

استخدامات وسائل الإعلام الرقمي وعلاقتها بتنمية المهارات الإعلامية

طلبة كليات الإعلام في الجامعات العراقية

أ.م.د. ليث عبدالستار عيادة الهبي

كلية التربية الأساسية / جامعة ديالى

basichist24te@uodiyala.edu.iq

مستخلص:

تتحدد مشكلة البحث في تحديد مدى تأثير استخدام طلبة كليات الإعلام لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية، وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي الكمي مستخدماً استمارة الاستبيان عبر شبكة الانترنت (الاستبيان الالكتروني) كأداة لجمع البيانات من عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من طلبة كليات الإعلام في جمهورية العراق الذين يستخدمون أو يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمي من مختلف المستويات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، كما استند الباحث في الاطار النظري للبحث على مدخل الاستخدامات والتأثيرات.

وتوصل البحث الى جملة من النتائج أبرزها: إن الغالبية العظمى من طلبة كليات الإعلام (عينة البحث) بنسبة (٩٣,٥%) دائماً ما يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي، وأن غالبية طلبة كليات الإعلام يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمي بدرجة كبيرة حيث بلغت نسبتهم (٦٠,٢%). فضلاً عن إن الهاتف الذكي قد احتل الصدارة من حيث الأجهزة الرقمية التي يفضل طلبة كليات الإعلام التصفح من خلالها على وسائل الإعلام الرقمي بنسبة (٩٩%). وأن غالبية طلبة كليات الإعلام (عينة البحث) لديهم اسباب بدرجة مرتفعة تدفعهم لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (٦٧,٣%)، ودائماً ما يقومون بالتفاعل مع زملائهم عبر وسائل الإعلام الرقمي حيث كانت نسبتهم (٧٦%)، ويتقنون بدرجة متوسطة في المعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (٦٦%).

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام الرقمي، الإعلام الرقمي، مدخل الاستخدامات والتأثيرات، المهارات الإعلامية

**Uses of Digital Media and Its Relationship to the
Development of Media Skills for Students of Media
Colleges in Iraqi Universities**

Assistant Prof. Dr. Laith Abdul Sattar Ayadah Al-Laheibi

College of Basic Education / University of Diyala

Abstract:

The research problem is defined by determining the extent to which media college students' use of digital media contributes to the development of their media skills. In this study, the researcher employed a quantitative survey method, using an online questionnaire as a data collection tool. The sample consisted of 400 purposively selected students from media colleges across the Republic of Iraq who use or rely on digital media, representing various social, cultural, and economic backgrounds. The theoretical framework of the study is based on the "Uses and Effects" approach.

The study reached several key findings, most notably: the vast majority of media college students (93.5% of the sample) always use digital media. Furthermore, a significant proportion of the students (60.2%) heavily rely on digital media. The smartphone ranked highest among the digital devices preferred by students for browsing digital media, with a usage

rate of 99%. Additionally, a large percentage of students (67.3%) reported having strong motivations for using digital media. A high proportion (76%) regularly interact with their peers through digital media, and 66% of them have a moderate level of trust in the information published on these platforms.

Keywords: Digital media, digital communication, uses and effects approach, media skills

مقدمة:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، عن طريق انتشار شبكة الانترنت في كافة أرجاء العالم، وربط اجزاء هذا العالم المترامية بفضاءها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والافكار والرغبات، وأفاد كل متصفح لهذه شبكة من الوسائط المتعددة المتاحة من خلالها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الافراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الالكترونية، والمدونات الشخصية ومواقع المحادثة، التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعاً من التواصل بين اصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين انفسهم من جهة اخرى.

واصبح العالم يعيش في القرن الواحد والعشرين عصر الإعلام الرقمي المعلوماتي حيث يعتمد على التكنولوجيا التي توفر المعلومات اكثر من الصور المرئية، واقل من المصادر المطبوعة، واصبحت وسائل الإعلام الرقمية والاتصالات عبر الانترنت اكثر انتشاراً، خاصة في حياة الشباب فهم يتواصلون ويتشاركون بالنص مع اصدقائهم من خلال هواتفهم الخلوية، والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع تبادل ملفات الفيديو، ومشاهدة أحدث الفيديوهات على موقع اليوتيوب.

وتكمن أهمية الاعلام الرقمي ووسائله في سرعة التواصل مع الآخرين عبر شبكاته المتنوعة، فضلاً عن طبيعة عرض المعلومات سواء من خلال الصورة او الصوت او الفيديو او اي وسيلة اخرى من وسائل الوسائط المتعددة، مما نمى شعبيتها في الآونة الاخيرة، حيث استطاعت التأثير على فئات متنوعة من مستخدميها، كما استطاعت أن تغطي احداثاً كثيرة سواء في المجالات الاجتماعية او التعليمية او السياسية او الاقتصادية او اي مجالات اخرى، وقد اصبحنا في وقتنا الحاضر ليس فقط مستخدمين لوسائل الاعلام الرقمي، وانما مغذيين لها واشخاص مؤثرين فيها بالأحداث المحيطة بنا.

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

اما على الصعيد الأكاديمي، فيمكن للإعلام الرقمي ووسائله ان يساعد الطلبة في مجالات التنمية الذاتية والابداع وتعزيز المعرفة وتبادل المعلومات وزيادة مهارات التقنية لديهم، ومن هنا جاءت هذه الفكرة للباحث في هذا البحث والتي تركزت حول (الدور الذي يقوم فيه الإعلام الرقمي بوسائله في تنمية المهارات الإعلامية لدى طلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية).

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

تتحدد مشكلة البحث الحالي في (مدى تأثير استخدام طلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية)، وسيتم ذلك من خلال رصد معدلات استخدام واعتماد طلبة كليات الاعلام في جمهورية العراق على وسائل الاعلام الرقمي، ودوافع هذا الاستخدام، ومعرفة طريقة

استخدامهم لهذه الوسائل، وبرز وسائل الاعلام 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 الاعلام الاخرى، ورصد تقييمهم لوسائل الاعلام الرقمية من حيث الايجابيات والسلبيات، واخيراً الكشف عن التأثيرات الناتجة عن استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الاعلامية.

ثانياً: تساؤلات البحث:

١. ما معدلات استخدام واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في الجامعات العراقية على وسائل الاعلام الرقمي، وما دوافع هذا الاستخدام؟
٢. ما طريقة استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في الجامعات العراقية لوسائل الاعلام الرقمي، وما ابرز وسائل الاعلام الرقمي التي يفضلون استخدامها؟
٣. ما النشاطات التي يقوم بها طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في الجامعات العراقية عند استخدام وسائل الاعلام الرقمي؟
٤. ما مدى ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في الجامعات العراقية بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي؟
٥. ما مدى تأثير استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في الجامعات العراقية لوسائل الاعلام الرقمي على استخدامهم لوسائل الاعلام الاخرى؟
٦. ما تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في الجامعات العراقية لوسائل الاعلام الرقمي من حيث (الاييجابيات - والسلبيات)؟
٧. ما التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في الجامعات العراقية لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الاعلامية؟
٨. ما السمات الديموغرافية لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) الذين يستخدمون او يعتمدون على وسائل الاعلام الرقمي؟

ثالثاً: فروض البحث:

- الفرض الاول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدلات استخدام واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في الجامعات العراقية على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة عن تنمية مهاراتهم الاعلامية.
- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مدى ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في الجامعات العراقية بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية.
- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في الجامعات العراقية لوسائل الاعلام الرقمي من حيث (الايجابيات- والسلبيات) والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية.
- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي.

رابعاً: أهداف البحث:

يسعى البحث الى تحقيق هدف رئيس وهو (تحديد مدى تأثير استخدام طلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الاعلامية)، وينبثق من هذا الهدف عدد من الاهداف الفرعية يمكن اجمالها على النحو التالي:

١. رصد معدلات استخدام واعتماد طلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية على وسائل الاعلام الرقمي، ودوافع هذا الاستخدام.

٢. قياس درجة ثقة طلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية في المعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي ومدى تأثير استخدامهم لهذه الوسائل على استخدامهم لوسائل اعلام اخرى.
٣. معرفة تقييم طلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية لوسائل الاعلام الرقمية في جمهورية العراق من حيث الايجابيات والسلبيات.
٤. الكشف عن التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية لوسائل الاعلام الرقمي في جمهورية العراق على تنمية مهاراتهم الاعلامية.

خامساً: أهمية البحث:

تكمن اهمية البحث في انه يدخل ضمن البحوث التي تتناول دور التطور التكنولوجي في تنمية المهارات الاعلامية ولهذا تتبع اهمية البحث من عدة نقاط اهمها ما يلي:

١. فتح الآفاق امام طلبة الجامعات العراقية عند استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال لمجالات اخرى جديدة تفي بمتطلبات الحياة ومواجهتهم لتحديات المستقبل التي ستواجههم فيما يخص العمل بمجال الاعلام.
٢. يقدم هذا البحث للأكاديميين والعاملين والمختصين في مجال الاعلام الرقمي بحاجة طلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية ودوافعهم المتصلة باستخدام تكنولوجيا الاعلام الرقمي ووسائله لتحسين برامج الخدمة المقدمة اليهم وفقاً للدراسة الميدانية.
٣. تسليط الضوء على اهمية استخدام وسائل الاعلام الرقمي التي تعزز من قدرات الطلبة بشكل عام وطلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية بشكل خاص في تعلم المهارات المتنوعة بشكل عام والمهارات الاعلامية بشكل خاص.

سادساً: دراسات سابقة:

تعد مراجعة الدراسات السابقة والأبحاث العلمية لموضوع البحث من المراحل المهمة والأساسية التي يتحتم القيام بها، وذلك لدورها في تعميق موضوع البحث وإضافة أبعاد جديدة بما يساعد على معرفة البحوث التي تناولت متغيرات البحث ويحدد الإضافة المعرفية التي سيضيفها البحث في الموضوع الذي سيتناوله، ومن خلال رصد بعض من ابرز الأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث سوف تتم المراجعة على محور واحد بعنوان الدراسات التي تناولت علاقة الاعلام الرقمي او احد وسائله بتنمية المهارات وعلى النحو الآتي(*)

• دراسة سوزان يوسف احمد القليني، وآخرون (٢٠٢٢)

تسعى الدراسة الى الكشف عن العلاقة بين التعرض للمضامين على احد وسائل الاعلام الرقمي وتنمية المهارات لدى الجمهور، وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لمضامين التنمية البشرية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك- يوتيوب) وبين درجاتهم على مقياس المهارات الاجتماعية. (القليني، سوزان؛، ٢٠٢٢: ٢٦٩-٣٢٦)

• دراسة Svitlana Mykytiuk, et.al (2022)

تسعى الدراسة للكشف عن دور الاعلام الرقمي او احد وسائله في تنمية المهارات المختلفة لدى الجمهور، فقد بينت الدراسة ان درجات التحصيل كانت اعلى للمجموعة التجريبية مقارنة بالمجموعة الضابطة من حيث توسيع المفردات، وزيادة الالامام بقواعد اللغة الانكليزية وتطوير المهارات التفاعلية وادارة الخطاب والنطق، مما يؤكد على

(*) ستفاوتت طريقة عرض كل دراسة وفقاً لدرجة الاستفادة منها على المستويين النظري والمنهجي، وقد فضل الباحث أن يربط بين الدراسات على اساس أهميتها الموضوعية، واعتمد أسلوب عرض الدراسات حسب التتبع الزمني من الأحدث إلى الأقدم وهو أحد الأساليب المتبعة في مناهج البحث العلمي.

الدور الفعال الذي يقوم به الفيسبوك في تنمية مهارات التحدث باللغة الانكليزية.
(Mykytiuk, Svitlana; , 2022: 109-133)

• دراسة فهد بن سليم سالم الحافظي، (٢٠٢١)

تسعى الدراسة للكشف عن العلاقة بين حجم الدعم الالكتروني وتنمية المهارات لدى الجمهور، فقد بينت الدراسة وجود تأثير كبير للدعم الالكتروني في تنمية الجوانب المعرفية والادائية لمهارات البرمجة. (الحافظي، فهد؛، ٢٠٢١: ٦٩-٨٥)

• دراسة صفا محمود عثمان، (٢٠٢١)

تسعى الدراسة للكشف عن انشطة الجمهور المستخدمة على الاعلام الرقمي او احد وسائله، فقد بينت الدراسة تحقق القدرة على التواصل مع الاخرين وسهولة التعبير عن وجهة نظرهم عبر موقع الانستجرام . (عثمان، صفا؛، ٢٠٢١: ٤٢٣-٤٧٧)

• دراسة الصديق عبدالصديق البدوي بلة، أميرة عبدالحى حسن درار، (٢٠٢١)

تسعى الدراسة للكشف عن مستوى الفروق المعنوية لدى الجمهور في تنمية المهارات، فقد توصلت الدراسة الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الطلاب في اختبار قياس مهارات الخط العربي (الوضوح، التناسق، الجمال) في الامتحان البعدي بين المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة لصالح المجموعة التجريبية.
(بلة، الصديق، درار، أميرة؛، ٢٠٢١: ١٤٩-١٧٤)

• دراسة سلوى يحيى محمد الحداد، (٢٠٢٠)

تسعى الدراسة للكشف عن مستوى الفروق المعنوية لدى الجمهور في تنمية المهارات، فقد توصلت الدراسة الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الحياتية لدى الطلبة وفقاً لمتغير الجنس او التخصص او المستوى الدراسي. (الحداد، سلوى؛، ٢٠٢٠: ٦٥-٩٣)

- **دراسة سليمان احمد سليمان حرب، اسماعيل عمر علي حسونة، (٢٠٢٠)**
تسعى الدراسة للكشف عن دور الاعلام الرقمي او احد وسائله في تنمية المهارات المختلفة لدى الجمهور، وقد بينت الدراسة وجود فرق دال احصائياً بين القياسين القبلي والبعدي ولصالح التطبيق البعدي، مما يؤكد على فاعلية وكفاءة قناة التدريب عبر قناة يوتيوب في تنمية مهارات تصميم المقياس الالكتروني لدى طالبات كلية التربية في جامعة الاقصى بغزة. (حرب، سليمان، حسونة، اسماعيل؛، ٢٠٢٠: ٢٤٦-٢٠٩)

• **دراسة (2020) Mohamed Elzomor, et.al**

تسعى الدراسة للكشف عن دور الاعلام الرقمي او احد وسائله في تنمية المهارات المختلفة لدى الجمهور، وقد كشفت الدراسة عن فعالية منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز المهارات وزيادة المشاركة والاهتمام المستمر بدورات ادارة البناء، كما انها اوضحت ان تكامل منصات التواصل الاجتماعي تؤدي الى احداث تأثير ايجابي على الطلاب والذي اصبح ممكناً من خلال التعرض الواقعي لقضايا تعليم البناء. (Elzomor, Mohamed, et.al; 2020)

• **دراسة حليلة علي محمد الوشاح، (٢٠٢٠)**

تسعى الدراسة للكشف عن دور الاعلام الرقمي او احد وسائله في تنمية المهارات المختلفة لدى الجمهور، وقد بينت الدراسة الى وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) 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. (الوشاح، حليلة؛، ٢٠٢٠)

• **دراسة (2020) Tamalika Bhowmick, Shuvankar Madhu**

تسعى الدراسة للكشف عن دور الاعلام الرقمي او احد وسائله في تنمية المهارات المختلفة لدى الجمهور، فقد افادت الدراسة بأن معظم الابحاث الاولية في

هذا المجال اشارت الى ان مواقع التواصل الاجتماعي لها في الغالب تأثيرات ايجابية 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.

