

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب طلاب الجامعات المصرية مهارات التفكير الناقد

د/ شريف نافع إبراهيم فرج*

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة للتعرف على رصد وتوصيف وتحليل طبيعة تأثير محتوى وسائل التواصل الاجتماعي على تبني طلاب الجامعات لمهارات التفكير الناقد، وذلك من خلال الاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونموذج تفاعل الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومن خلال تطبيق استمارة استقصاء إلكترونية على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ من طلاب الجامعات المصرية ممن لديهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي.

وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة بين المتغيرات التالية (كثافة التعرض لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع التعرض لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي، والاعتماد على محتوى مواقع التواصل الاجتماعي، والثقة في مواقع التواصل الاجتماعي، والتفاعل مع محتوى مواقع التواصل الاجتماعي) - بالنسبة لطلاب الجامعات المصرية عينة الدراسة- وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد، في حين أن المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في (النوع، ونوع الجامعة، والفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي) لم تُحدث فرقاً في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على إكساب المبحوثين لمهارات التفكير الناقد.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي - طلاب الجامعات - التفكير الناقد.

* الأستاذ المساعد بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

The role of social media in providing Egyptian university students with critical thinking skills

Dr.Sherif Nafie Ebrahim Farag*

Abstract:

The study aimed to identify, describe and analyze the nature of the impact of social media content on university students' adoption of critical thinking skills, by relying on the uses and gratifications theory, the media dependency theory, and the audience interaction model via social media, and by applying an electronic survey form to a sample of 400 Egyptian university students who have accounts on social media sites. The study found a relationship between the following variables (intensity of exposure to social media content, motives for exposure to social media content, dependence on social media content, trust in social media, and interaction with social media content) for Egyptian university students in the study sample and their acquisition of critical thinking skills, while the demographic variables represented by (gender, type of university, academic year, and economic level) did not make a difference in the impact of social media sites on the acquisition of critical thinking skills by the respondents.

Key Words: Social media - University students - Critical thinking.

* Assistant Professor, Faculty of Mass Communication, Cairo University

مقدمة:

كانت مواقع التواصل الاجتماعي الأسرع في استقطاب ملايين الأعضاء والمستخدمين خلال سنوات قليلة، الأمر الذي يعكس قدرة تلك المواقع على تلبية الاحتياجات الاتصالية المتنوعة لمختلف فئات المستخدمين وبخاصة الشباب، فمع ظهور شبكة الإنترنت على وجه العموم ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص، بدأ تتشكل واقع جديد ليشير إلى مجتمعات تقوم على التواصل، وتتم خلاله الكثير من عمليات التفاعل الاجتماعية بمختلف أشكالها. وتعد مواقع التواصل الاجتماعي هي الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم، حيث تقوم بدور فعال في إمداد الأفراد- لا سيما الشباب منهم- بكثير من المعلومات والآراء، خاصة بعد ما استحوذت هذه المواقع على مساحة واضحة من وقت وفكر واهتمام ووجدان الشباب، وكانت الأسرع في استقطاب الملايين منهم خلال سنوات قليلة، وأصبحت مصدرًا مهمًا يستمدون المعلومات التي تساعد في تكوين رؤيتهم الخاصة نحو القضايا المطروحة، خاصة مع تنوع هذه القضايا بشكل واضح سواء على المستوى الكمي أو الكيفي، أو على مستوى تداخلاتها مع جوانب وأطراف متنوعة في المجتمع.

ولكن الملاحظ أن هذا الفيض المعلوماتي صاحبه بعض السمات السلبية المتمثلة في تباين المعلومات وتعدد مصادر الأخبار ورغبة بعض الجهات في نشر معلومات زائفة أو كاذبة أو بث شائعات، وهو ما من شأنه إصابة المستخدمين بالتشتت والتشكك في المعلومات ومصادرهما، ويتطلب تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم من أجل التمييز بين هذه المعلومات. وفي سياق متصل، فقد زاد الاهتمام في السنوات الأخيرة بمصطلح "التفكير الناقد" *Critical Thinking* نظرًا لما له من انعكاسات في عملية التعلم والقدرة على حل المشكلات، كما أن علماء النفس والتربية يمنحون اهتمامًا واضحًا لمثل هذا النوع من التفكير؛ نظرًا لارتباطه بجوانب عديدة كالمنطق وحل المشكلات والتفكير المجرد والتفكير التأملی، وتبلور ذلك في سعي القائمين على العملية التعليمية في مصر لإدراجها كمقرر دراسي في المرحلة الجامعية وما قبلها. وفي ضوء ما سبق تظهر أهمية دراسة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على اكتساب طلاب الجامعات المصرية لمهارات التفكير الناقد.

أهمية الدراسة:

- الربط بين مفهومي "مواقع التواصل الاجتماعي"، و"مهارات التفكير الناقد"، وهو من شأنه التوصل لنتائج تدعم الإطارين النظري والمعرفي لكلا المفهومين.
- تساعد دور مواقع التواصل الاجتماعي وما تبعه من تدفق كبير للأخبار والمعلومات، والتي اختلط فيها الصحيح بالخاطئ والحقيقي بالزائف، ومع الأخذ في الاعتبار وجود بعض الشباب غير الواعي، فإن ذلك يتطلب تبني مهارات التفكير الناقد لتنمية قدراتهم على فلترة المعلومات وتمييز الغث من الثمين.
- تركز هذه الدراسة على فئة مجتمعية مهمة ألا وهي فئة الشباب، وخاصة طلاب الجامعات، وغنى عن الذكر أهمية هذه الفئة في تشكيل واقع المجتمعات ومستقبلها، خاصة حينما يتعلق الأمر بطريقة تفكيرهم ورؤيتهم للقضايا والموضوعات المختلفة، مع ربط ذلك بمتغير مهم ألا وهو مواقع التواصل الاجتماعي.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة البحث الحالي في تساؤل محدد هو "ما تأثير التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي على إكساب طلاب الجامعات المصرية لمهارات التفكير الناقد؟ وما العوامل المؤثرة على ذلك؟".

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق هدف رئيسي يتمثل في رصد وتوصيف وتحليل طبيعة تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تبنى طلاب الجامعات المصرية لمهارات التفكير الناقد، وفي إطار ذلك تعمل الدراسة على تحقيق عدة أهداف فرعية هي:

- وصف طبيعة تعامل طلاب الجامعات مع مواقع التواصل الاجتماعي.
- تفسير دوافع تعرض طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي.
- تحديد مستوى العلاقة ونوعيتها بين مستوى التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات ونوعية تعاملهم مع محتوى مواقع التواصل الاجتماعي.
- قياس مستوى التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات.
- الوقوف على العوامل الداعمة لتبنى طلاب الجامعات مهارات التفكير الناقد.
- تحديد معوقات تبنى طلاب الجامعات لمهارات التفكير الناقد.

