2.2400 |
| إناث | 82 | 41.0 | 73 | 36.5 | 45 | 22.5 |
| إجمالي | 120 | 30.0 | 144 | 36.0 | 136 | 34.0 |
| عرض وجهات نظر الآخرين بصورة منطقية ولهجة حيادية | ذكور | 79 | 39.5 | 50 | 25.0 | 71 | 35.5 | 1.940 | 0.8204 | 2.285 |
| إناث | 44 | 22.0 | 80 | 40.0 | 76 | 38.0 |
| إجمالي | 123 | 30.75 | 130 | 32.5 | 147 | 36.75 |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن استجابات المبحوثين على مقياس مهارات التواصل للبعد الثالث "مهارات التفاعل" جاءت كما يلى:جاءت العبارة " ابداء الرأى من خلال التعليقات النصية والمرئية باحترام " فى الترتيب الأول بمتوسط حسابى 2.302، وانحراف معياري 0.7631، حيث بلغت كا2 54.965 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، ثم جاءت العبارة " نقل المعلومات والأخبار بأمانة بعد التحقق من صحتها على مواقع التواصل" فى الترتيب الثانى" بمتوسط حسابى 2.115، وانحراف معياري 0.8114، حيث بلغت كا2 7.9550 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، ثم جاءت العبارة " التحقق من مصداقية مصدر المعلومات قبل التعامل والتفاعل" فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابى 2.090، وانحراف معياري 0.8145حيث بلغت كا24.880 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05ثم جاءت العبارة " منح زملائي حرية التعبير عن آرائهم وتقبل الآخر " فى الترتيب الرابع بمتوسط حسابى 2.072، وانحراف معياري 0.8117، حيث بلغت كا2 3.1850 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، ثم جاءت العبارة " تشجيع الحوارات والمناقشات الهادفة بين زملائي وأصدقائي " فى الترتيب الخامس بمتوسط حسابى 2.047، وانحراف معياري 0.8288، حيث بلغت كا2 2.135 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، ثم جاءت العبارة " عدم التفاعل مع المضامين التى تحض على العنف والارهاب والإباحية " فى الترتيب السادس بمتوسط حسابى 1.960، وانحراف معياري 0.8000، حيث بلغت كا2 2.2400 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة وأخيراً جاءت العبارة " عرض وجهات نظر الآخرين بصورة منطقية ولهجة حيادية "فى الترتيب السابع بمتوسط حسابى 1.940، وانحراف معياري 0.8204 حيث بلغت كا2 2.285 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة.

\*\* وبإجراء مقياس لتقييم استجابات المبحوثين على مقياس مهارات التواصل أشارت النتائج إلى:

جدول ( 16 )

مقياس لتقييم استجابات المبحوثين على مقياس مهارات التواصل

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| الاستجابات | ك | % |
| سلبىية | 120 | 30 |
| محايدة | 139 | 34.75 |
| ايجابىة | 141 | 35.25 |
| الإجمالى | 400 | 100 |

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود استجابات إيجابية للمبحوثين على مقياس مهارات التواصل حيث جاء الاتجاه لوجود استجابات إيجابية فى الترتيب الأول بنسبة(35.25 %) يليها الاتجاه المحايد (34.75 ) ، وفى الترتيب الأخير الاتجاه السلبي (30% ) .

مما سبق نستنتج التالى:

أكثر المبحوثين لديهم استجابات ايجابية للتواصل مع الآخرين من خلال (مهارات التواصل الإلكترونى - ومهارات استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني- ومهارات التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعى)، وهذه نتيجة إيجابية مما يسهل توجيه هؤلاء المبحوثين إلى المسار الصحيح فى استخدام مواقع التواصل الاجتماعى بشكل فعال فى الاتجاه الصحيح .

ثانياً – نتائج اختبار صحة فروض الدراسة:-

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين مدى اكتسابهم لمهارات التواصل.

جدول ( 17 )

نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى

وبين مدى اكتسابهم لمهارات التواصل

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| كثافة الاستخدام | اكتساب مهارات التواصل | | اتجاه العلاقة | الدلالة |
| العدد | معامل الارتباط R | موجبة | دالة عند 0.01 |
| 400 | 0.351\*\* |

تشير نتائج اختبار "بيرسون" فى الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين مدى اكتسابهم لمهارات التواصل، حيث بلغت قيمة "R" = 0.351 وهى قيمة دالة إحصائياً مستوي دلالة = 0.01 مما يدل على صحة الفرض.

وبالتالى فقد ثبتت صحة الفرض الأول الذى ينص على أنه: " توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين مدى اكتسابهم لمهارات التواصل"

الفرض الثانى: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين الإشباعات المتحققة لهم.

جدول ( 18 )

نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى

وبين الاشباعات المتحققة لهم

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| دوافع الاستخدام | الاشباعات المتحققة | | اتجاه العلاقة | الدلالة |
| العدد | معامل الارتباط R | موجبة | دالة عند 0.05 |
| 400 | 0.247\* |

تشير نتائج اختبار "بيرسون" فى الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين الاشباعات المتحققة لديهم منها حيث بلغت قيمة "R" = 0.247 وهى قيمة دالة إحصائياً مستوي دلالة = 0.05 مما يدل على صحة الفرض،

وبالتالى فقد ثبتت صحة الفرض الثانى الذى ينص على أنه: " توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين الإشباعات المتحققة لهم".