(Bhowmick, Tamalika, Madhu Shuvankar;, 2020: 1068-1075)

• دراسة الامير صحصاح فايز فراج، هبة محمد فهمي العطار (٢٠١٩)

تسعى الدراسة للكشف عن العلاقة بين استخدام الجمهور لاجد وسائل الاعلام الرقمي وتنمية المهارات لدى الجمهور، فقد بينت الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وتنمية المهارات الاتصالية لديهم. (فراج، الامير، العطار، هبة، ٢٠١٩: ١٧٠-٢٢٥)

• دراسة Niken Dwiretno Galuh Agrikaltarini, et.al (2019)

تسعى الدراسة للكشف عن دور الاعلام الرقمي او احد وسائله في تنمية المهارات المختلفة لدى الجمهور، فقد اكدت الدراسة على تطوير الطلاب لمهاراتهم التحليلية من خلال نشاطهم في دراسة وفحص الكتابات القصصية لاقرائهم المنشورة على الانستجرام وميزة التعليق او التعقيب الخاص بأقرائهم على الانستجرام. (Agrikaltarini, Niken:, 2019: 45-60)

• دراسة أمل جودة محمد (٢٠١٨)

تسعى الدراسة للكشف عن دور الاعلام الرقمي او احد وسائله في تنمية المهارات المختلفة لدى الجمهور، فقد بينت الدراسة فاعلية استراتيجية التعلم الالكتروني (الفردى والجماعى) القائمتان على استخدام الخرائط الذهنية الرقمية في تنمية معارف الطلاب لمهارات البحث في بنك المعرفة المصري، وافضلية استراتيجية

التعلم الفردي القائم على الخرائط الذهنية الرقمية في تنمية مهارات البحث للطلاب في بنك المعرفة. (محمد، امل؛، ٢٠١٨: ٩٥-١٦١)

• دراسة (2018) Ni Made Anggi Arlina Putri

تسعى الدراسة للكشف عن دور الاعلام الرقمي او احد وسائله في تنمية المهارات المختلفة لدى الجمهور، فقد بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي زودت الطلاب بعملية تعلم افضل من خلال مجموعة متنوعة من موارد الوسائط المتعددة التي تعزز استراتيجيات التعلم المستقل وتحسن من تحصيلهم للكتابة باللغة الانجليزية. (Putri, Ni Made;., 2018: 140-145)

• دراسة سلامة عبدالعزيز السيد الخولي (٢٠١٨)

تسعى الدراسة للكشف عن مستوى الفروق المعنوية لدى الجمهور في تنمية المهارات، فقد بينت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية لصالح التطبيق البعدي لادوات البحث، في تنمية مهارات التفكير الابداعي ومهارات التعلم التشاركي. (الخولي، سلامة؛، ٢٠١٨: ٥٢١-٥٥٠)

التعليق على الدراسات السابقة والاستفادة منها:

تمحورت الدراسات السابقة نحو دور وسائل الاعلام الرقمي في تنمية المهارات المختلفة لدى الجمهور، وقد استعرضت هذا المحور هذه النوعية من الدراسات حيث دور مواقع التواصل الاجتماعي او احد وسائلها في تنمية اي مهارة لدى الجمهور، ولكن أغلبية الدراسات وخصوصاً الدراسات الاجنبية اقتصرت على المهارات الخاصة بالقراءة والتحدث والكتابة باللغة الانكليزية، اما عن باقي 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 الاعلام الرقمي في تنمية مهارات الجمهور بشكل عام والمهارات الاعلامية لطلاب الاعلام بشكل خاص وفي ظل تأثيرات تعرضهم لها بشكل مستمر بحكم الدراسات الاكاديمية لهم في المرتبة الاولى والحياة الاجتماعية الخاصة بهم في المرتبة الثانية،

وهذا ما سيقوم به الباحث في هذا البحث نظراً لأهمية الموضوع من حيث ان فئة الشباب باعتبارهم شريحة هامة وقطاعاً فاعلاً في المجتمع، وإقبالهم على استخدام وسائل الاعلام الرقمي المختلفة لاستقصاء المعلومات منها، وما يتضمن ذلك من مخاطر خصوصاً وسائل الاعلام الرقمي سلاح ذو حدين فكما توجد لها تأثيرات ايجابية على الفرد لها ايضاً تأثيرات سلبية وهذا ما سيقوم به الباحث بتناوله في هذا البحث.

سابعاً: نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية ويعتمد على المنهج المسحي الكمي، فالمسح ينصب على دراسة اشياء موجودة بالفعل وقت اجراء البحث، في مكان معين وزمان معين، بما يساعد على فهمها او اصدار الاحكام بشأنها، وقد تم اعتماد المسح الوصفي التفسيري في البحث الحالي.

ثامناً: أدوات البحث:

استخدم الباحث استمارة الاستبيان عبر الانترنت (الاستبيان الالكتروني) كأداة لجمع البيانات، باعتبار ان الاستبيان احد الاساليب التي تستخدم في جمع بيانات مباشرة من العينة المختارة، وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الاسئلة المحددة، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة او وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم او الدوافع والمؤثرات التي تدفعهم الى تصرفات سلوكية معينة.

وللتأكد من مدى صلاحية هذه الاداة في جمع بيانات البحث قام الباحث باختبار صدق مقياس البحث، حيث اعتمد الباحث على الصدق الظاهري لقياس مدى صدق اداة جمع البيانات (الاستبيان الالكتروني) لمعرفة ما اذا كانت الاداة تقيس ما ينبغي ان تقيسه وذلك من خلال الفحص المدقق لكل بند / سؤال والتأكد من ان البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسه في اطار الموضوع الاساسي.

كما قام الباحث بعرض الاستمارة على عدد من المحكمين والمتخصصين في مجال الاعلام والعلاقات العامة والاعلان (*) للتحقق من صدق الاداة ومدى صلاحيتها لتحقيق اهداف البحث الميدانية واختبار فروضه، وقد قام السادة المحكمون بتعديل الاستمارة وصياغة الاسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم الاساتذة المحكمين، وتم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

وقد تم اجراء اختبار الثبات ايضاً من خلال اعادة تطبيق استمارة الاستبيان الخاصة بطلبة الاعلام على (٤٠) مفردة من المبحوثين انفسهم بواقع (١٠%) من اجمالي حجم العينة وتم حساب الثبات باستخدام معامل (ارتباط بيرسون) بين التطبيقين (القياسين الاول والثاني) حيث بلغت قيمته (٠,٨٧٥) وهي نسبة ثبات مرتفعة في اسئلة المقاييس.

* تم ترتيب اسماء السادة المحكمين حسب الحروف الأبجدية

- أ.د. أحمد عرابي حسين الترك - تخصص إعلام صحافة - قسم الصحافة والإعلام - كلية الآداب - الجامعة الإسلامية بغزة - فلسطين.
- أ.د. رائد حسين عباس الملا - تخصص إعلام جماهيري - كلية التربية الأساسية - الجامعة المستنصرية.
- أ.د. سعد سلمان عبدالله - تخصص إعلام صحافة - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة تكريت.
- أ.د. شريف درويش اللبان - تخصص إعلام صحافة - رئيس قسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- أ.د. عادل خليل مهدي الزبيدي - تخصص إعلام صحافة - قسم الصحافة - جامعة أهل البيت.
- أ.د. فريد صالح فياض - تخصص إعلام صحافة - رئيس قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة تكريت.
- أ.د. ماجد سالم تربران - تخصص صحافة وتكنولوجيا اتصال - قسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة الأقصى غزة.

• مجتمع البحث: يتمثل مجتمع البحث في طلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية بجمهورية العراق .

• عينة البحث: تمثلت عينة البحث الميدانية في (٤٠٠) مفردة من طلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية الذين يستخدمون او يعتمدون على وسائل الاعلام الرقمي من مختلف المستويات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وقد تم اختيار هذه العينة بشكل عمدي، فهي عينة عمدية اي ان العينة قد تم اختيارها بناءً على مواصفات معينة حددها البحث.

(علام، ٢٠١٢: ١٧٣)

وهناك مجموعة من المبررات التي تم على اساسها اختيار عينة البحث الميدانية وهي كالتالي:

- انهم يستخدمون او يعتمدون على وسائل الاعلام الرقمي.
- انهم من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، وبالتالي سيتعرف الباحث إذا كان اخلا العواامل الديموغرافية له تأثير ام لا.

المبحث الثاني: الاطار النظري

(مدخل الاستخدامات والتأثيرات)

يستند هذا البحث في اطاره النظري الى مدخل الاستخدامات والتأثيرات، في كيفية انتقاء افراد الجمهور للوسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقاً لاحتياجاتهم الخاصة، وانهم يقومون باختيارات واعية من المحتوى الاتصالي وينتقون ما يشاهدونه مما ساهم في خلق تنوع في التأثيرات الاتصالية التي تستند الى حاجة افراد الجمهور بشكل اساسي. (مكاوي، السيد، ٢٠٠٤: ٢٤٢)

مؤكداً على انه تحت ظروف معينة وضمن اطر مشاهدة محددة، فان عملية المشاهدة قد تختلف، وبالتالي فان تأثيراتها ستكون مختلفة، خاصة طبقاً لمتغير ثالث مختلف في طبيعته الا وهو متغير نشاط الجمهور (Rouner, 1984: 168-174)

وقد قام مدخل الاستخدامات والتأثيرات بتغيير الطرق التقليدية للتفكير في التالسيد، الاتصالية من خلال دراسته لكيفية استقبال الجمهور للرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقاً لاحتياجاتهم الخاصة. (Eldridge; et.al, 1997: 126)

ويحاول الاتجاه الحديث في البحوث الاعلامية المزج بين الاستخدامات والتأثيرات مفترضاً ان افراد الجمهور يبحثون عن وسائل الاتصال للحصول على معلومات معينة، وبحصولهم عليها فإنهم يبدأون في التصرف بطريقة معينة بناءً على هذه المعلومات، ثم يرجعون للوسيلة للحصول على المزيد منها، وهكذا تستمر العملية (Lorimer, Scannell; , 1994: 162)

ومدخل الاستخدامات والتأثيرات لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل والتأثيرات الاتصالية، ولكنه يفترض بدلاً من ذلك ان افراد الجمهور يضعون الرسائل الاتصالية موضوع الاستخدام، وان مثل هذه الاستخدامات تعمل كمتغيرات وسيطة في عملية التأثير. (Littlejohn, Foss; , 2010: 223)

حيث توجد قائمة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تتوسط تأثيرات السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور، فعندما يشاهد شخص ما مضموناً اتصالياً معيناً، فإن ردود فعله او استجاباته لهذا المضمون تعتمد على شخصية الفرد وظروفه الاجتماعية والمواقف النفسية السابقة التي مر بها، كما ان المشاهد يجب ان يولي أولاً انتباهاً للرسائل الاتصالية حتى يتأثر بها او تؤثر هي عليه، وتعد الخيارات الشخصية والاختلافات الفردية مؤثرات قوية تتوسط كل من انماط ونتائج او تأثيرات استخدام وسائل الاتصال، وينتج عن افتقاد المبادرة الفردية الكافية من قبل افراد الجمهور في تعاملهم مع وسائل الاتصال تأثيرات قوية للرسائل الاتصالية عليهم، وبالتالي حاول الباحثون تحليل كيف ان الخلفيات والدوافع ومستويات التعرض المختلفة لأفراد الجمهور تؤثر على النتائج او التأثيرات المختلفة للتعرض.

(Bryant, et.al; , 2012: 130-133)

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

- النموذج الاجرائي: وهو الذي وضعه العالمان (ماكلويد وبيكر) عام ١٩٧٤.
- نموذج توقع القيمة: وهو الذي وضعه العالمان (بالمجرين وراييون) عام ١٩٨٥.

- نموذج الاستخدامات والاعتماد: وهو الذي قدمه العالمان (روبين وويندال) عام ١٩٨٦.

- نموذج البحث عن الاشباكات ونشاط الجمهور: وهو الذي وضعه كلاً من

(روبين وبيرس) عام ١٩٨٧. (Eldridge; 1997: 126)

وقد اقترح مدخل الاستخدامات والتأثيرات انه يجب ان يتم الربط بين استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال والتأثيرات الناتجة عن القرارات والسلوكيات الفردية لأفراد الجمهور تجاه هذه الوسائل ومضامينها المختلفة، على الوضع في الاعتبار ايضاً العوامل الخاصة بالمضمون وما يقدم من خلاله، فمن غير الممكن الاجابة عليها التساؤلات الخاصة بالدوافع الشخصية لأفراد الجمهور دون الرجوع الى وسائل الاتصال وما تقدمه من مضامين. (McQuail, Deuze; 2020: 384)

وقد استخدم الباحث مدخل الاستخدامات والتأثيرات بهدف رصد معدلات استخدام واعتماد طلبة كليات الاعلام في الجامعات العراقية على وسائل الاعلام الرقمي، ودوافع هذا الاستخدام، ومعرفة طريقة استخدامهم لهذه الوسائل، وابرز وسائل الاعلام 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 الاعلام الاخرى، ورصد تقييمهم لوسائل الاعلام الرقمية من حيث (الايجابيات، والسلبيات)

وأخيراً الكشف عن التأثيرات الناتجة عن استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الاعلامية.