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لاختبار مجموعة من الفروض والعلاقات الإحصائية ذات الصلة بمشكلاتها البحثية وأهدافها وهذه الفروض يصوغها الباحث على النحو التالي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة تعرض طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع تعرض طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد طلاب الجامعات على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين ثقة طلاب الجامعات في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى تفاعل طلاب الجامعات مع مواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، ونوع الجامعة، والفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي) في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على إكسابهم مهارات التفكير الناقد.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بمرسح التراث العلمي المتعلق بموضوع الدراسة باللغتين العربية والإنجليزية خلال الفترة من عام ٢٠١٤ حتى ٢٠٢٢، وأسفر المسح عن وجود عدد كبير ومتميز من الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة، ومن ثم فقد تم تصنيف الدراسات في محورين،

الأول وقد جاء تحت عنوان "الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد"، والثاني وقد جاء تحت عنوان "الدراسات التي تناولت استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية عليهم"، ونستعرض فيما يلي أهم نتائج ومؤشرات هذه الدراسات بما يفيدنا في دراستنا على النحو التالي:

المحور الأول: دراسات تناولت تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات التفكير الناقد:

- دراسة (Su,2022)^(١): واستهدفت التعرف على دور مهارات التفكير الناقد في تحليل المعلومات والمنشورات المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الصين، وذلك من خلال توزيع استمارة استقصاء إلكترونية على عينة قوامها ٨٠٠ مفردة من طلاب جامعة شنغهاي الصينية، وتوصلت إلى الاستفادة من المنصات الإعلامية في تنمية التفكير الناقد لمساعدة الأفراد على معرفة الفرق بين الرأي والحقيقة، وتنمية المهارات الخاصة بالتفكير الناقد والمتعلقة بالتفسير والاستنباط وتقويم الحجج والتعرف على الافتراضات والاستنتاج لمواجهة المعلومات المضللة وتوعية بقية المستخدمين بشأنها.

- دراسة (Dwi,2021)^(٢): واستهدفت تحديد عوامل دعم مواقع التواصل الاجتماعي لمهارات التفكير النقدي للمستخدمين، من خلال توزيع استمارة استقصاء إلكترونية على عينة قوامها ١٠٠٠ من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في تايلاند، وتوصلت إلى أن تبني مهارات التفكير الناقد في العصر الرقمي له دور بارز في إكساب أفراد العينة مهارات التقويم والتحليل وحل المشكلات، وتفسير المواد الإعلامية وتكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها، وأن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية، إضافة لتطوير الملكات النقدية والإبداعية لهم.

- دراسة (Al-Zou'bi,2021)^(٣): وسعت لتحديد دور مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب طلاب جامعة آل البيت الأردنية لمهارات التفكير الناقد، من خلال توزيع استمارة استقصاء على عينة قوامها ١٣٥ طالب من جامعة آل البيت تتناول تعاملهم مع المنشورات على الفيسبوك وتويتر وإنستجرام، وخلصت إلى وجود تأثير إيجابي لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم، نظراً لكثافة التعرض لمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي بما يثيره من معلومات وأفكار ورسائل من شأنها تنمية مهارات التفكير وإعمال العقل.

- دراسة (أبو بكر الصالحى، ٢٠٢٠)^(٤): وبحثت العلاقة بين مستوى التفكير الناقد لدى ٤٠٠ طالب في الجامعات المصرية، وقدرتهم على دحض الأخبار الزائفة في ظل انتشار الكثير منها، وتوصلت لارتفاع معدلات تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاع مستوى معرفتهم بها، وقدرتهم على دحضها، بالإضافة إلى وجود علاقة بين مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين وقدرتهم على دحض الأخبار الزائفة.

- دراسة (نادية مصطفى، ٢٠١٨)^(٥): واستهدفت التعرف على مدى الاستخدام الناقد للمراهقين المصريين للإعلام الجديد، وبلغت عينة الدراسة ٤٠٠ من الطلاب الجامعيين،

وتوصلت إلى أن نسبة من يستخدمون مواقع الإعلام الجديد بصفة دائمة تمثل ٧٢% من مفردات العينة، وقادت نتائج مقياس الاستخدام الناقد الذي أعدته الباحثة إلى نتيجة عامة وهي ضعف مهارة الاستخدام الناقد للمراهقين المصريين أثناء تعاملهم مع مواقع الإعلام الجديد وذلك للأربع مهارات المتعلقة بالرسائل الإعلامية وهي (الوصول للرسائل، تحليلها، نقدها، إنتاجها).

- **دراسة (السر أحمد، وعثمان فضل، ٢٠١٧) ^(٦)**: وسعت للتعرف على التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقدرة على التفكير الناقد لدى عينة مكونة من ٤٠٠ من طلاب جامعة حائل بالسعودية، وتوصلت إلى تعامل الطلاب مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي، بالإضافة لوجود علاقة طردية بين التعامل مع محتوى هذه الوسائط وتنمية القدرة على التفكير الناقد لدى الطلاب.

- **دراسة (غادة ممدوح، ٢٠١٧) ^(٧)**: وسعت لرصد وقياس وتحليل الخطاب الإعلامي الوارد في كل من الإعلام التقليدي والجديد؛ لمعرفة أهم الأطروحات والقوى الفاعلة فيها بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠١٥ بالتطبيق على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي، وانتهت الدراسة إلى أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد زادت تنمية مهاراتهم النقدية نحو قضايا الديمقراطية.

- **دراسة (أحمد جمال، ٢٠١٥) ^(٨)**: والتي هدفت لقياس أثر برنامج مقترح في تنمية مهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية لدى طلاب الفرقة الثانية بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتحديد مهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية المراد إكسابها للطلاب عينة الدراسة، والمنهج شبه التجريبي ذا المجموعة التجريبية الواحدة، وتوصلت الدراسة إلى تحسن أداء طلاب مجموعة الدراسة في التطبيق البعدي مقارنة بالتطبيق القبلي لاستبانة استخدام وإنتاج صحافة المواطن على مواقع الشبكات الاجتماعية والجانب المهاري لمهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية عليهم:

- **دراسة (Khana, 2022) ^(٩)**: والتي قامت بتحليل ٥١٢ منشور على الفيسبوك وتويتر تناولت معلومات بشأن الفوائد المتوقعة من الحصول على اللقاحات المضادة لفيروس كورونا، وتم توزيع استمارة استقصاء إلكترونية على عينة قوامها ١٠٠٠ مستخدم من طلاب جامعة "مانهاتن" الأمريكية، وتوصلت لدور مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب المستخدمين معلومات موثوقة عن الأخطار الحقيقية لفيروس كورونا، بالإضافة لتشكيل اتجاهات إيجابية لدى المستخدمين نحو تلقي اللقاحات المضادة للفيروس والأخذ بالاجراءات الاحترازية.