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معوقات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين مدى اكتسابهم لمهارات التواصل.

جدول (19 )

نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين معوقات التواصل عند استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين مدى اكتسابهم لمهارات التواصل

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| معوقات التواصل | اكتساب مهارات التواصل | | اتجاه العلاقة | الدلالة |
| العدد | معامل الارتباط R | سالبة | دالة عند 0.05 |
| 400 | - 0.261\* |

تشير نتائج اختبار "بيرسون" فى الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معوقات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين مدى اكتسابهم لمهارات التواصل حيث بلغت قيمة "R" = - 0. 0.261 وهى قيمة دالة إحصائياً عند 0.05 ، مما يثبت صحة الفرض.

وبالتالى فقد ثبتت صحة الفرض الثالث الذى ينص على أنه: "توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معوقات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وبين مدى اكتسابهم لمهارات التواصل"

مراجع الدراسة

أولا- المراجع العربية:

سلوى حسن البنا محمد ." مهارات التفاعل الاتصالى للفتاة المصرية فى بيئة الإعلام الجديد"، رسالة دكتوراه غير منشورة، ( جامعة عين شمس: كلية البنات، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، 2018).

سمر عبد الرءوف النادى بعنوان:"صورة الناشط السياسى كما تعكسها مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقتها بصورته الذهنية لدى المراهقين",رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2018).

ماطر عبد الله حمدى ."اعتماد الشباب الجامعى على مواقع التواصل الاجتماعى فى التزود بالمعلومات, دراسة مسحية بجامعة تبوك السعودية, رسالة ماجستير غير منشورة, (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام, 2018).

مروة محمد حسن عوض الخياري. تصميم برنامج تدريبي قائم على التطبيقات التفاعلية ومصادر التعلم مفتوحة المصدر لتنمية مهارات إنتاج برمجيات الواقع الإفتراضي لدى طلاب الدراسات العليا، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية التربية، قسم تكنولوجيا التعليم، 2017).

ثانيا- المراجع الأجنبية:

Reddick, C., Chatfiled, A. T., & Brajawidagda, U, Increasing Policy Success through the Use of Social Media Cross-Channels for Citizen Political Engagement. In Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences,. (2018), January.

[Tyler Steven](http://search.proquest.com/pqdtft/indexinglinkhandler/sng/au/Jones,+Tyler+Steven/$N?accountid=37552) Jones: “Uncovering the relationship between citizen journalism and development of skills communication”, MA, (The University of Alabama, 2016).

1. **(**\***) تراوح مدى المتوسط الحسابى لكل عبارة بين (صفر إلى درجتان) وعليه تم تحديد اتجاه المبحوث في كل عبارة بناء على التصنيف التالى :- دائماً ( متوسط أكبر من 1.32درجة) ، أحياناً بمتوسط (أكبر من 0.66 درجة وحتى 1.32 درجة) ، لا (متوسط أقل من 0.66 درجة).** [↑](#footnote-ref-1)
2. **(**\***) تراوح مدى المتوسط الحسابى لكل عبارة بين (صفر إلى درجتان) وعليه تم تحديد اتجاه المبحوث في كل عبارة بناء على التصنيف التالى :- دائماً ( متوسط أكبر من 1.32درجة) ، أحياناً بمتوسط (أكبر من 0.66 درجة وحتى 1.32 درجة) ، لا (متوسط أقل من 0.66 درجة).** [↑](#footnote-ref-2)
3. **(**\***) تراوح مدى المتوسط الحسابى لكل عبارة بين (صفر إلى درجتان) وعليه تم تحديد اتجاه المبحوث في كل عبارة بناء على التصنيف التالى :- دائماً ( متوسط أكبر من 1.32درجة) ، أحياناً بمتوسط (أكبر من 0.66 درجة وحتى 1.32 درجة) ، لا (متوسط أقل من 0.66 درجة).** [↑](#footnote-ref-3)
4. **(\*) تراوح مدى المتوسط الحسابى لكل عبارة بين (درجة إلى ثلاث درجان) وعليه تم تحديد اتجاه المبحوث في كل عبارة بناء على التصنيف التالى:- موافق ( متوسط أكبر من درجتان) ، محايد (متوسط أكبر من درجة وحتى درجتان) ، معارض (متوسط من درجة واحدة فأقل).** [↑](#footnote-ref-4)
5. **(\*) تراوح مدى المتوسط الحسابى لكل عبارة بين (درجة إلى ثلاث درجان) وعليه تم تحديد اتجاه المبحوث في كل عبارة بناء على التصنيف التالى:- موافق ( متوسط أكبر من درجتان) ، محايد (متوسط أكبر من درجة وحتى درجتان) ، معارض (متوسط من درجة واحدة فأقل).** [↑](#footnote-ref-5)