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية

وقد وزعت عينة البحث من حيث الخصائص الديموغرافية للمبحوثين على النحو المبين بالجدول التالي:

جدول (١) خصائص عينة البحث

البيانات الشخصية	تكرار	%
النوع	ذكر	٦٣
	انثى	٣٧
	المجموع	١٠٠
المرحلة الدراسية	الاولى	١٩
	الثانية	٩,٨
	الثالثة	٩,٢
	الرابعة	٦٢
	المجموع	١٠٠
متوسط دخل الاسرة	أقل من ٢٥٠٠٠٠٠ الف دينار	١٦,٥
	من ٢٥٠٠٠٠٠ الى ١٠٠٠٠٠٠٠ مليون دينار	٣٧,٥
	اكثر من ١٠٠٠٠٠٠٠ مليون دينار	٤٦
	المجموع	١٠٠
نوع السكن	بيت	٦٣,٨
	بيت في حي راقى	١٣
	بيت في حي متوسط	١٨,٢

٥	٢٠	بيت في حي شعبي	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
١٠٠	٤٠٠	المجموع	
١٤,٣	٥٧	منخفض	
٣٢,٧	١٣١	متوسط	
٥٣	٢١٢	مرتفع	
١٠٠	٤٠٠	المجموع	

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

- من حيث النوع: بلغت نسبة الذكور ضمن عينة البحث (٦٣%)، بينما بلغت نسبة الاناث (٣٧%) من اجمالي عينة البحث.
- من حيث المرحلة الدراسية: كانت غالبية المبحوثين من طلاب المرحلة الرابعة بنسبة (٦٢%)، تلتها نسبة المبحوثين من طلاب المرحلة الاولى (١٩%)، ومن ثم ظهرت نسبة (٩,٨%) في المرتبة الثالثة للمبحوثين من طلاب المرحلة الثانية، أخيراً نجد أن نسبة المبحوثين من طلاب المرحلة الثالثة (٩,٢%) من اجمالي عينة البحث.
- من حيث متوسط الدخل للأسرة: كانت غالبية المبحوثين بنسبة (٣٧,٥%) من ذوي متوسط الدخل (من ٢٥٠٠٠٠ الى ١٠٠٠٠٠٠ مليون دينار) بينما بلغت نسبة المبحوثين من ذوي الدخل المرتفع (اكثر من ١٠٠٠٠٠٠ مليون دينار) (٤٦%)، واخيراً نجد نسبة المبحوثين من ذوي الدخل المنخفض (اقل من ٢٥٠٠٠٠ الف دينار) (١٦,٥%) من اجمالي عينة البحث.
- من حيث متوسط نوع السكن: كانت غالبية المبحوثين يقيمون في بيت حيث كانت نسبتهم (٦٣,٨%)، في حين بلغ نسبة المبحوثين الذين يقيمون في بيت بحي متوسط (١٨,٢%)، بينما كانت نسبة المبحوثين الذين يقيمون في

بيت بحي راقي (١٣%)، وأخيراً كانت نسبة المبحوثين المقيمين في بيت بحي شعبي (٥%) من إجمالي عينة البحث.

- من حيث المستوى الاقتصادي الاجتماعي: كانت غالبية المبحوثين بنسبة (٥٣%) ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط (٣٢,٧%)، على حين بلغت نسبة المبحوثين ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض (١٤,٣%) من إجمالي العينة.

المعالجات الإحصائية للبيانات:

١. 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 : $(\text{المتوسط الحسابي} \times 100) \div$ الدرجة العظمى للعبارة.
٢. الاختبارات الإحصائية: وقد تضمنت هذه الاختبارات ما يلي:
 - اختبار (ت) للمجموعة المستقلة (Independent-Samples T-Test)
 - كا^٢ (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
٣. معاملات الارتباط Correlation : وقد اشتملت على ما يلي:
 - معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

وقد قام الباحث بالاستعانة ببرنامج التحليل الاحصائي (SPSS) وذلك لتحليل بيانات البحث الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في البحث الحالي في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الاحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) فأكثر، اي عند مستوى معنوية (٠,٠٥) فأقل.

جدول (٢) يوضح مدى استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل

الاعلام الرقمي

مدى الاستخدام	التكرار	%
دائماً	٣٧٤	٩٣,٥
احياناً	٢٠	٥
نادراً	٦	١,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

تبين بيانات جدول (٢) بأن الغالبية العظمى من طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بنسبة (٩٣,٥%) دائماً ما يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي، ويمكن ارجاع ذلك لان وسائل الاعلام الرقمي هيأت لمستخدميها خاصتاً الشباب عالماً خاصاً بهم، خصوصاً بعد الجيل الرابع من الهواتف الذكية، على حين يتعرض لها احياناً نسبة (٥%)، بينما بلغ عدد المبحوثين الذين يستخدمون نادراً وسائل الاعلام الرقمي (٦) مبحوثاً اي بنسبة (١,٥%) من اجمالي المبحوثين ويمكننا ارجاع ذلك الى ان هذه الوسائل قدمت لطلبة كليات الاعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والافكار، واسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح اكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الاعلام المختلفة في نقل الاحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة، كما اتاحت وسائل الاعلام الرقمي فرصاً لهم لابرار ذاتهم وخبراتهم والتعبير عن وجهات نظرهم في الاحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الاخرى،

والتعبير عن آرائهم في الاحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية وكفلت لهم حرية التعبير .

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول الى حد ما مع نتائج دراسة (صفا محمود عثمان، ٢٠٢١) والتي قد اشارت نتائجها الى ارتفاع تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع الانستجرام بشكل خاص خاصتاً الشباب من الجمهور الاماراتي.

جدول (٣) يوضح معدلات استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل

الاعلام الرقمي في الاسبوع

معدلات الاستخدام في الاسبوع	التكرار	%
يوميّاً	٣٣٢	٨٣
من اربعة الى ستة مرات في الاسبوع	٥٢	١٣
من مرتين الى ثلاث مرات في الاسبوع	١٦	٤
المجموع	٤٠٠	١٠٠

يتضح لنا من بيانات جدول (٣) ان غالبية المبحوثين يستخدمون يومياً وسائل الاعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (٨٣%)، ويمكننا ارجاع ذلك الى ان طلبة كليات الاعلام يستخدمون هذه الوسائل للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفي، كما انه يستخدمها بهدف الغرض الاكاديمي وذلك من خلال التعرف على اخر الاخبار والاحداث العالمية والمحلية التي تنمي مهاراتهم الاعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور ومن ثم اصبح طلبة كليات الاعلام يتبادلون وجهات النظر الثقافية والادبية والسياسية، كما ان هذه الوسائل تهيئ لمستخدميها خاصتاً الشباب عالماً خاصاً بهم خصوصاً بعد الجيل الرابع من الهواتف الذكية، بينما كانت نسبة من يستخدمونها من اربعة الى ستة مرات في الاسبوع (١٣%)، واخيراً نجد ان عدد المبحوثين الذين يستخدمون هذه الوسائل من مرتين الى ثلاث مرات في الاسبوع بلغ (١٦) مبحوثاً اي نسبة (٤%).

وتتفق نتائج هذا الجدول الى حد كبير مع نتائج الجدول رقم (٢) الذي يتناول مدى استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي، والذي قد افادت نتائجه بأن (٩٨,٥%) من طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي بشكل يتراوح ما بين دائماً واحياناً.

جدول (٤) يوضح معدلات استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي في اليوم الواحد

معدلات الاستخدام في اليوم الواحد	التكرار	%
ثلاث ساعات فأكثر	٢٩٥	٦٦,٢
من ساعة الى ثلاث ساعات في اليوم الواحد	١٠٨	٢٧
اقل من ساعة في اليوم الواحد	٢٧	٦,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠

تشير بيانات جدول (٤) الى ان غالبية المبحوثين يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي ثلاث ساعات فأكثر في اليوم الواحد حيث بلغت نسبتهم (٦٦,٢%)، ويمكن ارجاع ذلك نظراً لسهولة الاستخدام لهذه الوسائل للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفي ونشر الاخبار والآراء بشكل مكتوب او مسموع او مرئي ومتعدد الوسائط، بينما كانت نسبة من يستخدمون هذه الوسائل من ساعة الى ثلاث ساعات في اليوم الواحد (٢٧%)، واخيراً نجد ان عدد المبحوثين الذين يستخدمون هذه الوسائل اقل من ساعة في اليوم الواحد بلغ (٦,٨%)، ويمكن ارجاع ذلك لانتشار وسائل الاعلام الرقمي بشكل واسع جداً في المجتمع وسهولة استخدام خاصتها لطلبة كليات الاعلام، واعتمادهم بشكل كبير عليها للحصول على المعلومات في المجالات المختلفة، وذلك لسهولة الاستخدام والدردشة ولتفريغ الشحن العاطفي ونشر الاخبار والآراء بشكل مكتوب او مسموع او مرئي ومتعدد الوسائط. كما انهم يستخدمونها بهدف الغرض الأكاديمي وذلك من خلال التعرف على اخر الاخبار والاحداث

العالمية والمحلية التي تنمي مهاراتهم الاعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور، ومن ثم اصبح طلبة كليات الاعلام يتبادلون وجهات النظر الثقافية والادبية والسياسية، كما ان هذه الوسائل تهبيئ لمستخدميها خاصتاً الشباب عالماً خاصاً بهم، خصوصاً بعد الجيل الرابع من الهواتف الذكية.

وتتفق نتائج هذا الجدول الى حد كبير مع نتائج الجدول رقم (٢) الذي يتناول مدى استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي، والذي قد افادت نتائجه بأن (٩٨,٥%) من طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي بشكل يتراوح ما بين دائماً وحياناً.

جدول (٥) يوضح مدة استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي

مدة الاستخدام	التكرار	%
اكثر من سنتين	٣٦٤	٩١
من سنة الى سنتين	٢٢	٥,٥
اقل من سنة	١٤	٣,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

توضح بيانات هذا الجدول مدة استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي، فنجد ان المبحوثين الذين يستخدمونها منذ اكثر من سنتين احتلوا الصدارة بنسبة (٩١%)، بينما بلغت نسبة من استخدموا وسائل الاعلام الرقمي من سنة الى سنتين (٥,٥%)، واخيراً نجد نسبة (٣,٥%) والتي كانت للمبحوثين الذين كانوا يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي منذ اقل من سنة.

ويمكن ارجاع ذلك الى ان اغلبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) من طلبة المرحلة الرابعة والثالثة، وهذا ما قد أفادت به نتائج الجدول رقم (١) الذي استعرض خصائص عينة البحث والذي اوضح ان غالبية المبحوثين من طلبة الفرق

الرابعة بنسبة (٧٠,٥%) تلتها نسبة المبحوثين من طلبة المرحلة الاولى (١٩%)، ومن ثم ظهرت لنسبة (٩,٨%) في المرتبة الثالثة للمبحوثين من طلبة المرحلة الثانية، أخيراً نجد ان نسبة المبحوثين من طلبة المرحلة الثالثة (٩,٢%) من اجمالي عينة البحث.

جدول (٦) يوضح درجة اعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) على وسائل الاعلام الرقمي

درجة الاعتماد	التكرار	%
اعتمد بدرجة كبيرة	٢٤١	٦٠,٢
اعتمد بدرجة متوسطة	١٣٩	٣٤,٨
اعتمد بدرجة ضعيفة	٢٠	٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

تبين بيانات هذا الجدول ان غالبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يعتمدون على وسائل الاعلام الرقمي بدرجة كبيرة حيث بلغت نسبتهم (٦٠,٢%)، ويمكن ارجاع ذلك نظراً لسهولة الاستخدام والاعتماد على هذه الوسائل للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفي ونشر الاخبار والآراء بشكل مكتوب او مسموع او مرئي ومتعدد الوسائط، كما انهم اعتمدوا عليها بهدف الحصول على المعلومات في المجالات المختلفة، بينما كانت نسبة من يعتمدون على هذه الوسائل بدرجة متوسطة (٣٤,٨%)، وأخيراً نجد ان عدد المبحوثين الذين يعتمدون على هذه الوسائل بدرجة ضعيفة بلغ (٢٠) مبحوث فقط اي بنسبة (٥%)، لانتشار وسائل الاعلام الرقمي بشكل واسع جداً في المجتمع وسهولة الاستخدام خاصة لطلبة كليات الاعلام، واعتمادهم بشكل كبير عليها للحصول على المعلومات في المجالات المختلفة، وذلك لسهولة الاستخدام للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفي ونشر الاخبار والآراء بشكل مكتوب او مسموع او مرئي ومتعدد الوسائط. كما انهم يستخدمونها بهدف الغرض الأكاديمي وذلك من خلال التعرف على اخر الاخبار والاحداث العالمية والمحلية التي تنمي مهاراتهم

الاعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور، ومن ثم أصبح طلبة كليات الاعلام يتبادلون وجهات النظر الثقافية والادبية والسياسية، كما ان هذه الوسائل تهيئ لمستخدميها خاصتاً الشباب عالماً خاصاً بهم، خصوصاً بعد الجيل الرابع من الهواتف الذكية. وتتفق نتائج هذا الجدول الى حد كبير مع نتائج جدول (٥) والذي تناول مدة استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي والتي قد توصلت نتائجها الى ان المبحوثين الذين يستخدمونها منذ اكثر من سنتين احتلوا الصدارة بنسبة (٩١%)، بينما بلغت نسبة من استخدموا وسائل الاعلام الرقمي من سنة الى سنتين (٥٥،٥%)، واخيراً نجد نسبة (٣،٥%) والتي كانت للمبحوثين الذين كانوا يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي منذ اقل من سنة.

جدول (٧) يوضح الاجهزة الرقمية التي يفضل طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) التصفح من خلالها على وسائل الاعلام الرقمي

الاجهزة الرقمية	التكرار	%
الهاتف الذكي	٣٩٦	٩٩
الايباد	١٤٧	٣٦،٨
اللاب توب Laptop	١٤١	٣٥،٣
الحاسب الالي Computer	٥٣	١٣،٣

تفيد بيانات هذا الجدول بالاجهزة الرقمية التي يفضل طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) التصفح من خلالها على وسائل الاعلام الرقمي، فنجد ان الهاتف الذكي قد احتل الصدارة بنسبة (٩٩%)، ويمكن ارجاع ذلك نظراً لانتشارها في المجتمع العربي بشكل عام والمجتمع العراقي بشكل خاص، فقد اصبحت الهواتف الذكية جزءاً لا يتجزء من حياتنا اليومية، كما انها تمكننا من استخدام جميع وسائل الاعلام الرقمي بسهولة ويسر في اي مكان وفي اي وقت، نظراً لسهولة حمله في اليد، ومن ثم ظهر الايباد بنسبة (٣٦،٨%)، ويمكن ارجاع ظهوره بعد الهاتف المحمول نظراً لان ليس الجميع يمتلكونه على عكس الهاتف الذكي، اما عن نسبة (٣٥،٣%) فقد ظهرت

لاجهزة اللاب توب، ويمكن ارجاع ذلك ايضاً الى ان ليس جميع طلبة كليات الاعلام يمتلكونه وايضاً لصعوبة تواجده معهم في كل مكان، ونجد في المرتبة الاخيرة الحاسب الالي بنسبة (١٣،٣%) ويمكن ارجاع ذلك لكبر حجمه وصعوبة تواجده مع طلبة الكليات في كل مكان ك(الهواتف الذكية، والايپاد).

جدول (٨) يوضح وسائل الاعلام الرقمية التي يفضل طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) استخدامها

وسائل الاعلام الرقمية	التكرار	%
مواقع التواصل الاجتماعي ك(الفيس بوك، اليوتيوب، تويتر، سناب شات، انستجرام،الخ)	٣٧٤	٩٣،٥
المواقع الالكترونية	٢٥٦	٦٤
الصحف الالكترونية	١٢٠	٣٠
المواقع الاخبارية	١٠٨	٢٧
المدونات	٥٩	١٤،٨
الاجمالي	٤٠٠	

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول وسائل الاعلام الرقمية التي يفضل طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) استخدامها، فنجد ان مواقع التواصل الاجتماعي احتلت المقدمة بنسبة (٩٣،٥%)، ويمكن ارجاع ذلك الى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واسع جداً في المجتمع وسهولة استخدام منصات وصفحات خاصتاً للشباب، واعتمادهم بشكل كبير عليها للحصول على المعلومات في المجالات المختلفة، وذلك لسهولة الاستخدام للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفي ونشر الاخبار والآراء بشكل مكتوب او مسموع او مرئي ومتعدد الوسائط، ومن ثم يليه المواقع الالكترونية بنسبة (٦٤%)، وفي المرتبة الثالثة ظهرت الصحف الالكترونية بنسبة (٣٠%)، تلتها المواقع الاخبارية بنسبة (٢٧%)، ويمكن ارجاع ذلك الى ان طلبة كليات الاعلام

يستخدمون هذه الوسائل بهدف الغرض الأكاديمي وذلك من خلال التعرف على آخر الأخبار والاحداث العالمية والمحلية التي تنمي مهاراتهم الاعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور ، وفي المرتبة الاخيرة ظهرت المدونات بنسبة (٨٤،٨%)، حيث ان طلبة كليات الاعلام يستخدمون المدونات فقط بهدف تبادل وجهات النظر الثقافية والادبية والسياسية.