- **دراسة (هناء النابلسي ٢٠٢١) ^(١٠)**: واستهدفت تحديد أثر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي اجتماعياً ونفسياً، وتكون مجتمع الدراسة من الشباب الجامعي في مرحلة البكالوريوس ممن هم على مقاعد الدراسة في الجامعات الأردنية للعام

الجامعي والذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أجريت الدراسة على عينة مكونة من ٣٧١ طالبًا وطالبة في جامعتي البلقاء التطبيقية وعمان الأهلية كنموذج للجامعات الأردنية، وقد تم اختيارهم بالطريقة القصدية، وتم استخدام المنهج الوصفي لملاءمته أغراض الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي اجتماعيًا، وتبين وجود أثر على كل من السلوك والشخصية، والعلاقات مع الأسرة والعلاقات مع الأقارب والأصدقاء، وأظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للأثر الاجتماعي لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي، بينما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع لمتغير العمر.

- **دراسة (مروى السعيد، ٢٠٢١) ^(١١)**: واستهدفت التعرف على حدود وطبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف الجمهور المصري واتجاهاته نحو أزمة سد النهضة، من خلال توزيع استمارة استقصاء إلكترونية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري تراوحت أعمارهم بين (١٨ - ٤٠ سنة)، واتضح من إجابات المبحوثين ارتفاع اتجاهاتهم الإيجابية وثقتهم في التناول الإعلامي لأزمة سد النهضة على مواقع التواصل الاجتماعي ومصداقيتها بالنسبة لهم حيث أكدوا على أنها تمتاز بالشمولية في تناول الأزمة، وأنها تعتمد على أدلة وصور وفيديوهات وتستعين بالخبراء.

- **دراسة (نوف خالد، ٢٠٢١) ^(١٢)**: وسعت لقياس تأثير الآراء بموقع تويتر على تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولى المرأة السعودية للمناصب القيادية، وتوصلت إلى أن متوسط الوقت الذي تقضيه عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا من ٤ - ٦ ساعات، بالإضافة لوجود تأثيرات إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي بشأن تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولى المرأة السعودية للمناصب القيادية.

- **دراسة (محمد سعد الدين، ٢٠٢١) ^(١٣)**: وهدفت لتحديد كيفية التماس الشباب المصري للمعلومات وقت الأزمات من مواقع التواصل الاجتماعي وأسبابها وأهدافها، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي وعينة عشوائية من طلاب قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة دمياط، وتوصلت إلى أن أبرز أسباب استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي: الفورية والأنية وسرعة نقل الأخبار، تلاها مساهمتها في توضيح الواقع الفعلي للأحداث وجمعها بين أكثر من مصدر، وكذلك استخدامها لملفات الصوت والفيديو والتي تعد أهم الوسائط المتعددة التي ميزت مواقع التواصل الاجتماعي.

- **دراسة (Ricciardelli,2020) ^(١٤)**: وهدفت للتعرف على العوامل التي يتم في إطارها حدوث أقصى تأثير ممكن لمواقع التواصل الاجتماعي في عملية تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي الأمريكي، وتم استخدام استبانة إلكترونية على عينة قوامها ٥٥٠ من طلاب جامعة "مينسوتا"، وتوصلت لارتفاع معدل التأثيرات الإيجابية المتحققة لمواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين، حيث ساهمت في تعزيز الجانب المعرفي والوجداني والسلوكي لهم، إذ نمّت لديهم الجانب المعرفي من خلال المعلومات الفورية التي نشرتها عن كافة الموضوعات المثارة في الساحة الأمريكية، كما نمّت لديهم الجانب الوجداني، وعززت الانتماء للوطن.

- دراسة (حسام على، ٢٠٢٠) ^(١٥): وسعت للبحث في دوافع اعتماد أفراد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة عن هذه الدوافع وكيفية تأثير نشر الأخبار المزيفة على منصات وحساباتها على فعالية هذه الوسائل وكفاءتها من حيث درجة اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة كورونا، وذلك من خلال تطبيق استمارة استقصاء إلكترونية على عينة عمدية قوامها ٢٥٠ مفردة. وتوصلت لتصدر موقع إنستجرام وسائل التواصل التي تعتمد عليها عينة الدراسة في متابعة الأخبار، يليه تطبيق الواتس أب، وجاء "الفهم" في المرتبة الأولى للدوافع العامة لاعتماد الأفراد على وسائل التواصل الاجتماعي.

- دراسة (بسنت البطريق، ٢٠١٨) ^(١٦): والتي استهدفت التعرف على الدوافع النفسية التي أدت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقياس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب المصري والكشف عن أسباب ارتباطهم الشديد بمواقع التواصل الاجتماعي إلى حد أن تتولد لديهم ظواهر نفسية كالإحباط والاكتئاب والشعور بالقلق، وتم تطبيق الدراسة على عينة متاحة قوامها ٤٠٠ مبحوثاً من الشباب المصري من سن (١٨:٣٥) عاماً لتمثيل المستويات الاجتماعية والاقتصادية وتم سحب العينة من محافظة القاهرة ومحافظة الشرقية ومحافظة بني سويف لتمثيل قطاعات الجمهورية الثلاثة.

وتوصلت الدراسة إلى أن أهم الدوافع النفسية وراء التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها تمثلت في دافع الانتماء تلاه دوافع التفاعلية، والتعبير عن النفس والاستقلالية ثم دوافع الكفاءة، تحسين الأداء والإبداع، وتمثلت الآثار النفسية السلبية في الشعور بالقلق والاكتئاب بينما كانت الآثار النفسية الإيجابية هي تحقيق الذات ودعم حرية الرأي والتعبير.

- دراسة (Asiedu, 2017) ^(١٧): واستهدفت التعرف على التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على الطلاب في الجامعات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية من ٢٠٠ طالب بجامعة (غانا وكوامي نكروما للعلوم والتكنولوجيا)، وأظهرت النتائج أن الآثار الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي تفوق الآثار السلبية، وأن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت في تكوين صداقات أكثر من الحياة الحقيقية، وتشجيع المشاركة في النقاش والحوار، وأما من الناحية السلبية فتبين وجود انخفاض بمستوى التركيز الدراسي، والأوقات الطويلة التي يقضيها الطلبة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يؤثر في مستوى التحصيل الدراسي والحد من التفاعل الشخصي وجهاً لوجه.

- دراسة (فاتن عبد الرحمن، ٢٠١٧) ^(١٨): وركزت على رصد وتحليل طبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بشأن تشكيل معارف المغتربين واتجاهاتهم نحو أحداث الإرهاب بمصر عام ٢٠١٥، تطبيقاً على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من المصريين المقيمين بالسعودية، وتوصلت لارتفاع معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاع معدل متابعة القضية محل الدراسة بها، كما ارتفعت أيضاً درجة الثقة والمصدقية في المعلومات المقدمة بمواقع التواصل الاجتماعي.

- دراسة (Ali,&Iqbal, 2016) ^(١٩): واستهدفت التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، حيث تم اختيار عينة

عشوائية بسيطة من طلبة جامعة سارجودا في الباكستان بلغ حجمها ٣٤٢ طالباً وطالبة، وكان من نتائجها أن أكثر استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لطلبة الجامعات تكون مع الأسرة والأصدقاء وأنها تساعد في تنمية القدرات والمهارات للطلبة، كما أنها تلعب دوراً مهماً في التعلم وفرص العمل، إلا أن لها آثاراً سلبية على الشباب كتأثيرها على الصحة والقيم الثقافية.

- **دراسة (نورة عبد الله، ٢٠١٤) (٢٠):** وسعت للتعرف على العوامل المؤثرة على تعرض الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية وإدراكهم للقضايا والأحداث الجارية، واستخدمت منهج المسح، وتم اختيار عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت لارتفاع درجة حرص المبحوثين على التماس المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية من مواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاع درجة ثقتهم في المعلومات التي تقدمها.

تعليق على الدراسات السابقة:

- وجود اتجاه متنامي من جانب الدراسات الأجنبية لدراسة موضوع تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي من جميع زواياه وجوانبه من ناحية، ومن ناحية أخرى كانت هناك قلة في الدراسات العربية التي اهتمت بعلاقة مواقع التواصل الاجتماعي بإكساب المستخدمين لمهارات التفكير الناقد.

- منهجياً، تنوعت المناهج البحثية التي وظفتها الدراسات السابقة لخدمة أهدافها البحثية، إلا أن المنهج الأكثر استخداماً كان المنهج المسحي بالإضافة لمنهج دراسة الحالة، وتنوعت أدوات جمع البيانات بين الأدوات الكمية من خلال استمارة الاستقصاء سواء (بالمقابلة، بالبريد الإلكتروني) واستمارة تحليل المضمون، والأدوات الكيفية مثل (المقابلة المتعمقة، مناقشة المجموعات المركزة)، كما تنوعت العينات بين العينات العشوائية والعمدية، كما تجدر الإشارة لتنوع مجالات القضايا التي تناولتها الدراسات.

- تنوعت القضايا التي ثبت من خلالها تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهات ومعارف ومعلومات الجمهور حيالها مثل: (فيروس كورونا، سد النهضة، الإرهاب، قيادة المرأة للسيارات، التمكين السياسي للمرأة، الفساد، رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠)، بالإضافة لتنوع المجتمعات التي تم التطبيق فيها، والتي ثبت في جميعها تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف المستخدمين واتجاهاتهم حيال القضايا.

- اتفقت الدراسات على أن تبني مهارات التفكير الناقد في العصر الرقمي له دور بارز في إكساب الأفراد مهارات التقويم والتحليل وحل المشكلات، وتفسير المواد الإعلامية وتكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها، وأن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية، إضافة لتطوير الملكات النقدية والإبداعية للمتلقين.

الإطار النظري للدراسة:

يوظف الباحث في هذه الدراسة المداخل والنظريات التالية:

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory

وتتمثل الفكرة الرئيسية لهذه النظرية في أن أفراد الجمهور يعتمدون على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام رغبة منهم في إشباع حاجاتهم وتحقيق رغباتهم وأهدافهم، ومثل هذا

المجتمع يصبح فيه الأفراد أكثر اعتمادًا على وسائل الإعلام بشكل متزايد لأغراض التوجيه والمعرفة لما يحدث في مجتمعهم، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد المجتمع للتماس مزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع من حولهم^(٢١).

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية :

- **الفهم:** مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، والفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم والجماعات المحلية وتفسيرها.
- **التوجيه:** ويعنى تصرف الفرد بطريقة تتفق مع معاييرها الاجتماعية.
- **التسلية:** وتشمل التسلية المنزلة مثل الراحة والاسترخاء، والتسلية^(٢٢).

تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام :

- (١) **التأثيرات المعرفية Cognitive Effects :** وهى تجاوز مشكلة الغموض التى يتعرض لها الفرد بسبب نقص المعلومات أو عدم كفايتها بشأن الأحداث والقضايا.
- (٢) **التأثيرات الوجدانية Affective Effects :** وتنتمى فى الفئور العاطفى، أو القلق والخوف، أو الدعم المعنوى والأخلاقى والذى لا يمكن تطويره دون تأثيرات نظم الاتصال.
- (٣) **التأثيرات السلوكية Behavioral Affects:** وهى الناتج النهائى للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية، وتنقسم إلى الفعالية حيث يقوم الفرد بعمل ما كان يعمل لولا تعرضه للرسائل الإعلامية، أو عدم الفعالية أى تجنب القيام بالفعل^(٢٣).

تأثيرات الاعتماد على الاتصال الرقمى:

تعتبر الأهداف المعرفية التى يسعى الفرد لتحقيقها - ويعتمد فيها على وسائل الإعلام مثل الحاجة للتسلية- من وظائف الاتصال الرقمى. وعلى قدر أهمية هذه الحاجات والقدرة على تلبيتها تتفاوت درجات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، أى أن الاتصال الرقمى فى مجال نظرية الاعتماد لا يُعتبر نظامًا للمعلومات فحسب ولكنه عديد من النظم الخاصة بفئات المستخدمين وحزم المواقع ومستواها وأهدافها^(٢٤).

وفى سياق متصل، توضح نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام درجة مصداقية هذه الوسائل لدى الجمهور، حيث يطوّر الأفراد درجات اعتمادهم على وسائل الإعلام طبقًا لأرائهم بشأن مصداقيتها، وفى العصر الرقمى تساعد هذه النظرية على معرفة تأثيرات هذا الاعتماد على معارف واتجاهات وآراء للجمهور وما يتبعها من قرارات وسلوكيات، والتعرف على مدى قوة هذه التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عبر الرسائل الإعلامية بمواقع التواصل الاجتماعى^(٢٥).

ومن ثم تساعد هذه النظرية على اختبار درجة اعتماد طلاب الجامعات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعى باعتبارها من مصادر الحصول على المعلومات حول القضايا والأحداث الموضوعات المتنوعة، ومدى تفاعلهم معها وتطبيقهم لمهارات التفكير النقدي حيالها.