جدول (٩) يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) استخدامها

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	%
موقع سناب شات Snap chat	٣٣٦	٨٤
موقع الفيس بوك Facebook	٣٠٣	٧٥،٨
موقع اليوتيوب Youtube	٢٥٢	٦٣
موقع الواتس أب Whats Up	٢٤٣	٦٠،٨
موقع الانستجرام Instagram	١٩٩	٤٩،٨
موقع لينكد ان Linked in	٦٠	١٥
موقع كوكل بلاس Google +	٣٠	٧،٥
موقع تويتر Twitter	٢٤	٦
الاجمالي	٤٠٠	

تشير بيانات هذا الجدول الى ان موقع سناب شات احتل المقدمة من حيث مواقع التواصل الاجتماعي الذي يفضل طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) استخدامها حيث بلغت نسبته (٨٤%)، وذلك لانه الموقع الاكثر استخداماً في المجتمع العراقي من بين جميع مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يستخدمونه للتعارف والتواصل مع الاهل والاصدقاء وايضاً للترويج للسلع والخدمات المختلفة، ومن ثم يليه موقع الفيس بوك بنسبة (٧٥،٨%) ويمكن ارجاع ذلك لان افراد المجتمع العراقي بشكل عام وطلبة كليات الاعلام بشكل خاص يستخدمون هذا الموقع للحصول على الاخبار والمعلومات

المختلفة واخر الاحداث المحلية والعالمية، وايضاً للتعبير عن وجهات نظرهم في القضايا المجتمعية المختلفة من خلال التغريدات، ومن ثم ظهرت نسبة (٦٣%) لموقع اليوتيوب، ويمكن تفسير ذلك في ضوء انه يستخدمونه فقط لمشاهدة الدراما او المقاطع المسلية فقط، اما عن موقع الواتس اب فقد بلغت نسبته (٦٠،٨%)، ويمكن ارجاع ذلك لانه يستخدمونه فقط لتبادل الرسائل النصية فيما بينهم، بينما كانت نسبة موقع الانستجرام (٤٩،٨%) وذلك لانه يعد موقع بديلاً لموقع سناب شات حيث يستخدمونه لنفس الاغراض، ومن ثم ظهر موقع لينكد ان بنسبة (١٥%) وذلك لانه موقع يستخدم فقط لاجراض التوظيف، في حين بلغت نسبة موقع كوكل بلاس (٧،٥%) واخيراً نجد موقع تويتر والذي بلغت نسبته (٦%).

جدول (١٠) يوضح الاسباب التي تدفع طلبة كليات الاعلام (عينة البحث)

لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي

الاسباب	موافق		الى حد ما		لا اوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%			
التواصل مع الزملاء والاصدقاء في الداخل والخارج	٣٦٧	٩١، ٨	٣٣	٨،٣	-	-	٢،٩٢	٠،٢٧٥	٩٧،٣
بحثاً عن المعلومات والابحار	٣٦١	٩٠، ٣	٣٩	٩،٨	-	-	٢،٩٠	٠،٢٩٧	٩٦،٧
تحقق لي التسلية والترفيه	٢٩٣	٧٣، ٣	١٠٧	٢٦، ٨	-	-	٢،٧٣	٠،٤٤٣	٩١
لاكتساب معارف وخبرات	٢٨٤	٧١، ٠	١١٠	٢٧، ٥	٦	١،٥	٢،٧٠	٠،٤٩٣	٩٠
لقضاء وقت الفراغ	٢٨٠	٧٠، ٠	١٠٨	٢٧، ٠	١٢	٣،٠	٢،٦٧	٠،٥٣١	٨٩
للتواصل مع اعضاء هيئة التدريس	٢١٤	٥٣، ٥	١٧٢	٤٣، ٠	١٤	٣،٥	٢،٥٠	٠،٥٦٦	٨٣،٣
لابداء الرأي في بعض القضايا	٢١٢	٥٣، ٠	١٤٩	٣٧، ٣	٣٩	٩،٨	٢،٤٣	٠،٦٦٤	٨١

٧٩	٠,٧١٨	٢,٣٧	١٤,٠	٥٦	٣٤,٨	١٣٩	٥١,٣	٢٠٥	للمشاركة في قضايا الرأي العام
٧٤,٣	٠,٧٩٥	٢,٢٣	٢٢,٨	٩١	٣١,٨	١٢٧	٤٥,٥	١٨٢	للتعرف على اصديقاء جدد
٦٦,٣	٠,٨٤٧	١,٩٩	٣٦,٠	١٤٤	٢٨,٥	١١٤	٣٥,٥	١٤٢	للهرب من المشاكل

توضح بيانات هذا الجدول الاسباب التي تدفع طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي، حيث جاء سبب "التواصل مع الزملاء والاصديقاء في الداخل والخارج" في الترتيب الاول بوزن نسبي (٩٧,٣)، وان سبب "بحثاً عن المعلومات والايخبار" جاء في الترتيب الثاني بوزن نسبي (٩٦,٧)، يليها سبب "تحقق لي التسلية والترفيه" بوزن نسبي (٩١)، وجاء في الترتيب الرابع سبب "اكتساب معارف وخبرات" بوزن نسبي (٩٠)، ويليه سبب "قضاء وقت الفراغ" بوزن نسبي (٨٩)، ومن ثم سبب "التواصل مع اعضاء هيئة التدريس" بوزن نسبي (٨٣,٣)، يليه سبب "ابداء الرأي في بعض القضايا" بوزن نسبي (٨١)، بينما احتل الترتيب الثامن سبب "المشاركة في قضايا الرأي العام" بوزن نسبي (٧٩)، لما عن سبب "التعرف على اصديقاء جدد" فقد ظهر بوزن نسبي وهو (٧٤,٣) واخيراً ظهر سبب "الهروب من المشاكل" في المرتبة الاخيرة حيث كان وزنه النسبي (٦٦,٣)، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الاوزان النسبية للاسباب التي تدفع طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي، حيث تراوحت الاوزان النسبية لهذه الاسباب ما بين (٩٧,٣) الى (٦٦,٣)، ويمكن ارجاع ذلك الى ان هذه الوسائل قدمت لطلبة كليات الاعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والافكار، واسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح اكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الاعلام المختلفة في نقل الاحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة، كما اتاحت وسائل الاعلام الرقمي فرصاً لهم لابرار ذواتهم وخبراتهم والتعبير عن وجهات نظرهم في الاحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الاخرى، والتعبير

عن آرائهم في الاحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير.

وقد اتفقت نتائج هذا الجدول الى حد ما مع نتائج دراسة (صفا محمود عثمان، ٢٠٢١) والتي بينت نتائجه تأكيد عينة الدراسة على تحقيق القدرة على التواصل مع الآخرين وسهولة التعبير عن وجهة نظرهم عبر موقع الانستجرام.

جدول (١١) يوضح مجمل الاسباب التي تدفع طلبة كليات الاعلام (عينة البحث)

لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي

مجلل الاسباب	التكرار	%
متوسط	١٣١	٣٢،٨
مرتفع	٢٦٩	٦٧،٣
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

تبين بيانات هذا الجدول ان اغلبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لديهم اسباب بدرجة مرتفعة تدفعهم لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (٦٧،٣%)، بينما كانت نسبة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) الذين لديهم اسباب بدرجة متوسطة (٣٢،٨%)، وان دل ذلك فيدل على ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لديهم اسباب بدرجة مرتفعة الى حد ما دفعهم لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي، ويمكن ارجاع ذلك الى ان هذه الوسائل قدمت لطلبة كليات الاعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والافكار، واسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح اكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الاعلام المختلفة في نقل الاحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة، كما اتاحت وسائل الاعلام الرقمي فرصاً لهم لابرار ذواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم في الاحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الاخرى، والتعبير عن آرائهم في الاحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية وكفلت لهم حرية التعبير.

وتتفق وتؤكد نتائج هذا الجدول على نتائج الجدول رقم (١٠) الذي يتمحور حول الاسباب التي تدفع طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي، والذي بينت نتائجه ان الاوزان النسبية للاسباب التي تدفع طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي، حيث تراوحت الاوزان النسبية لهذه الاسباب ما بين (٩٧،٣) الى (٦٦،٣)، وقد دل ذلك على ارتفاع الاوزان النسبية للاسباب التي تدفع طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي.

جدول (١٢) يوضح الموضوعات التي يفضل طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) متابعتها عبر وسائل الاعلام الرقمي

الموضوعات	التكرار	%
الموضوعات الترفيهية	٣٤٦	٨٦،٥
الموضوعات الاجتماعية	٣٤٣	٨٥،٨
الموضوعات العلمية والتعليمية	٢٥٢	٦٣
الموضوعات الدينية	٢٤٨	٦٢
الموضوعات الرياضية	٢٤٣	٦٠،٨
الموضوعات السياسية	٢١٣	٥٣،٣
الموضوعات الاقتصادية	٢٠٤	٥١
الموضوعات الصحية	١٩٥	٤٨،٨
المجموع	٤٠٠	

تفيد بيانات هذا الجدول بأن الموضوعات الترفيهية احتلت الصدارة من حيث الموضوعات التي يفضل طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) متابعتها عبر وسائل الاعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (٨٦،٥%)، ويمكن ارجاع ذلك الى ان من الاسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام هذه الوسائل هو التسلية والترفيه، وهذا ما اوضحته بالفعل نتائج الجدول رقم (١٠) والذي قد تناول الاسباب التي تدفع طلبة

كليات الاعلام (عينة البحث) لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي، والذي قد بينت نتائج ان سبب "تحقق لي التسلية والترفيه" احتل الترتيب الثالث بوزن نسبي (٩١)، ومن ثم ظهرت الموضوعات الاجتماعية (٨٥،٨%)، ويمكن ارجاع ذلك الى ان من الاسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام هذه الوسائل هو التواصل مع الاصدقاء والزملاء والاقارب وتنمية العلاقات الاجتماعية، وهذا ما اوضحته بالفعل نتائج الجدول رقم (١٠) والذي قد تناول الاسباب التي تدفع طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي، والذي قد اشارت نتائجه الى ان سبب "التواصل مع الزملاء والاصدقاء في الداخل والخارج" جاء في الترتيب الاول بوزن نسبي (٩٧،٣)، يليها الموضوعات العلمية والتعليمية بنسبة (٦٣%) ويمكن ارجاع ذلك الى ان من الاسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام هذه الوسائل هو الغرض الاكاديمي حيث البحث عن المعلومات والابحار المحلية والدولية، وهذا ما اوضحته بالفعل نتائج الجدول رقم (١٠) والذي تناول الاسباب التي تدفع طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي، والذي قد توصلت نتائجه الى سبب "بحثاً عن المعلومات والابحار" جاء في الترتيب الثاني بوزن نسبي (٩٦،٧)، اما عن الموضوعات الدينية فقد بلغت نسبتها (٦٢%) بينما بلغت نسبة الموضوعات الرياضية (٦٠،٨%)، في حين كانت نسبة الموضوعات السياسية (٥٣،٣%) ومن ثم ظهرت نسبة (٥١%) للموضوعات الاقتصادية، واخيراً نجد الموضوعات الصحية بنسبة (٤٨،٨%)، ويمكن ارجاع ذلك الى ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي بهدف الغرض الاكاديمي وذلك من خلال التعرف على اخر الاخبار والاحداث العالمية والمحلية التي تنمي مهاراتهم الاعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور .

جدول (١٣) يوضح مدى تفاعل طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) مع زملائهم عبر وسائل الاعلام الرقمي

مدى التفاعل	التكرار	%
-------------	---------	---

دائماً	٣٠٤	٧٦
أحياناً	٧٩	١٩,٨
نادراً	١٧	٤,٢
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول الى مدى تفاعل طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) مع زملائهم عبر وسائل الاعلام الرقمي، فنجد ان أغلبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) دائماً ما يقومون بالتفاعل مع زملائهم عبر وسائل الاعلام الرقمي حيث كانت نسبتهم (٧٦%)، يليهم من يقومون أحياناً بالتفاعل مع زملائهم عبر وسائل الاعلام الرقمي بنسبة (١٩,٨%)، واخيراً نجد نسبة (٤,٢%) لم يقومون نادراً بالتفاعل مع زملائهم عبر وسائل الاعلام الرقمي. ويمكن ارجاع ذلك الى ان طلبة كليات الاعلام يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي للدرشة ولتفريغ الشحن العاطفي ونشر الاخبار والآراء بشكل مكتوب او مسموع او مرئي ومتعدد الوسائط.

جدول (١٤) يوضح المجالات التي يتحدث فيها طلبة كليات الاعلام (عينة

البحث) مع زملائهم خلال وسائل الاعلام الرقمي

المجالات	التكرار	%
في مجال الدراسة	٣٦٤	٩١
في مجال حياتك اليومية	٣٥٧	٨٩,٣
في مجال القضايا المجتمعية	١٨٨	٤٧
في المجال الرياضي	١٧٨	٤٤,٥
في مجال السياسي	٩٦	٢٤
في مجال الاقتصادي	١٠٧	٢٦,٨
في مجال العسكري	٥٢	١٣
في مجال الطبي	٦٨	١٧
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

تشير بيانات هذا الجدول الى ان المجال الدراسي احتل المرتبة الاولى من حيث المجالات التي يتحدث فيها طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) مع زملائهم خلال وسائل الاعلام الرقمي حيث بلغت نسبته (٩١%)، ويمكن ارجاع ذلك الى ان طلبة كليات الاعلام يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي بهدف الغرض الاكاديمي وذلك من خلال التعرف على اخر الاخبار والاحداث العالمية والمحلية التي تنمي مهاراتهم الاعلامية من خلال كيفية الحصول على المعلومة وكيفية تقديمها ونشرها للجمهور، كما انهم يستخدمونها لتبادل المواد الدراسية، والمقررات والتكاليف والابحاث العلمية الخاصة بالمنهج الاكاديمي الخاص بهم، ومن ثم ظهر مجال الحياة اليومية، بنسبة (٨٩،٣%)، ويمكن ارجاع ذلك الى ان من الاسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام هذه الوسائل هو التواصل مع الاصدقاء والزملاء والاقارب وتنمية العلاقات الاجتماعية، وهذا ما اوضحته بالفعل نتائج جدول رقم (١٠) والذي تناول الاسباب التي تدفع طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي، والذي قد اشارت نتائجها الى ان سبب "التواصل مع الزملاء والاصدقاء في الداخل والخارج" جاء في الترتيب الاول بوزن نسبي (٩٧،٣%)، ومن ثم ظهر مجال القضايا المجتمعية بنسبة (٤٧%)، يليها المجال الرياضي بنسبة (٤٤،٥%)، اما عن المجال الاقتصادي فقد بلغت نسبته (٢٦،٨%)، يليه المجال السياسي بنسبة (٢٤%)، في حين بلغت نسبة المجال الطبي (١٧%)، وفي المرتبة الاخيرة ظهر المجال الطبي بنسبة (١٣%)، ويمكن ارجاع ذلك الى ان هذه الوسائل قدمت لطلبة كليات الاعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والافكار، واسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح اكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الاعلام المختلفة في نقل الاحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة، كما اتاحت وسائل الاعلام الرقمي فرصاً لهم لابرار ذواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم

في الاحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الاخرى، والتعبير عن آرائهم في الاحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير.

جدول (١٥) يوضح مدى انتماء طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) للمجموعات الناشطة على وسائل الاعلام الرقمي

انتماء طلبة كليات الاعلام للمجموعات الناشطة	التكرار	%
نعم	٢٠٢	٥٠,٥
لا	١٩٨	٤٩,٥
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

توضح بيانات هذا الجدول ان اغلبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) ينتمون الى مجموعات ناشطة على وسائل الاعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (٥٠,٥%)، ويمكننا ارجاع ذلك الى ان وسائل الاعلام الرقمي اتاحت فرصاً للتعبير عن وجهات نظرهم في الاحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الاخرى، والتعبير عن آرائهم في الاحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير، في حين كانت نسبة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) الغير منتمين الى مجموعات ناشطة على وسائل الاعلام الرقمي (٤٩,٥%)، ويمكن ارجاع ذلك ان ليس كل طلبة كليات الاعلام مهتمون بالمجموعات الناشطة ويستخدمون هذه الوسائل فقط اما بهدف الترفيه والتسلية والتخلص من ضغوطات الحياة اليومية، او بغرض التواصل الاجتماعي من الاصدقاء والاهل والاقارب وتوسيع العلاقات الاجتماعية، او بغرض الاكاديمي وهو البحث والمعرفة.

جدول (١٦) يوضح اسباب عدم انتماء طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) للمجموعات الناشطة على وسائل الاعلام الرقمي

الاسباب	التكرار	%
كثرة الشائعات	١٧٦	٤٤

٣١,٣	١٢٥	لا تستقطب اهتمامي
٣١,٥	١٢٦	معظم التعليقات تكون خارجة عن المضامين المنشورة
٢٣	٩٢	تأخذ من وقتي
٣٢,٨	١٣١	عدم ثقتك بأهداف الناشطين لهذه المجموعات
١٠٠	٤٠٠	الاجمالي

تبين بيانات هذا الجدول اسباب عدم انتماء طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) للمجموعات الناشطة على وسائل الاعلام الرقمي، فنجد ان سبب كثرة الشائعات احتل الصدارة بنسبة (٤٤%)، يليه سبب عدم ثقتك بأهداف الناشطين لهذه المجموعات بنسبة (٣٢,٨%)، ومن ثم ظهر سبب معظم التعليقات تكون خارجة عن المضامين المنشورة بنسبة (٣١,٥%)، اما عن سبب لا تستقطب اهتمامي فقد كانت نسبته (٣١,٣%)، وفي المرتبة الاخيرة ظهرت نسبة (٢٣%) لسبب تأخذ من وقتي.

جدول (١٧) يوضح درجة ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في المعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي

درجة الثقة	التكرار	%
اثق بدرجة كبيرة	٣٦	٩
اثق بدرجة متوسطة	٢٦٤	٦٦
اثق بدرجة ضعيفة	١٠٠	٢٥
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

تفيد بيانات هذا الجدول بأن أغلبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يتقنون بدرجة متوسطة في المعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي حيث بلغت نسبته (٦٦%)، يليهم من يتقنون بدرجة ضعيفة بنسبة (٢٥%)، وأخيراً نجد من يتقنون بدرجة

كبيرة حيث كانت نسبتهم (٩%)، ويتضح لنا مما سبق ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يتقنون بدرجة متوسطة الى حد ما في المعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي، ويمكن ارجاع ذلك الى ان هذه الوسائل كثيراً ما تكون سبباً في نشر الشائعات والاذخار الكاذبة، ولذلك ينبه على طلبة كليات الاعلام عدم تصديق اي معلومة إلا عند معرفة مصدرها والتأكد من مدى مصداقيتها وبعد ذلك من الأسس التي تدرس داخل المناهج الخاصة بكليات الاعلام لذلك تعد هذه النتائج طبيعية جداً، لأنها من الأسس التي يتعلمها طلبة كليات الاعلام بداخل جامعاتهم حتى يتخرجون كإعلاميون صادقون وناجحون ومحايدين ويعكسون الحقائق.

جدول (١٨) يوضح مدى فائدة المعلومات التي يحصلون عليها طلبة كليات

الاعلام (عينة البحث) من وجهة نظرهم

مدى الفائدة	التكرار	%
معلومات مفيدة جداً	١٢٣	٣٠،٨
معلومات مفيدة	٢٠٤	٥١
معلومات متوسطة الافادة	٧٣	١٨،٢
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول مدى فائدة المعلومات التي يحصلون عليها طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) من وجهة نظرهم، فنجد ان المعلومات التي يحصلون عليها طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) مفيدة لهم احتلت الصدارة من حيث (٥١%)، ومن ثم ظهرت ان هذه المعلومات مفيدة جداً لهم بنسبة (٣٠،٨%)، وفي المرتبة الاخيرة ظهرت ان هذه المعلومات متوسطة الافادة لهم بنسبة (١٨،٢%).

جدول (١٩) يوضح تأثير استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) وسائل

الاعلام الرقمي على استخدامهم لوسائل الاعلام الاخرى من وجهة نظرهم

مدى التأثير	التكرار	%
اثر الى حد كبير	٢٠٤	٥١

٣٩	١٥٦	اثر الى حداً ما
١٠	٤٠	لم تؤثر على الاطلاق
١٠٠	٤٠٠	الاجمالي

تشير بيانات هذا الجدول الى ان غالبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يتأثرون الى حداً كبير من استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي عن وسائل الاعلام الاخرى حيث بلغت نسبتهم (٥١%)، بينما كانت نسبة من اوضحوا انهم يتأثرون الى حداً ما (٣٩%)، في حين بلغت نسبة من افادوا انهم لا يتأثرون على الاطلاق (١٠%)، ويمكن ارجاع ذلك الى ان هذه الوسائل قدمت لطلبة كليات الاعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والافكار واسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح اكثر قدرة على التأثير في الآخرين كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية والتشاركية والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الاعلام المختلفة في نقل الاحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة، كما اتاحت وسائل الاعلام الرقمي فرصاً لهم لابرار ذواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم في الاحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الاخرى، والتعبير عن آرائهم في الاحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير.

جدول (٢٠) يوضح ابرز ايجابيات وسائل الاعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة كليات الاعلام (عينة البحث)

الايجابيات	موافق		الى حداً ما		لا اوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%			
سهولة التواصل مع الاصدقاء	٣٧٩	٩٤,٨	١٧	٤,٣	٤	١	٢,٩٤	٠,٢٨١	٩٨
سهولة الحصول على المعلومات	٣٦٤	٩١	٣٦	٩	-	-	٢,٩١	٠,٢٨٧	٩٧

٩٧	٠,٢٨٧	٢,٩١	-	-	٩	٣٦	٩١	٣٦٤	معرفة الاخبار والقضايا المحيطة بنا
٩٦,٣	٠,٣٠٧	٢,٨٩	-	-	١٠,٥	٤٢	٨٩,٥	٣٥٨	الاستفادة في مجال الدراسة
٩٥,٣	٠,٣٤٢	٢,٨٦	-	-	١٣,٥	٥٤	٨٦,٥	٣٤٦	وسيلة لتبادل المعلومات والخبرات
٩٥	٠,٣٥٣	٢,٨٥	-	-	١٤,٥	٥٨	٨٥,٥	٣٤٢	اقل تكلفة من الوسائل الآخري
٩١,٣	٠,٤٤١	٢,٧٤	-	-	٢٦,٣	١٠٥	٧٣,٨	٢٩٥	لقضاء وقت الفراغ في التسلية
٧٧,٧	٠,٧٩٢	٢,٣٣	٢٠,٣	٨١	٢٦,٨	١٠٧	٥٣	٢١٢	التعرف على اصدقاء ومعارف جدد
٦٩,٧	٠,٨٤٩	٢,٠٩	٣٢	١٢٨	٢٧,٣	١٠٩	٤٠,٨	١٦٣	الهروب من المشكلات

توضح بيانات هذا الجدول ابرز ايجابيات وسائل الاعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة كليات الاعلام (عينة البحث)، حيث جاء سهولة التواصل مع الاصدقاء ففي الترتيب الاول بوزن نسبي (٩٨)، وجاء كلاً من (سهولة الحصول على المعلومات، معرفة الاخبار والقضايا المحيطة بنا) في الترتيب الثاني بوزن نسبي (٩٧)، يليهما الاستفادة في مجال الدراسة بوزن نسبي (٩٦,٣)، وفي الترتيب الرابع جاءت أنها

وسيلة لتبادل المعلومات والخبرات بوزن نسبي (٩٥،٣)، ويليه انها وسائل أقل تكلفة من الوسائل الاخرى بوزن نسبي (٩٥)، ومن ثم انها وسائل تستخدم لقضاء وقت الفراغ في التسلية بوزن نسبي (٩١،٣)، يليه التعرف على اصدقاء ومعارف جدد بوزن نسبي (٧٧،٧)، واخيراً الهروب من المشكلات حيث كان وزنه النسبي (٦٩،٧)، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الاوزان النسبية الى حد ما لايجابيات وسائل الاعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة كليات الاعلام (عينة البحث)، حيث تراوحت الاوزان النسبية لهذه الايجابيات ما بين (٩٨) الى (٦٩،٧)، وان دل ذلك فيدل على ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يجدون ان وسائل الاعلام الرقمي تحدث دوراً ايجابياً في حياتهم سواء الاجتماعية او الاكاديمية بدرجة مرتفعة الى حد كبير، ويمكن ارجاع ذلك الى ان هذه الوسائل قدمت لطلبة كليات الاعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والافكار، واسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح اكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الاعلام المختلفة في نقل الاحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة، كما اتاحت وسائل الاعلام الرقمي فرصاً لهم لابرار ذواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم في الاحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الاخرى، والتعبير عن آرائهم في الاحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير عن رأيهم.

جدول (٢١) يوضح مجمل ابرز ايجابيات وسائل الاعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة كليات الاعلام (عينة البحث)

مجمّل ابرز الايجابيات	التكرار	%
متوسط	٤٨	١٢
مرتفع	٣٥٢	٨٨
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

تبين بيانات هذا الجدول ان اغلبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يقيمون وسائل الاعلام الرقمي بدرجة ايجابية مرتفعة حيث بلغت نسبتهم (٨٨%)، في حين كانت نسبة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) الذين يقيمونها بدرجة ايجابية متوسطة (١٢%)، وان دل ذلك فيدل على ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يجدون ان لوسائل الاعلام الرقمي دوراً ايجابياً في حياتهم سواء الاجتماعية او الاكاديمية بدرجة مرتفعة الى حد كبير، ويمكن ارجاع ذلك الى ان هذه الوسائل قدمت لطلبة كليات الاعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والافكار واسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح اكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الاعلام المختلفة في نقل الاحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة، كما اتاحت وسائل الاعلام الرقمي فرصاً لهم لابرار ذواتهم وخبراتهم، والتعبير عن وجهات نظرهم في الاحداث الجارية في بيئتهم والمجتمعات الاخرى، والتعبير عن آرائهم في الاحداث السياسية والاقتصادية والظواهر الاجتماعية، وكفلت لهم حرية التعبير.

جدول (٢٢) يوضح ابرز السلبيات لوسائل الاعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة

كليات الاعلام (عينة البحث)

السلبيات	موافق		الى حد ما		لا اوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%			
نشر الشائعات	٣٥٧	٨٩,٣	٤٣	١٠,٨	-	-	٢,٨٩	٠,٣١٠	٩٦,٣
التعرض لصور ومواد غير مرغوب بها	٣١٣	٧٨,٣	٧٧	١٩,٣	١٠	٢,٥	٢,٧٦	٠,٤٨٤	٩٢
نشر الافكار المتطرفة	٢٩٥	٧٣,٨	٩٢	٢٣	١٣	٣,٣	٢,٧١	٠,٥٢٣	٩٠,٣
وجود معلومات	٢٨٥	٧١,٣	١٠٩	٢٧,٣	٦	١,٥	٢,٧٠	٠,٤٩٢	٩٠

وهمية عن الآخرين								
الادمان عليها	٢٨٨	٧٢	٩١	٢٢،٨	٢١	٥،٣	٢،٦٧	٠،٥٧٣
تؤدي الى الكسل	٢٧٣	٦٨،٣	٩٦	٢٤	٣١	٧،٨	٢،٦٠	٠،٦٢٨
اهدار الوقت	٢٢٨	٥٧	١٥٦	٣٩	١٦	٤	٢،٥٣	٠،٥٧٤
نشر العنصرية	٢٣٦	٥٩	١٣٨	٣٤،٥	٢٦	٦،٥	٢،٥٣	٠،٦١٧
انتهاك الحريات الشخصية	٢٢٠	٥٥	١٥٠	٣٧،٥	٣٠	٧،٥	٢،٤٧	٠،٦٣٣
اكتساب عادات تنافى مع عادات وتقاليد المجتمع	٢١٤	٥٣،٥	١٤٥	٣٦،٣	٤١	١٠،٣	٢،٤٣	٠،٦٧٢
التأثير السلبي على التحصيل الدراسي	١٦٢	٤٠،٥	١٦٢	٤٠،٥	٧٦	١٩	٢،٢٢	٠،٧٤٢
	٧٤							

تفيد بيانات هذا الجدول بأبرز سلبيات وسائل الاعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة كليات الاعلام (عينة البحث)، حيث جاء نشر الشائعات في الترتيب الاول بوزن نسبي (٩٦،٣)، ومن ثم جاء التعرض لصور ومواد غير مرغوب بها في الترتيب الثاني بوزن نسبي (٩٢)، يليهما نشر الافكار المتطرفة بوزن نسبي (٩٠،٣)، وفي الترتيب الرابع جاءت وجود معلومات وهمية عن الآخرين بوزن نسبي (٩٠)، ويليه الادمان عليها بوزن نسبي (٨٩)، ومن ثم ظهر تؤدي الى الكسل بوزن النسبي (٨٦،٧)، وجاء في الترتيب الذي يليه كلاً من (اهدار الوقت، نشر العنصرية) بوزن نسبي (٨٤،٣)، يليه انتهاك الحريات الشخصية بوزن نسبي (٨٢،٣)، اما عن الوزن

النسبي (٨١) فقد كان لاكتساب عادات تتنافى مع عادات وتقاليده المجتمع، وأخيراً التأثير السلبي على التحصيل الدراسي حيث كان وزنه النسبي (٧٤)، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الأوزان النسبية إلى حد ما لسلبات وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام (عينة البحث)، حيث تراوحت الأوزان النسبية لهذه السلبات ما بين (٩٦،٣) إلى (٧٤)، ويمكن أرجاع ذلك إلى أن وسائل الإعلام الرقمي سلاح ذو حدين فكما لها دوراً إيجابياً تلعبه في حياة الأفراد داخل المجتمع سيكون لها دوراً سلبياً وهذا ما سيحدده استخدامه مستخدميه لها.