ثانيًا: نموذج تفاعل الجمهور عبر وسائل التواصل Social media engagement

وضعت الباحثة (Li Charlene) نموذجًا يوضح مستويات تفاعل الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعى يُطلق عليه هرم المشاركة Engagement Pyramid، ويتكون من

خمس عناصر يمكن عرضها من منظور مستخدمى الوسائط الاجتماعية، وعرض كيفية تفاعلهم مع المحتوى المقدم عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.^(٢٦)

• ويتضمن هذا النموذج خمسة مستويات لتفاعل الجمهور مع هذه المواقع هي^(٢٧):
• المساعد Curating : هو الشخص الأكثر انغماسًا في التفاعل مع صفحات التواصل الاجتماعي ويشارك بإيجابية بشكل دائم، ويهتم بالرد على تعليقات أقرانه من جمهور هذه الصفحات والتواصل معهم إلى الحد الذي يمكن اعتباره مساعداً في إدارتها (مساعد أدمنز) .
• المنتج Producing : المزيد من الانغماس في التفاعل على صفحات التواصل الاجتماعي، فلا يكتفي بمشاركة الحالة أو التعليق على المضمون، ولكن يقوم بنشر التعليقات ورفع محتوى على هذه الصفحات سواء صور أو فيديوهات.

• المعلق Commenting : وتعني الاستجابة النشطة لمنشورات الآخرين ليس فقط من خلال مشاركة حالاتهم ولكن أيضاً بالتعليق على المحتوى المنشور سواء بالرأي أو النقد أو الاستيضاح والاستفسار أو النصح، ما يزيد من مستوى التفاعل مع القائمين على إدارة هذه الصفحات وكذلك مع الآخرين من أعضاء أو زوار.

• المشارك Sharing يقوم بمشاركة الحالات على صفحات المواقع المختلفة، وكذلك مشاركة الصور والفيديوهات، بهدف تبادل المعلومات مع أقرانهم لدعمهم أو مشاركتهم المعرفة والخبرة والمشاعر

• المشاهد Watching : يستهلك المحتوى من خلال زيارة صفحات مواقع التواصل الاجتماعي ولكنه يكتفي بقراءة المنشورات، مشاهدة الفيديوهات والصور، والاستماع لملفات الصوت، بهدف التعلم من أقرانه أو الترفيه.

وفي الوقت ذاته ، توجد عدد من الأسباب التي تحد وتقلل من مستويات تفاعل المستخدمين تتمثل في النقاط التالية^(٢٨):

١. منشورات لا تتوافق مع اهتمامات الجمهور.
٢. منشورات لا تلفت عين المستخدمين.
٣. أوقات نشر فيها المنافسة عالية.
٤. سوء النصوص المستخدمة في المنشورات.
٥. أوقات النشر سيئة.

ويمكن الاستفادة من هذا النموذج في تحديد درجة تفاعل عينة الدراسة مع وسائل التواصل الاجتماعي ومدى تأثير ذلك على إكسابهم مهارات التفكير الناقد.

ثالثاً: نظرية التعلم الاجتماعي: Social Learning Theory

تقوم نظرية التعلم الاجتماعي على افتراض مفاده أن الإنسان ككائن اجتماعي، يتأثر باتجاهات الآخرين ومشاعرهم وتصرفاتهم وسلوكياتهم، أي أن باستطاعته التعلم منهم عن طريق ملاحظة استجاباتهم وتقليدها وإمكانية التأثير بالثواب والعقاب على نحو بدلي (غير مباشر)، وهو ما يعطي التعليم طابعاً تربوياً لأن التعلم لا يتم في فراغ بل في محيط اجتماعي.^(٢٩)

آليات التعلم الاجتماعي^(٣٠)

يرى باندورا أن التعلم الاجتماعي يتضمن أربع آليات رئيسية، وهي:

أولاً: التفاعلية التبادلية:

حيث يحدث السلوك الإنساني داخل تفاعلية تبادلية ثلاثية هي: السلوك والمتغيرات البيئية والعوامل الشخصية.

ثانياً: العمليات الإبدالية:

فليس ضرورياً أن يتعرض الفرد لممارسة الخبرة بنفسه كي يتعلم، بل يمكن اكتسابها على نحو بديلي (غير مباشر) من خلال ملاحظة الآخرين، ويعني ذلك إمكانية تأثر سلوك الفرد (الملاحظ) بالثواب والعقاب على نحو بديلي (غير مباشر) حيث يتخيل المتعلم نفسه مكان النموذج، مثل: تعلم الخوف من الحشرات والحيوانات، فليس ضرورياً أن يتعرض الفرد للدغة الأفعى كي يعرف أنها خطيرة.

ثالثاً: العمليات المعرفية:

يحدث التعلم بالملاحظة عندما يقوم الشخص المُلاحظ بتسجيل استجابات النموذج وتخزينها على نحو رمزي ثم يقوم باستخدامها كقرائن عندما يريد أداء هذه الاستجابات على نحو ظاهري، ويشير ذلك للتأكيد على بعض العمليات المعرفية في تفسير عملية التعلم.

رابعاً: عمليات التنظيم الذاتي:

ينظم الفرد الأنماط السلوكية في ضوء النتائج المتوقعة منها، فتوقع النتائج المترتبة يحدد إمكانية تعلم السلوك من عدمه.

مصادر التعلم الاجتماعي:^(٣١)

أ- التفاعل المباشر مع الأشخاص الحقيقيين في الحياة الواقعية:

حيث يمكن أن يتعلم الفرد العديد من الخبرات والأنماط السلوكية من خلال التفاعل اليومي المباشر عن طريق ملاحظة نماذج حية في البيئة، فنحن نتعلم من خلال التفاعل مع الوالدين والأقران وأفراد المجتمع الذي نعيش فيه.

ب- التفاعل غير المباشر (وسائل الإعلام التقليدية والجديدة):

إذ يمكن من خلال هذه الوسائل تعلم الكثير من الأنماط السلوكية، فمثل هذه الوسائل تعد أدوات مؤثرة في السلوك.

وسائل التواصل الاجتماعي كأحد مصادر التعلم الاجتماعي:^(٣٢)

١. لا يستمد الجيل الحالي أغلب معلوماته من المواد المطبوعة، بل من المواقع الإلكترونية وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، لذا يجب الاستثمار في هذه الأشكال الجديدة لوسائل التعليم من طرف الأنظمة التعليمية، فمن الضروري أن يكون الشباب قادرين على ممارسة تعلمهم خارج المؤسسات التعليمية.