جدول (٢٣) يوضح مجمل أبرز السلبات لوسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام (عينة البحث)

مجل أبرز السلبات	التكرار	%
منخفض	٦	١،٥
متوسط	١١٢	٢٨
مرتفع	٢٨٢	٧٠،٥
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن أغلبية طلبة كليات الإعلام (عينة البحث) يقيمون وسائل الإعلام بدرجة سلبية مرتفعة حيث بلغت نسبتهم (٧٠،٥%)، في حين كانت نسبة طلبة كليات الإعلام (عينة البحث) الذين يقيمونها بدرجة سلبية متوسطة (٢٨%)، بينما بلغت نسبة طلبة كليات الإعلام (عينة البحث) الذين يقيمونها بدرجة سلبية منخفضة (١،٥%)، وأن ذلك فيدل على أن طلبة كليات الإعلام (عينة البحث) يجدون أن لوسائل الإعلام الرقمي تحدث دوراً سلبياً في حياتهم سواء الاجتماعية أو الأكاديمية بدرجة مرتفعة إلى حد ما ويمكن أرجاع ذلك إلى أن وسائل

الاعلام الرقمي سلاح ذو حدين فكما لها دوراً ايجابياً تلعبه في حياة الافراد داخل المجتمع سيكون لها دوراً سلبياً، وهذا ما سيحدده استخدام مستخدميها لها.

جدول (٢٤) يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام

التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام	موافق		الى حداً ما		لا وافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%			
أستطيع التصفح والاطلاع على وسائل الاعلام الرقمي	٣٦٩	٩٢، ٣	٣١	٧،٨	-	-	٢،٩٢	٠،٢٦٨	٩٧،٣
أستطيع البحث للوصول لمحتوى معين على وسائل الاعلام الرقمي	٣٦٤	٩١، ٠	٣٦	٩،٠	-	-	٢،٩١	٠،٢٨٧	٩٧

٩٤،٧	٠،٣٦٥	٢،٨٤	-	-	١٥،٨	٦٣	٨٤، ٣	٣٣٧	يمكنني نسخ او تحميل اي محتوى مرئي او مقروء على وسائل الاعلام الرقمي
٩٤	٠،٤٢٢	٢،٨٢	١،٥	٦	١٥	٦٠	٨٣، ٥	٣٣٤	يمكنني الرجوع الى اي موضوع او محتوى سبق التعرض له من قبل
٩١،٧	٠،٥٣٧	٢،٧٥	٥	٢٠	١٥	٦٠	٨٠، ٠	٣٢٠	يمكنني الاشتراك في أي وسيلة راقت لي على وسائل الاعلام الرقمي

تشير بيانات هذا الجدول الى التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، فنجد ان عبارة "استطيع التصفح والاطلاع على وسائل الاعلام الرقمي" احتلت الصدارة بوزن نسبي (٩٧،٣)، يليها عبارة "استطيع البحث للوصول لمحتوى معين على وسائل الاعلام الرقمي" بوزن نسبي (٩٧)، وفي المرتبة الثالثة ظهر الوزن النسبي (٩٤،٧) لعبارة "يمكنني نسخ او تحميل اي محتوى مرئي او مقروء على وسائل الاعلام الرقمي"، اما عن عبارة "يمكنني الرجوع الى اي موضوع او محتوى سبق التعرض له من قبل" فقد بلغ وزنها النسبي (٩٤)، وفي المرتبة الاخيرة ظهر الوزن النسبي (٩١،٧) لعبارة "يمكنني الاشتراك في اي وسيلة راقت لي على وسائل الاعلام الرقمي" ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الاوزان النسبية الى حد كبير لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام

الرقمي على مهاراتك الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، حيث تراوحت الاوزان النسبية لهذا التأثير ما بين (٩٧،٣) الى (٩١،٧)، وان دل ذلك فيدل على ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) أفادوا بالدور الكبير الذي تحدثه استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، ويمكن ارجاع ذلك الى ان هذه الوسائل قدمت لطلبة كليات الاعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والافكار، واسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح اكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الاعلام المختلفة في نقل الاحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة.

جدول (٢٥) يوضح مجمل التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتك الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام

مجملة التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام	التكرار	%
متوسط	٣٢	٨
مرتفع	٣٦٨	٩٢
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

توضح بيانات هذا الجدول ان أغلبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مرتفعة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام نتيجة استخدامهم وسائل الاعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (٩٢%)، بينما كانت نسبة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يحدث لهم تأثيرات بدرجة متوسطة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام نتيجة استخدامهم وسائل الاعلام الرقمي (٨%)، وان دل ذلك فيدل على ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) أفادوا بالدور الكبير الذي تحدثه استخدامهم لوسائل

الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، ويمكن ارجاع ذلك الى ان هذه الوسائل قدمت لطلبة كليات الاعلام بشكل خاص والجمهور بشكل عام الكثير من المهارات والخبرات والافكار، واسهمت بتشكيل وعيه المجتمعي ليصبح اكثر قدرة على التأثير في الآخرين، كما تفردت هذه الوسائل بالتفاعلية، والتشاركية، والحضور الدائم والقدرة على التنافس مع وسائل الاعلام المختلفة في نقل الاحداث والفعاليات بصورة مباشرة وسريعة.

جدول (٢٦) يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة

التحليل

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا اوافق		الى حد ما		موافق		التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة التحليل
			%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
٩٢,٧	٠,٤٨٨	٢,٧٨	٣,٣	١٣	١٥,٨	٦٣	٨١,٠	٣٢٤	استطيع تحديد إذا ما كان المحتوى المقدم يحتوي على رسالة إعلانية
٩٠	٠,٥٤٥	٢,٧٠	٤,٣	١٧	٢١,٨	٨٧	٧٤,٠	٢٩٦	أعني جيداً سياسة وتوجه أي محتوى أو موضوع منشور على وسائل الاعلام الرقمي
٨٩,٧	٠,٤٨٣	٢,٦٩	١,٠	٤	٢٨,٨	١١٥	٧٠,٣	٢٨١	استطيع فهم الرسائل الصريحة او الضمنية من اي محتوى منشور على وسائل الاعلام الرقمي
٨٨	٠,٥٤٩	٢,٦٤	٣,٥	١٤	٢٩,٣	١١٧	٦٧,٣	٢٦٩	استوعب جميع امكانيات وسائل الاعلام الرقمي
٨٢	٠,٧٣٨	٢,٤٦	١٤,٨	٥٩	٢٤,٣	٩٧	٦١,٠	٢٤٤	لدي القدرة على معرفة مصدر اي مادة منشورة عبر وسائل الاعلام الرقمي

تبين بيانات هذا الجدول التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، فنجد ان عبارة "استطيع تحديد إذا ما كان المحتوى المقدم يحتوي على رسالة إعلانية" احتلت الصدارة بوزن نسبي (٩٢،٧)، يليها عبارة "اعي جيداً سياسة وتوجه اي محتوى او موضوع منشور على وسائل الاعلام الرقمي" بوزن نسبي (٩٠)، وفي المرتبة الثالثة ظهر الوزن النسبي (٨٩،٧) لعبارة "استطيع فهم الرسائل الصريحة او الضمنية من اي محتوى منشور على وسائل الاعلام الرقمي"، اما عن عبارة "استوعب جميع امكانيات وسائل الاعلام الرقمي" فقد بلغ وزنها النسبي (٨٨)، وفي المرتبة الاخيرة ظهر الوزن النسبي (٨٢) لعبارة "لدي القدرة على معرفة مصدر اي مادة منشورة عبر وسائل الاعلام الرقمي"، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الاوزان النسبية الى حد كبير لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، حيث تراوحت الاوزان النسبية لهذه التأثيرات ما بين (٩٢،٧) الى (٨٢)، وان دل ذلك فيدل على ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) أفادوا بالدور الكبير الذي تحدثه استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي في تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل.

جدول (٢٧) يوضح مجمل التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة

التحليل

مجل التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة التحليل	التكرار	%
متوسط	٣٢	٨
مرتفع	٣٦٨	٩٢
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

تفيد بيانات هذا الجدول بأن أغلبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مرتفعة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل نتيجة استخدامهم وسائل الاعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (٩٢%)، بينما كانت نسبة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يحدث لهم تأثيرات بدرجة متوسطة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل نتيجة استخدامهم وسائل الاعلام الرقمي (٨%)، وان دل ذلك فيدل على ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) أفادوا بالدور الكبير الذي تحدثه استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل.

جدول (٢٨) يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهارتك الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم

التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة التقييم	موافق		الى حد ما		لا اوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%			
يمكنني تحديد السياق السياسي او الاجتماعي او الثقافي للمواد المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي	٢٩٢	٧٣,٠	٨٩	٢٢,٣	١٩	٤,٨	٢,٦٨	٠,٥٥٩	٨٩,٣
استطيع تحديد مدى مصداقية او دقة المواد المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي	٢٦٨	٦٧,٠	١٢١	٣٠,٣	١١	٢,٨	٢,٦٤	٠,٥٣٤	٨٨
استطيع نقد اي مواد منشورة على وسائل الاعلام الرقمي وتعديلها	٢٦٧	٦٦,٨	١١٢	٢٨,٠	٢١	٥,٣	٢,٦٢	٠,٥٨٥	٨٧,٣
يمكنني تحديد جوانب الضعف والقوة في اي محتوى يتم نشره على وسائل الاعلام الرقمي	٢٥٧	٦٤,٣	١٢٩	٣٢,٣	١٤	٣,٥	٢,٦١	٠,٥٥٦	٨٧

استطيع تفسير وتحليل اي مادة منشورة على وسائل الاعلام الرقمي	٢٢١	٥٥،٣	١٥١	٣٧،٨	٢٨	٧،٠	٢،٤٨	٠،٦٢٥	٨٢،٧
---	-----	------	-----	------	----	-----	------	-------	------

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، فنجد ان عبارة "يمكنني تحديد السياق السياسي او الاجتماعي او الثقافي للمواد المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي" أحتلت الصدارة بوزن نسبي (٨٩،٣)، يليها عبارة "استطيع تحديد مدى مصداقية او دقة المواد المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي" بوزن نسبي (٨٨)، وفي المرتبة الثالثة ظهر الوزن النسبي (٨٧،٣) لعبارة "استطيع نقد اي مواد منشورة على وسائل الاعلام الرقمي وتعديلها" اما عبارة "يمكنني تحديد جوانب الضعف والقوة في اي محتوى يتم نشره على وسائل الاعلام الرقمي" فقد بلغ وزنها النسبي (٨٧)، وفي المرتبة الاخيرة ظهر الوزن النسبي (٨٢،٧) لعبارة "استطيع تفسير وتحليل اي مادة منشورة على وسائل الاعلام الرقمي"، ونلاحظ مما سبق يتضح لنا ارتفاع الاوزان النسبية الى حد كبير لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، حيث تراوحت الاوزان النسبية لهذه التأثيرات ما بين (٨٩،٣) الى (٨٢،٧)، وان دل ذلك فيدل على ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) أفادوا بالدور الكبير الذي تحدثه استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم.

جدول (٢٩) يوضح مجمل التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم

مجملة التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة التقييم	التكرار	%
منخفض	١٦	٤

متوسط	٩٣	٢٣,٢
مرتفع	٢٩١	٧٢,٨
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

تشير بيانات هذا الجدول الى أن أغلبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مرتفعة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم نتيجة استخدامهم وسائل الاعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (٧٢,٨%)، بينما كانت نسبة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يحدث لهم تأثيرات بدرجة متوسطة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم نتيجة استخدامهم وسائل الاعلام الرقمي (٢٣,٢%)، في حين بلغت نسبة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يحدث لهم تأثيرات بدرجة منخفضة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم نتيجة استخدامهم وسائل الاعلام الرقمي (٤%)، وان دل ذلك فيدل على ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) أفادوا بالدور الكبير الذي تحدثه استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم.

جدول (٣٠) يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة

الانتاج

التأثيرات الناتجة من حيث بعد مهارة الانتاج	موافق		الى حد ما		لا اوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%			
يمكنني إدارة وإنشاء موقع إلكتروني خاص بي او صفحة عبر موقع الفيس بوك او	٣٣٢	٨٣,٠	٥٤	١٣,٥	١٤	٣,٥	٢,٨٠	٠,٤٨٣	٩٣,٣

حساب على تويتر او الانستجرام او مدونة خاصة									
٣١٢	٧٨٠	٨٢	٢٠٠	٦	١٠٠	٢٠٧٧	٠٠٠٤٥٩	٩٢٠٣	لدي خبرة كافية بالبرامج والتطبيقات الحديثة التي تمكنني من صناعة اي محتوى اعلامي فيديو - صور - كتابة مقال ونشرها على وسائل الاعلام الرقمي
٢٩٤	٧٣٠	٩٨	٢٤٠	٨	٢٠٠	٢٠٧٢	٠٠٠٤٩٤	٩٠٠٧	لدي القدرة على التعبير عن وجهة نظري باستخدام وسائل الاعلام الرقمي
٢٧١	٦٧٠	٩٤	٢٣٠	٣٥	٨٠٨	٢٠٥٩	٠٠٠٦٤٦	٨٦٠٣	امتلك القدرة على تعديل اي معلومات خاطئة منشورة على وسائل الاعلام الرقمي

٨٦	٠,٥٧٨	٢,٥٨	٤,٥	١٨	٣٣,٠	١٣٢	٦٢,٥	٢٥٠	استطيع بكل سهولة تعديل اي محتوى مرئي او مقروء على وسائل الاعلام الرقمي واعادة نشره مرة اخرى
----	-------	------	-----	----	------	-----	------	-----	--

يوضح لنا هذا الجدول التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج، فنجد ان عبارة "يمكنني إدارة وانشاء موقع الكتروني خاص بي او صفحة عبر موقع الفيس بوك او حساب على تويتر او انستجرام او مدونة خاصة بي" احتلت الصدارة بوزن نسبي (٩٣,٣)، يليها عبارة "لدي خبرة كافية بالبرامج والتطبيقات الحديثة التي تمكنني من صناعة اي محتوى اعلامي فيديو - صور - كتابة مقال ونشرها على وسائل الاعلام الرقمي" بوزن نسبي (٩٢,٣)، وفي المرتبة الثالثة ظهر الوزن النسبي (٩٠,٧) لعبارة "لدي القدرة على التعبير عن وجهة نظري باستخدام وسائل الاعلام الرقمي"، اما عن عبارة "امتك القدرة على تعديل اي معلومة خاطئة منشورة على وسائل الاعلام الرقمي" فقد بلغ وزنها النسبي (٨٦,٣)، وفي المرتبة الاخيرة ظهر الوزن النسبي (٨٦) لعبارة "استطيع بكل سهولة تعديل اي محتوى مرئي او مقروء على وسائل الاعلام الرقمي واعادة نشره مرة اخرى"، ونلاحظ مما سبق يتضح ارتفاع الاوزان النسبية الى حد كبير لتأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج، حيث تراوحت الاوزان النسبية لهذه التأثيرات ما بين (٩٣,٣) الى (٨٦)، وان دل ذلك فيدل على ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) افادوا بالدور الكبير الذي تحدثه استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج.

جدول (٣١) يوضح مجمل التأثيرات الناتجة عن استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) لوسائل الاعلام الرقمي على مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج

مجملة التأثيرات	التكرار	%
منخفض	١٠	٢,٥
متوسط	٤٦	١١,٥
مرتفع	٣٤٤	٨٦
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

تبين بيانات هذا الجدول ان اغلبية طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يحدث لهم تأثيرات بدرجة مرتفعة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج نتيجة استخدامهم وسائل الاعلام الرقمي حيث بلغت نسبتهم (٨٦%)، بينما كانت نسبة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يحدث لهم تأثيرات بدرجة متوسطة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج نتيجة استخدامهم وسائل الاعلام الرقمي (١١,٥%) في حين بلغت نسبة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) يحدث لهم تأثيرات بدرجة منخفضة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج نتيجة استخدامهم وسائل الاعلام الرقمي (٢,٥%) وان دل ذلك فيدل على ان طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) افادوا بالدور الكبير الذي تحدثه استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج.

نتائج اختبار صحة فروض البحث:

- **الفرض الاول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام واعتماد طلاب كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية.

جدول (٣٢) يوضح معنوية بيرسون للارتباط بين معدلات استخدام واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية

معدلات الاستخدام والاعتماد التأثيرات الناتجة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدالة
بعد مهارة الوصول والاستخدام	٠,٢٧٢ **	٠,٠٠٠	دال
بعد مهارة التحليل	٠,٢٣٤ **	٠,٠٠٠	دال
بعد مهارة التقييم	٠,١٥٦ **	٠,٠٠٠	دال
بعد مهارة الانتاج	٠,٣٣٦ **	٠,٠٠٠	دال

لاختبار معنوية العلاقة معدلات استخدام واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية، وبالنظر الى ان كلا المتغيرين جرى قياسه على المستوى الفتري، فقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

كما افادت من بيانات هذا الجدول بأن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدلات استخدام واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، قد بلغت (٠,٢٧٢)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠١)، وان العلاقة هنا طردية مما يعني انه كلما زاد معدلات تعرض واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها بالضعيفة.

وقد بينت بيانات هذا الجدول ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدلات استخدام واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، قد بلغت

(٠,٢٣٤)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠١)، وان العلاقة عنا طردية مما يعني انه كلما زاد معدلات تعرض واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها بالضعيفة.

وكذلك اشارت بيانات هذا الجدول الى ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدلات استخدام واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، قد بلغت (٠,١٥٦) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠١)، وان العلاقة هنا طردية مما يعني انه كلما زاد معدلات تعرض واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها بالضعيفة.

واخيراً اوضحت بيانات هذا الجدول ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدلات استخدام طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج، قد بلغت (٠,٣٣٦)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠١)، وان العلاقة هنا طردية مما يعني انه كلما زاد معدلات تعرض واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها بالضعيفة.

وبذلك يكون اختبار الفرض الاول القائل "بمعنوية العلاقة بين معدلات استخدام واعتماد طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق على وسائل الاعلام الرقمي

والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية" قد انتهى الى ثبوت صحة هذا الفرض.

مما سبق يتضح لنا الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام الرقمي في تنمية المهارات الاعلامية لدى طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق، حيث نجد انها لها دوراً ولكن ليس كبيراً الى حد ما حيث ان جميع العلاقات الخاصة بمعدلات الاعتماد والاستخدام وابعاد المهارات الاعلامية علاقات ضعيفة مما يعني انها تحدث تأثيراً بالفعل ولكن تأثير ضعيف.

• **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مدى ثقة طلبة

كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل

الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية.

جدول (٣٣) يوضح معنوية بيرسون للارتباط بين مدى ثقة طلبة كليات الاعلام

(عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي

والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية

مدى الثقة / التأثيرات الناتجة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
بعد مهارة الوصول والاستخدام	٠,١١٣ **	٠,٠٢٤	دال
بعد مهارة التحليل	٠,١١٧ *	٠,٠١٩	دال
بعد مهارة التقييم	٠,١٨١ **	٠,٠٠٠	دال
بعد مهارة الانتاج	٠,١١٨ *	٠,٠١٩	دال

لاختبار معنوية العلاقة مدى ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية، وبالنظر الى ان كلا المتغيرين جرى قياسه على المستوى الفتري، فقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الفرض.

كما افادت من بيانات هذا الجدول بأن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، قد بلغت (٠,١١٣)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠١)، وان العلاقة هنا طردية مما يعني انه كلما زادت ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها بالضعيفة.

وقد بينت بيانات هذا الجدول ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، قد بلغت (٠,١١٧)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠٥)، وان العلاقة هنا طردية مما يعني انه كلما زادت ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها بالضعيفة.

وكذلك اشارت بيانات هذا الجدول الى ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، قد بلغت (٠,١٨١)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠١)، وان العلاقة هنا طردية مما يعني انه كلما زادت ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي زادت

التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها بالضعيفة.

واخيراً اوضحت بيانات هذا الجدول ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج، قد بلغت (٠،١١٨)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠،٠٥) وان العلاقة هنا طردية مما يعني انه كلما زادت ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمية زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها بالضعيفة.

وبذلك يكون اختبار الفرض الثاني القائل "بمعنوية العلاقة بين مدى ثقة طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية" قد انتهى الى ثبوت صحة هذا الفرض.

مما سبق يتضح لنا ان عامل الثقة في المعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي له دوراً في تنمية المهارات الاعلامية لدى طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق حيث نجد انها لها دوراً ولكن ليس كبيراً الى حد ما حيث ان جميع العلاقات الخاصة بالثقة بالمعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الرقمي المهارات الاعلامية علاقات ضعيفة مما يعني انها تحدث تأثيراً بالفعل ولكن تأثير ضعيف، ويمكن ارجاع ضعف العلاقات لان علاقات التأثير بمعدلات الاعتماد والاستخدام على هذه المهارات ضعيفة بالفعل.

- **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة احصائية بين تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث (الاجابيات ، والسلبيات) والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية.

جدول (٣٤) يوضح معنوية بيرسون للارتباط بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث الايجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية

الايجابيات التأثيرات الناتجة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
بعد مهارة الوصول والاستخدام	٠,٥١٥ **	٠,٠٠٠	دال
بعد مهارة التحليل	٠,١١٦ *	٠,٠٢١	دال
بعد مهارة التقييم	٠,٠٧١	٠,١٥٧	غير دال
بعد مهارة الانتاج	٠,٢٣٢ **	٠,٠٠٠	دال

لاختبار معنوية العلاقة مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث الايجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية، وبالنظر الى ان كلا المتغيرين جرى قياسه على المستوى الفتري فقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

كما افادت من بيانات هذا الجدول بأن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث الايجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية، من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، قد بلغت (٠,٥١٥)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠١)، وان العلاقة هنا طردية مما يعني انه كلما زادت التقييم الايجابي طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث الايجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية، زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها بالمتوسطة.

وقد بينت بيانات هذا الجدول ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث الايجابيات

والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، قد بلغت (٠,١١٦)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٥) وان العلاقة هنا طردية مما يعني انه كلما زادت التقييم الايجابي لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها بالضعيفة.

وكذلك اشارت بيانات هذا الجدول الى ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث الايجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل قد بلغت (٠,٠٧١)، وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠١).

واخيراً اوضحت بيانات هذا الجدول ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث الايجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج، قد بلغت (٠,٢٣٢)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠١)، وان العلاقة هنا طردية مما يعني انه كلما زادت التقييم الايجابي لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي زادت التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها بالضعيفة.

ومما سبق يمكن القول ان الفرض الفرعي الاول القائل "بمعنوية بيرسون للارتباط بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث الايجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية" قد انتهى الى ثبوت صحة الفرض الفرعي الاول جزئياً من الفرض الثالث الرئيس، حيث ثبت صحة وجود العلاقة بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل

الاعلام الرقمي من حيث الايجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث كلا من: (بعد مهارة الوصول والاستخدام، بعد مهارة التحليل، بعد مهارة الانتاج) ولكن ثبت عدم وجود علاقة بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث الايجابيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم.

جدول (٣٥) يوضح معنوية بيرسون للارتباط بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية

السلبيات التأثيرات الناتجة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدالة
بعد مهارة الوصول والاستخدام	٠,١١٣ *	٠,٠٢٣	دال
بعد مهارة التحليل	٠,٠٨٦	٠,٠٨٧	غير دال
بعد مهارة التقييم	٠,٠٧٢	٠,١٤٩	غير دال
بعد مهارة الانتاج	٠,٠٦٥	٠,١٩٦	غير دال

لاختبار معنوية العلاقة مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية، وبالنظر الى ان كلا المتغيرين جرى قياسه على المستوى الفتري فقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الفرض.

كما افادت من بيانات هذا الجدول بأن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، قد بلغت (٠,١١٣)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٥) وان العلاقة هنا طردية مما يعني انه كلما زاد التقييم السلبي طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي زادت التأثيرات

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

وقد بينت بيانات هذا الجدول ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم، قد بلغت (٠,٠٨٦)، وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠٥).

وكذلك اشارت بيانات هذا الجدول الى ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل، قد بلغت (٠,٠٧٢)، وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠٥).

واخيراً اوضحت بيانات هذا الجدول ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج، قد بلغت (٠,٠٦٥)، وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠١).

مما سبق يمكن القول ان الفرض الفرعي الثاني القائل "بمعنوية بيرسون للارتباط بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية" قد انتهى الى عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي الثاني جزئياً من الفرض الثالث الرئيسي، حيث ثبت صحة وجود العلاقة بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث بعد مهارة الوصول والاستخدام، ولكن ثبت عدم وجود علاقة بين مدى تقييم طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) في العراق لوسائل الاعلام الرقمي من

حيث السلبيات والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية من حيث كلاً من :
(بعد مهارة التحليل، بعد مهارة الانتاج، بعد مهارة التقييم).

• **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة احصائية بين طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي.

جدول (٣٦) يوضح معنوية الفروق بين طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام

مؤشرات احصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	بعد مهارة الوصول والاستخدام	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
٠،٠٠٠ ٣ دال	٣٩٨	= T	٠،٢٩٤١	٢،٨٠٤	٢٥	ذكر	
		١،٤٦	٣	٨	٢		
		٦	٠،٢٢٦٨	٢،٩٤٥	١٤	انثى	
٠،٠٠١ ٢ دال	٣٩٦	= F	٠،٣٦٧٠	٢،٨٤٢	٧٦	الاولى	
		٣،٦٨	٧	١			
		٤	٠،٠٠٠٠	٣،٠٠٠	٣٩	الثانية	
			٠	٠		المرحلة الدراسية	

			٠,٣١٤٨ ٠	٢,٨٩١ ٩	٣٧	الثالثة	
			٠,٢٤٦١ ٧	٢,٩٣٥ ٥	٢٤ ٨	الرابعة	
٠,٠٠٦ ٣ غير دال	٢ ٣٩٧	= F ٢,٧٨ ١	٠,٢٥٧٧ ١	٢,٩٢٩ ٨	٥٧	منخفض ض متوسط	المستوى الاقتصاد ي والاجتماع ي
			٠,١٩٢٣ ٤	٢,٩٦١ ٨	١٣ ١	مرتفع	
			٠,٣١١٧ ٤	٢,٨٩١ ٥	٢١ ٢		

لاختبار الفروق بين التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث مهارة سهولة الوصول والاستخدام لدى طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) باختلاف خصائصهم الديموغرافية، وبالنظر الى ان متغير بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام تم قياسه على المستوى الفتري، فقد تم استخدام الاختبار (T) الاحصائي لقياس الفروق في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث في بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام بحسب (النوع)، كما تم استخدام الاختبار (F) الاحصائي لقياس الفروق في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام بحسب (المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي). وقد كشفت بيانات هذا الجدول عن وجود معنوية الفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام لدى طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغيرات (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وذلك على النحو التالي:

- بلغت قيمة (T) للفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب

متغير النوع (١،٤٦٦)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠،٠٥)، ودرجة حرية (٣٩٨)، وقد كانت هذه الفروق لصالح الاناث (م = ٢،٩٤٥٩) مقارنة بالذكور (م = ٢،٨٠٤٨)، مما يعني ان المبحوثين الاناث كانوا لديهم بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام اكثر مقارنة بالذكور، ويمكن ارجاع ذلك لان غالبية الاناث يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي بشكل اكثر من الذكور سواء في التواصل مع الاصدقاء او بهدف الشهرة او بهدف شراء المنتجات الاون لاين.

- بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغير المرحلة الدراسية (٣،٦٨٤) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠،٠٥) ودرجتي حرية = (٣) بين المجموعات و (٣٩٦) داخل المجموعات وقد كانت هذه الفروق لصالح المرحلة الدراسية الثانية (م = ٣،٠٠٠٠) مقارنة بمبحوثين المرحلة الدراسية الاولى (م = ٢،٨٤٢١) مما يعني ان مبحوثين المرحلة الدراسية الثانية كانوا لديهم بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام اكثر مقارنة بمبحوثين المرحلة الدراسية الاولى، ويمكن ارجاع ذلك لان طلبة المرحلة الدراسية الاولى يكونوا مازال في بداية تعلمهم لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي في المجال الاكاديمي اولاً ومن ثم في حياتهم اليومية ثانياً لذلك ستكون مهارة سهولة الاستخدام والوصول للمعلومات عبر هذه الوسائل ليست جيدة بشكل كبير لانهم مازال في بداية طريقهم الجامعي.

- بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي (٢،٧٨١) وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠،٠٥) ودرجتي حرية = (٢) بين المجموعات و (٣٦٧) داخل المجموعات.