٢. من خلال متابعة شخص ذو توجه فكري معين في تويتر أو الفيس بوك، يؤدي إلى تعلم الشخص أنماط تفكير لم تكن موجودة لديه وبالتالي تطبيقها على شكل أفعال معينة، وليس بالضرورة أن يكون هذا التوجه الفكري سلبياً، بل قد يكون إيجابياً في كثير من الحالات، فعلى سبيل المثال ساهم موقع إنستجرام في تعلم الأشخاص أنماطاً سلوكية عالمية، لكونه يضم العديد من المتابعين من مختلف دول العالم وهو ما أسهم بدوره في اكتساب المتابعين

كثير من السلوكيات والمعارف التي لم تكن شائعة في بيئاتهم المحلية، كما ساهم كذلك في تعليم بعض الهوايات التي لم تكن معروفة أو مألوفة ما أدى بكثير من الأشخاص للبحث عن تلك الهوايات وتعلمها وبالتالي ممارستها.

وعلى ذلك يُعد مدخل التعلم الاجتماعي من أنسب المداخل للدراسة الحالية؛ حيث يتعرض الشباب الجامعي لكم هائل من المعلومات التي تؤثر على إدراكه ووعيه بالقضايا وتؤثر على تشكيل اتجاهاته وبالتالي سلوكه سلبيًا وإيجابيًا تجاه الأحداث المطروحة.

التفكير الناقد.. نشأته وتطوره:

يرجع التفكير الناقد للفيلسوف اليوناني سقراط، عندما كان يوجّه سلسلة من الأسئلة، ولذلك سُميت طريقته بمنهج سقراط الذي عرّف التفكير العقلاني بهدف توجيه السلوك وإثارة الأسئلة. وفي العصر الحديث بدأت حركة التفكير الناقد مع أعمال جون ديوي عندما استخدم فكرة التفكير المُنعكس والاستقصاء "كيف نفكر". وفي الثمانينيات من القرن العشرين بدأ فلاسفة الجامعات يشعرون بأن الفلسفة يجب أن يكون لها دور للمساهمة في الحركة التربوية والإصلاحية، ومن ثم بدأ التركيز على هذا المفهوم^(٣٣).

ويُعد التفكير الناقد من أكثر أشكال التفكير تعقيدًا، نظرًا لارتباطه بعمليات عقلية عديدة كالمنطق وحل المشكلات، وكذلك ارتباطه الوثيق بالتفكير المجرد، والتفكير التأملي، كما أن علماء التربية يُبدون اهتمامًا واضحًا لهذا النوع من التفكير لما له من انعكاسات في عملية التعلم التربوية والقدرة على حل المشكلات وطرح الآراء ومناقشتها، ولكن غالبيتهم انفقوا على أن الطلبة بحاجة إلى المزيد من الجهد للكشف عن قدراتهم الكامنة، والفهم الأعمق للمحتوى المعرفي الذي يتعلمونه، وأن التفكير يُحوّل عملية اكتساب المعرفة من عملية خاملة إلى نشاط عقلي ديناميكي.^(٣٤)

ويمكن تعريف التفكير الناقد بأنه "عملية فكرية واعية تتضمن- بطريقة نشطة وفعالة- وضع تصور، وتحليل وتركيب أو تقويم المعطيات الناتجة من الملاحظة والتجربة ومن التأمل والتفكير، أو من الاتصالات، بغرض توجيه المعتقدات والأفعال."^(٣٥)

أهمية التفكير الناقد:

• يساعد على التنبؤ بالنتائج المحتملة، من حدث واحد أو مجموعة من الأحداث، كما يساعد في تقييم الآراء بطريقة موضوعية بعيدًا عن الذاتية والتحيز.

• المساعدة في اتخاذ القرارات وفق منهجية علمية تتصدى للأفكار والشائعات والعادات الهدّامة.

• تنمية قدرة الأفراد على التعامل بكفاءة مع المشكلات والمواقف، وقبول النقد والاستفادة من ملاحظات الآخرين.

• تطوير التربية الوطنية لدى الأفراد، وتنمية الحس بالمجتمع المحيط.

• تعزيز مهارات اللغة بهدف التعبير الجيد عن الأفكار وتحسين قدرات الفهم والاستيعاب.^(٣٦)

خصائص التفكير الناقد:

• سلوك هادف على وجه العموم ولا يحدث من فراغ أو بغير هدف.

• سلوك تطوري يزداد تعقيدًا مع نمو الفرد وتراكم خبراته.

- يتشكل من تداخل عناصر المحيط التي تضم الزمان والموضوع محل التفكير.
- الاهتمام بالاستنباط واستنتاج الأحكام والقواعد النهائية^(٣٧)
- مكونات التفكير الناقد:**
- يتكون التفكير الناقد من مكونات متكاملة وإذا فقد إحداها لا تنجح عملية التفكير الناقد، وهي:
- **القاعدة المعرفية:** وهي المعتقدات التي تشير للتناقض، أي ما يعرفه الفرد ويعتقد فيه، ولا يكتمل هذا الشعور إلا من خلال هذه المعتقدات.
- **الأحداث الخارجية:** وهي المثيرات التي تستثير الإحساس بالتناقض، وقد تكون في بيئة العمل، أو موقف شخصي.
- **النظرية الشخصية:** وتخص كل فرد بنفسه وقاعدته المعرفية، ليلخص معتقداته وتوقعاته.
- **حل التناقض:** ويشمل جميع جوانب التفكير الناقد، فعندما يشعر الفرد بالقلق بسبب التناقضات، يسعى لحل^(٣٨).
- معايير التفكير الناقد:**
- وهي المواصفات العامة المُتفق عليها لدى الباحثين، وتعتبر أساساً للحكم على التفكير الناقد الذي يمارسه الفرد في مواجهة المشكلة المطروحة، وهي:
- **الوضوح:** وهو الفهم الصحيح للجملة؛ حيث إنّ العبارة أو الجملة غير الواضحة قد تسبب الالتباس لدى المفكر وبالتالي سوء الحكم، أو عدم القدرة على الحكم عليها من الأساس.
- **الصحة:** وهي أن تكون العبارة صحيحة وموثقة، فقد تكون العبارة واضحة ولكنها ليست صحيحة.
- **الدقة:** فعلى الموضوع أن يكون كافيًا وواقياً، بلا إسهاب أو تقصير؛ وذلك للإلمام بكافة التفاصيل المتعلقة به.
- **الارتباط:** فعلى الجملة أو العبارة المطروحة أن تكون ذات علاقة بالموضوع الأساسي ومحل النقاش أو البحث.
- **العمق:** وهو أن يكون الطرح على المستوى الفكري المطلوب للنقاش في المسألة محل البحث^(٣٩).
- **الاتساع:** حيث يأخذ التفكير الناقد بكافة جوانب المشكلة على اتساعها دون إهمال إحداها على حساب الآخر.
- **المنطق:** بحيث يتم تسلسل الأفكار وترابطها في ذهن الناقد أولاً قبل أن تتم كتابتها بألفاظ واضحة ودالة للوصول إلى معنى واضح ومُقنع للطرف الآخر^(٤٠).
- مهارات التفكير الناقد:**
- **التفسير:** ويتضمن القدرة على وزن الأدلة المتوفرة، والتوصل لنتيجة صحيحة بدرجة يقين معقولة.
- **الاستنباط:** وهو عملية عقلية يتم التوصل بها لنتيجة ما بناء على وجود أدلة منطقية^(٤١).
- **تقويم الحجج:** وتتعلق بتمييز أوجه القوة والضعف، وبمقتضاها يتم توضيح وتدعيم المعتقدات وتطوير طرق المناقشة والتحليل.

• **الاستنتاج:** وهو قدرة الفرد على التمييز بين درجات احتمال صحة أو خطأ نتيجة ما تبعاً لدرجة ارتباطها بوقائع معينة مذكورة له. (٤٢)

معوقات التفكير الناقد:

• التلقين، والتقييد بمعلومات قديمة دون تطوير أو تجديد.
• الاكتفاء بالدراسة النظرية دون أى تطبيق.
• تدنى مستوى الذكاء، والتعلم الخاطيء منذ الطفولة.
• معوقات داخلية تتعلق بالثقة بالنفس، وأخذ المشكلة من زاوية واحدة، والخوف من التغيير الذى يؤدي للفشل.

• معوقات خارجية وهي عدم الحرية في إعطاء القرار الصحيح والافتقار لروح التعاون، كما أن المبالغة في موقف معين تؤثر سلباً على الفرد لأنها تُطرح بطريقة أكبر حجمًا مما هي عليه في الحقيقة.

• عدم تفعيل التفكير الناقد من جانب الأسرة، من حيث تفهمهم لحاجة الأبناء فى طريقة النقاش، وشعور الأبناء بتقيل آرائهم.

• عادات التفكير الخاطئة، حيث يتمسك الكثيرون بمعتقداتهم دون دليل أو مبرر صحيح، ما يؤدي لجمود فكرى دون مرونة أو بحث عن حل جديد للمشكلات، كما أن للتعصب دوراً فعالاً فى عدم تقبل فكرة معينة بسبب احتقار صاحبها. (٤٣)

الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، والتي تتجه لوصف الظاهرة المدروسة كما هي فى ظل الظروف التى تتواجد عليها، وهي "تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعى على إكساب طلاب الجامعات لمهارات التفكير الناقد".

مناهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على المناهج التالية:

• **المنهج المقارن:** وذلك لمقارنة جوانب الظاهرة محل الدراسة وهي تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعى على اكساب طلاب الجامعات لمهارات التفكير الناقد وإبراز أوجه الشبه والاختلاف فيما بينها، سعياً للوصول إلى الحقائق العلمية المتعلقة بها.

• **منهج المسح الإعلامى:** اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وذلك عن طريق مسح عينة من طلاب الجامعات للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعى في إكسابهم مهارات التفكير الناقد.

أدوات جمع البيانات:

صحيفة استقصاء إلكترونية تم تطبيقها على طلاب الجامعات ممن لديهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعى.

• وقد قام الباحث بإعداد هذه الاستمارة من خلال تقسيمها إلى عدة محاور موضوعية، يتضمن كل محور عدداً من التساؤلات المرتبطة بموضوعه، بالإضافة إلى عدد من المقاييس التى تستهدف الوصول لطبيعة العلاقة بين فروض الدراسة مثل مقياس واطسون وجليس(٤٤) ومقاييس الاتجاه ومقياس التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعى،

ثم قام الباحث بعرض هذه الاستمارة على عدد من الخبراء والمحكمين، الذين أبدوا بعض الملاحظات عليها، وقد قام الباحث بتعديلها وإعادة ضبطها بحيث أصبحت قابلة للتطبيق.

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب الجامعات المصرية لمعرفة مدى تأثير متابعة مواقع التواصل الاجتماعي على إكسابهم لمهارات التفكير الناقد.

عينة الدراسة:

اختار الباحث عينة مكونة من ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات المصرية ممن لديهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بأسلوب العينة المتاحة Convenient Sample، وتم تقسيم العينة على النحو التالي: ١٢٥ مفردة من طلاب الجامعات الحكومية، ١١٥ مفردة من طلاب جامعة الأزهر، ٩٠ مفردة من طلاب الجامعات الخاصة، ٧٠ مفردة من طلاب الجامعات الدولية.

مقاييس الدراسة:

المتغير	طريقة القياس	توزيع الدرجات
كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	سؤالين عن معدل التعرض ومدى المتابعة	دائمًا (٣ درجات) أحيانًا (درجتين) نادرًا (درجة واحدة) ثلاث ساعات فأكثر (٤ درجات) من ساعتين لأقل من ٣ ساعات (٣ درجات) من ساعة لأقل من ساعتين (درجتين) أقل من ساعة يوميًا (درجة واحدة)
دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	٨ عبارات	إلى حد كبير (٣ درجات) إلى حد ما (درجتين) لا (درجة واحدة)
الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي	سؤال واحد	أعتمد عليها بدرجة كبيرة (٣ درجات) أعتمد عليها إلى حد ما (درجتين) نادرًا ما أعتمد عليها (درجة واحدة)
الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي	١٦ عبارة	موافق (٣ درجات) محايد (درجتين) معارض (درجة واحدة)
مستوى التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي	٥ عبارات	دائمًا (٣ درجات) أحيانًا (درجتين) نادرًا (درجة واحدة)
اكتساب مهارات التفكير الناقد	١٩ عبارة (مقياس واطسون - جلنيسر لقياس التفكير)	دائمًا (٣ درجات) أحيانًا (درجتين) نادرًا (درجة واحدة)

الفترة الزمنية للدراسة:

تم تطبيق استمارة الاستقصاء بشكل إلكتروني في الفترة من أغسطس إلى أكتوبر ٢٠٢٢.

نتائج الدراسة الميدانية:

(١) خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

خصائص عينة الدراسة		ك	%
النوع	أنثى	٢٢١	٥٥.٢%
	ذكر	١٧٩	٤٤.٨%
نوع الجامعة	خاصة/ أهلية	١٤٧	٣٦.٧%
	حكومية	١٤٠	٣٥%
	الأزهر	٧٩	١٩.٨%
	دولية	٣٤	٨.٥%
	الأولى	٢٤٦	٦١.٥%
الفرقة الدراسية	الثالثة	٧٣	١٨.٢%
	الرابعة	٤٧	١١.٨%
	الثانية	٣٤	٨.٥%
	متوسط	٢١٣	٥٣.٢%
	منخفض	١٠٨	٢٧%
المستوى الاقتصادي	مرتفع	٧٩	١٩.٨%