مما سبق يمكن القول ان الفرض الفرعي الاول القائل "بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث بعد مهارة سهولة الوصول والاستخدام قد انتهت الى ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي الاول جزئياً من الفرض الرابع الرئيسي، حيث ثبت وجود فروق بحسب (النوع، المرحلة الدراسية) ولم يثبت بوجود فروق بحسب (المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

جدول (٣٧) يوضح معنوية الفروق بين طلبة كليات الاعلام (عينة البحث)

بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث مهارة التحليل

مؤشرات احصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	بعد مهارة التحليل	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
٠,٣٣١ غير دال	٣٩٨	= T ٠,٩٧١	٠,٥٩٠٩٤	٢,٧٣٠٢	٢٥٢	ذكر	النوع
			٠,٤١٣٠٦	٢,٧٨٣٨	١٤٨	انثى	
٠,٠٠٠ دال	٣ ٣٩٦	= F ٩,٩٦٨	٠,٦٥٤٨١	٢,٦٠٥٣	٧٦	الاولى	المرحلة الدراسية
			٠,٠٠٠٠٠	٣,٠٠٠٠	٣٩	الثانية	
			٠,٥٠٥٢٣	٢,٤٥٩٥	٣٧	الثالثة	
			٠,٥٠٨٧١	٢,٧٩٨٤	٢٤٨	الرابعة	
٠,١٤٨ غير دال	٢ ٣٩٧	= F ١,٩١٨	٠,٥٩٠٢٣	٢,٧١٩٣	٥٧	منخفض	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
			٠,٤٧٢٠٠	٢,٨٢٤٤	١٣١	متوسط	
			٠,٥٤٨٣٦	٢,٧١٢٣	٢١٢	مرتفع	

لاختبار الفروق بين التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث مهارة التحليل لدى طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) باختلاف خصائصهم الديموغرافية، وبالنظر الى ان متغير بعد مهارة التحليل

تم قياسه على المستوى الفتري، فقد تم استخدام الاختبار (T) الاحصائي لقياس الفروق في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث في بعد مهارة التحليل بحسب (النوع)، كما تم استخدام الاختبار (F) الاحصائي لقياس الفروق في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل بحسب (المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

وقد كشفت بيانات هذا الجدول عن وجود معنوية الفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل لدى طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغيرات (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وذلك على النحو التالي:

- بلغت قيمة (T) للفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغير النوع (٠،٩٧١) وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠،٠٥) ودرجة حرية (٣٩٨).

- بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغير المرحلة الدراسية (٩،٩٦٨) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠،٠٥) ودرجتي حرية = (٣) بين المجموعات و (٣٩٦) داخل المجموعات، وقد كانت هذه الفروق لصالح المرحلة الدراسية الثانية (م = ٣،٠٠٠٠) مقارنة بمبحوثين المرحلة الدراسية الثالثة (م = ٢،٤٥٩٥) مما يعني ان مبحوثين المرحلة الدراسية الثانية كانوا لديهم بعد مهارة التحليل اكثر مقارنة بمبحوثين المرحلة الدراسية الثالثة.

- بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة التحليل لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي (١،٩١٨)، وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى

معنوية أقل من (٠,٠٥) ودرجتي حرية = (٢) بين المجموعات و (٣٦٧) داخل المجموعات.

ومما سبق يمكن القول ان الفرض الفرعي الثاني القائل "بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث بعد مهارة التحليل قد انتهى الى عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي الثاني جزئياً من الفرض الرابع الرئيسي، حيث ثبت وجود الفروق بحسب (المرحلة الدراسية) ولم يثبت بوجود فروق بحسب (النوع، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي).

جدول (٣٨) يوضح معنوية الفروق بين طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث مهارة التقييم

بعد مهارة التقييم		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات احصائية		
المتغيرات الديموغرافية					الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	٢٥٢	٢,٧١٠,٣	٠,٥٤٩٧٣	= T	٣٩٨	٠,٢٧٤
	انثى	١٤٨	٢,٦٤٨٦	٠,٥٣٢٨٠			
المرحلة الدراسية	الاولى	٧٦	٢,٥٣٩٥	٠,٥٠١٧٥	= F	٣٩٦	٠,٠٣٦
	الثانية	٣٩	٢,٧٩٤٩	٠,٤٠٩٠٧			
	الثالثة	٣٧	٢,٧٨٣٨	٠,٤١٧٣٤			
	الرابعة	٢٤٨	٢,٧٠١٦	٠,٥٨٢٨٨			
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	منخفض	٥٧	٢,٧٨٩٥	٠,٤١١٣١	= F	٣٩٧	٠,١١٧
	متوسط	١٣١	٢,٦١٨٣	٠,٤٨٧٦٦			
	مرتفع	٢١٢	٢,٧٠٢٨	٠,٦٠١٢٦			

لاختبار الفروق بين التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث مهارة التقييم لدى طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) باختلاف خصائصهم الديموغرافية، وبالنظر الى ان متغير بعد مهارة التقييم تم قياسه على المستوى الفتري، فقد تم استخدام الاختبار (T) الاحصائي لقياس الفروق في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث في بعد مهارة التقييم بحسب (النوع)، كما تم استخدام الاختبار (F) الاحصائي لقياس الفروق في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم بحسب (المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي). وقد كشفت بيانات هذا الجدول عن وجود معنوية الفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم لدى طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغيرات (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وذلك على النحو التالي:

- بلغت قيمة (T) للفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغير النوع (١،٢٠٠) وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠،٠٥) ودرجة حرية (٣٩٨).
- بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغير المرحلة الدراسية (٢،٨٦٧) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠،٠٥) ودرجتي حرية = (٣) بين المجموعات و (٣٩٦) داخل المجموعات، وقد كانت هذه الفروق لصالح المرحلة الدراسية الثانية (م = ٢،٧٩٤٩) مقارنة بمبحوثين المرحلة الدراسية الاولى (م = ٢،٥٣٩٥) مما يعني ان مبحوثين المرحلة الدراسية الثانية كانوا لديهم بعد مهارة التقييم اكثر مقارنة بمبحوثين المرحلة الدراسية الاولى.
- بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة التقييم لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغير المستوى

الاقتصادي والاجتماعي (٢٠١٦)، وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠،٠٥) ودرجتي حرية = (٢) بين المجموعات و (٣٦٧) داخل المجموعات.

ومما سبق يمكن القول ان الفرض الفرعي الثالث القائل "بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث بعد مهارة التقويم قد انتهى الى عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي الثاني جزئياً من الفرض الرابع الرئيسي، حيث ثبت وجود الفروق بحسب (المرحلة الدراسية) ولم يثبت بوجود فروق بحسب (النوع، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي).

جدول (٣٩) يوضح معنوية الفروق بين طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث مهارة الانتاج

بعد مهارة الانتاج		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات احصائية		
المتغيرات الديموغرافية					الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	٢٥٢	٢،٨٣٣٣	٠،٤٣٢٧٣	= T	٣٩٨	٠،٩٢٠
	انثى	١٤٨	٢،٨٣٧٨	٠،٤٣٧٢٨			
المرحلة الدراسية	الاولى	٧٦	٢،٧٥٠٠	٠،٤٣٥٨٩	= F	٣٩٦	٠،٠٠٢
	الثانية	٣٩	٣،٠٠٠٠	٠،٠٠٠٠٠			
	الثالثة	٣٧	٢،٦٧٥٧	٠،٦٦٨٩٢			
	الرابعة	٢٤٨	٢،٨٥٨٩	٠،٤١٢٦٦			
منخفض متوسط مرتفع	منخفض	٥٧	٢،٩٢٩٨	٠،٢٥٧٧١	= F	٣٩٧	٠،١٧١
	متوسط	١٣١	٢،٨٠١٥	٠،٤٧١٠٠			
	مرتفع	٢١٢	٢،٨٣٠٢	٠،٤٤٥٥٥			

المستوى							
الاقتصادي							
والاجتماعي							

لاختبار الفروق بين التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث مهارة الانتاج لدى طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) باختلاف خصائصهم الديموغرافية، وبالنظر الى ان متغير بعد مهارة الانتاج تم قياسه على المستوى الفكري، فقد تم استخدام الاختبار (T) الاحصائي لقياس الفروق في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث في بعد مهارة الانتاج بحسب (النوع)، كما تم استخدام الاختبار (F) الاحصائي لقياس الفروق في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج بحسب (المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

وقد كشفت بيانات هذا الجدول عن وجود معنوية الفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج لدى طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغيرات (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وذلك على النحو التالي:

- بلغت قيمة (T) للفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغير النوع (٠,٠١٠) وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠٥) ودرجة حرية (٣٩٨).

- بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغير المرحلة الدراسية (٤,٩٠٦) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠٥) ودرجتي حرية = (٣) بين المجموعات و (٣٩٦) داخل المجموعات، وقد كانت هذه الفروق لصالح المرحلة الدراسية الثانية (م = ٣,٠٠٠٠) مقارنة بمبحوثين المرحلة الدراسية الثالثة (م = ٢,٦٧٥٧) مما يعني ان مبحوثين المرحلة الدراسية

الثانية كانوا لديهم بعد مهارة الانتاج اكثر مقارنة بمبجوثين المرحلة الدراسية الثالثة.

- بلغت قيمة (F) للفروق بين المبحوثين في ابعاد المهارات الاعلامية من حيث بعد مهارة الانتاج لطلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي (١,٧٧١)، وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٥) ودرجتي حرية = (٢) بين المجموعات و (٣٦٧) داخل المجموعات.

ومما سبق يمكن القول ان الفرض الفرعي الرابع القائل "بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين طلبة كليات الاعلام (عينة البحث) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المرحلة الدراسية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في التأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الاعلامية نتيجة استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي من حيث بعد مهارة الانتاج قد انتهى الى عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي الثاني جزئياً من الفرض الرابع الرئيسي، حيث ثبت وجود الفروق بحسب (المرحلة الدراسية) ولم يثبت بوجود فروق بحسب (النوع، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي).

• توصيات البحث:

١. العمل على تقديم المزيد من حملات التوعية وورش العمل بهدف رفع مستوى ادراكهم حول التعامل مع الاعلام الرقمي ووسائله لتنمية المهارات الاعلامية.
٢. تلبية احتياجات الطلبة ومراعاة اختلاف مستوياتهم من خلال تقديم حجم الدعم الالكتروني المناسب، وكذلك الاستفادة من حجم هذا الدعم في عملية تقديم المساعدة للطلبة وتنمية المهارات المتنوعة.
٣. ضرورة توجيه الطلبة نحو الاستخدام الامثل للإعلام الرقمي ووسائله، مع وضع قواعد وضوابط ووسائل تكنولوجية حديثة لمراقبة المواقع الممنوعة والهدامة لإبداعات الطلبة.

٤. توجيه طلبة كليات الاعلام نحو استخدام وسائل الاعلام الرقمي في نتائج البحوث والدراسات لتطويرها بشكل صحيح والاستفادة منها.
 ٥. انشاء قسم للإعلام الرقمي بداخل كليات الإعلام ويتم ادارته من قبل طلبة الكلية ويكون به تدريب ميداني على مدار سنوات الدراسة، ويكون مسؤولاً عن جميع التغطيات الإعلامية والبرامج التي تقدمها الكلية.
- مصادر:

١. القليني، سوزان يوسف احمد، وآخرون (٢٠٢٢)، اتجاهات الشباب نحو مضامين التنمية البشرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية المهارات الاجتماعية لديهم، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، (٣٤)، ص ٢٦٩-٣٢٦.
٢. علام، اعتماد محمد (٢٠١٢)، الاحصاء في البحوث الاجتماعية، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
٣. الحافظي، فهد بن سليم سالم (٢٠٢١)، اختلاف حجم الدعم الالكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تنمية مهارات البرمجة لدى طلاب المرحلة الثانوية، مجلة جامعة طيبة للعلوم التربوية، (١) ١٦، ص ٦٩-٨٥.
٤. عثمان، صفا محمود (٢٠٢١)، العلاقة بين متابعة الشباب لمواقع الانستجرام وتنمية مهاراتهم الاجتماعية: دراسة مقارنة بين الشباب المصري والاماراتي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (٢) ٢٠، ص ٤٢٣-٤٧٧.
٥. بلة، الصديق عبد الصادق البدوي، درار، اميرة عبد الحي حسن (٢٠٢١)، فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين مهارات الخط العربي لدى طلاب التعليم عن بعد: الواسب انموذجاً، مجلة القلزم للدراسات التربوية والنفسية واللغوية، (٤)، ص ١٤٩-١٧٤.

٦. الحداد، سلوى يحيى محمد (٢٠٢٠)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الحياتية لدى طلبة كلية التربية بجامعة اب من وجهة نظرهم: الفيس بوك انموذجاً، مجلة بحوث ودراسات تربوية، (١٢)، ص ٦٥-٩٣.
٧. جرب، سليمان احمد سليمان، حسونة، اسماعيل عمر علي (٢٠٢٠)، التدريب عبر قناة يوتيوب لتنمية مهارات تصميم المقاييس الالكترونية لدى طالبات كلية التربية في جامعة الاقصى بغزة، المجلة التربوية، (١٣٧) ٣٤، ص ٢٠٩-٢٤٦.
٨. الوشاح، حليلة علي محمد (٢٠٢٠)، فاعلية توظيف الفيس بوك لتدريس اللغة الانجليزية في تنمية مهارات القراءة والكتابة لدى طلبة المرحلة الاساسية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم الاسلامية العالمية، الاردن.
٩. فراج، الامير صحصاح فايز، العطار، هبة محمد فهمي (٢٠١٩)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الاتصالية لدى الشباب السعودي، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، (٢٣)، ص ١٧٠-٢٢٥.
١٠. محمد، امل جودة (٢٠١٨)، استخدام الخرائط الذهنية في استراتيجية التعلم الالكتروني (الفردى والجماعي) بمنصة الفيس بوك على تنمية مهارات البحث في بنك المعرفة المصري لدى طلاب تكنولوجيا التعليم، تكنولوجيا التعليم، (٤) ٢٨، ص ٩٥-١٦١.
١١. الخولي، سلامة عبد العزيز السيد (٢٠١٨)، فاعلية التعلم التشاركي القائم على شبكات التواصل الاجتماعية في تنمية مهارات التفكير الابداعي لدى طلاب تكنولوجيا التعليم، مجلة كلية التربية، ٦٩ (١)، ص ٥٢١-٥٥٠.
١٢. مكاي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين (٢٠٠٤)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.

13. Agrikaltarini, Niken dwiretno Galuh, et.al (2019), Instagram & students higher order thinking skill of analyzing, linguistic, English education & Art (LEEA) journal, 3(1), pp. 45-60.
14. Bhowmick, tamalika, madhu, shuvankar (2020), Social media & Its Influence on social skills, international research journal of modernization in engineering technology & science, 2 (12), pp. 1068-1075.
15. Bryant Jennings, et.al, (2012), fundamentals of media effects, 2nd Edition, waveland pr Inc.
16. Eldridge, john (1997), the mass media & power in modern britain (oxford modern Britain), oxford university press England.
17. Eldridge, john, et.al (1997), the mass media & power in modern Britain (oxford modern Britain), oxford university press, united kingdom, England.
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 17/2/2024.
19. Littlejohn, Stephen W. foss, Karen A. (2010) theories of human communication, 10th Edition, waveland press , Inc.

20. Lorimer, Rowland, scannell, paddy (1994), Mass communications: A comparative introduction, Manchester university press, university of Manchester, Manchester, England.
21. Putri, Ni Made Anggi Arlina (2018), the use of Facebook & Development of students writing skills, IJET (Indonesian journal of English teaching), 7 (2), pp. 140-145.
22. Rouner, Donna (1984) Active television viewing & the cultivation hypothesis, journalism Quarterly, 61 (1), pp. 168-174.