يوضح الجدول السابق مدى تنوع فئات العينة تبعاً لعدد من المتغيرات التي استهدفت الدراسة التعرف عليها، حيث تبين من تحليل بيانات مفردات العينة أن الإناث أكثر من الذكور، وعلى صعيد نوع الجامعة التي ينتمي إليها المبحوثون تبين أن أكثر الفئات ظهوراً هي الفئة الطلابية المنتمين لجامعات خاصة/ أهلية بنسبة بلغت ٣٦.٧%، ثم طلاب الجامعات الحكومية بنسبة بلغت ٣٥%، ثم الطلاب المنتمون لجامعة الأزهر بنسبة بلغت ١٩.٨%، وأخيراً طلاب الجامعات الدولية بنسبة بلغت ٨.٥%، وعلى صعيد الفرقة الدراسية المنتمي إليها الطلاب كانت الفرقة الدراسية الأولى هي الغالبة بنسبة بلغت ٦١.٥%، في حين كان المستوى الاقتصادي المتوسط هو السمة الغالبة لمفردات العينة بنسبة بلغت ٥٣.٢%، ومن ثم يتضح من الجدول تباين وتنوع خصائص مفردات العينة وهو الأمر الذي أدى لثراء العينة من خلال تنوع مفرداتها ومن شأنه أن يقود لنتائج أكثر دلالة.

(٢) تاريخ عمل حساب على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢) تاريخ عمل حساب على مواقع التواصل الاجتماعي

التاريخ	ك	%
من ٥ سنوات لأقل من ١٠ سنوات	١٩٩	٤٩.٨%
أكثر من ١٠ سنوات	١١٣	٢٨.٢%
من ٣ سنوات لأقل من ٥ سنوات	٥٦	١٤%
من سنة لأقل من ٣ سنوات	٢٢	٥.٥%
أقل من سنة تقريباً	١٠	٢.٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول رقم (٢) تاريخ عمل حساب على مواقع التواصل الاجتماعي لمفردات العينة،

والتي جاء في مقدمتها الفترة الزمنية من ٥ سنوات لأقل من ١٠ سنوات بنسبة بلغت ٤٩.٨%، ثم الفترة الزمنية الممتدة لأكثر من ١٠ سنوات وبلغ حجمها ٢٨.٢%، تلاها الفترة الزمنية من ٣ سنوات لأقل من ٥ سنوات بنسبة ١٤%، ثم الفترة الزمنية من سنة لأقل من ٣ سنوات ٥.٥%، وأخيرًا فئة أقل من سنة تقريبًا بنسبة بلغت ٢.٥% من مفردات العينة. وتعطي هذه النتيجة مؤشرًا حول اهتمام الطلاب بإنشاء حساب على مواقع التواصل الاجتماعي منذ مرحلة سنية مبكرة، بالإضافة إلى استمرار هذه الحسابات لفترة زمنية طويلة، الأمر الذي يشير لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي لديهم.

(٣) معدل متابعة وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٣) معدل متابعة وسائل التواصل الاجتماعي

معدل المتابعة	ك	%
دائمًا	٣٠٦	٧٦.٥%
أحيانًا	٨٩	٢٢.٢%
نادرًا	٥	١.٣%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول رقم (٣) معدل متابعة وسائل التواصل الاجتماعي لمفردات العينة، والتي تبين منها وجود متابعة دائمة من جانب طلاب الجامعات عينة الدراسة بنسبة بلغت ٧٦.٥%، ثم المتابعة على أحيان متباعدة بنسبة ٢٢.٢%، ثم بنسبة أقل كانت المتابعة النادرة بنسبة ١.٣%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة نادية مصطفى (٢٠١٨) والتي أشارت إلى أن نسبة من يستخدمون مواقع الإعلام الجديد بصفة دائمة تمثل ٧٢% من مفردات العينة.

(٤) مدة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا:

جدول رقم (٤) مدة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا

مدة المتابعة	ك	%
ثلاث ساعات فأكثر	٢٤٤	٦١%
من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات	٨٩	٢٢.٢%
من ساعة لأقل من ساعتين	٤٧	١١.٨%
أقل من ساعة في اليوم	٢٠	٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول رقم (٤) مدة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا لمفردات العينة، والتي جاء في مقدمتها متابعة وسائل التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات بنسبة ٦١% ثم من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات بنسبة ٢٢.٢%، تلاها من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة ١١.٨%، ثم أقل من ساعة في اليوم بنسبة ٥%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة نوف خالد (٢٠٢١)، والتي أشارت إلى أن متوسط الوقت الذي تقضيه عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا من ٤-٦ ساعات، وهو ما يشير إجمالاً إلى التعرض والاستخدام الكثيف لمواقع التواصل الاجتماعي من جانب مفردات العينة.

**(٥) مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا ومتابعة من جانب المبحوثين:
جدول رقم (٥) مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا (ن=٤٠٠)**

الترتيب المواقع	الأول		الثاني		الثالث فأكثر		النقاط	الوزن المرجح
	ك	%	ك	%	ك	%		
واتس أب	١٣٨	٣٤.٥%	١١٥	٢٨.٨%	١٤٧	٣٦.٧%	٧٩١	٢١.٩%
فيسبوك	١٤٠	٣٥%	٩٠	٢٢.٥%	١٧٠	٤٢.٥%	٧٧٠	٢١.٣%
انستجرام	٤٣	١٠.٨%	٧٨	١٩.٥%	٢٧٩	٦٩.٨%	٥٦٤	١٥.٦%
تويتر	٣٣	٨.٣%	٥١	١٢.٧%	٣١٦	٧٩%	٥١٧	١٤.٣%
سناب شات	٣٤	٨.٥%	٢٥	٦.٣%	٣٤١	٨٥.٢%	٤٩٣	١٣.٦%
يوتيوب	٢٢	٥.٥%	٤١	١٠.٣%	٣٣٧	٨٤.٢%	٤٨٥	١٣.٤%

يوضح الجدول رقم (٥) مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا ومتابعة من جانب المبحوثين، والتي جاء في صدارتها تطبيق واتس أب بنسبة بلغت ٢١.٩%، ثم الفيسبوك بنسبة ٢١.٣%، تلاهما إنستجرام بنسبة ١٥.٦%، ثم تويتر بنسبة ١٤.٣%، ثم سناب شات بنسبة ١٣.٦%، وأخيرًا يوتيوب بنسبة ١٣.٤%.

وتختلف هذه النتيجة عما توصلت إليه دراسة محمد سعد الدين (٢٠٢١) من أن الفيس بوك هو مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا ومتابعة من قبل الشباب المصري، ويليه بقية الوسائل مثل تويتر ويوتيوب وماي سبيس، وأخيرًا الإنستجرام.

(٦) أسباب متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٦) أسباب متابعة مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٤٠٠)

الدرجة الأسباب	إلى حد كبير		إلى حد ما		لا		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
الحصول على المعلومات	٢٣٨	٥٩.٥%	١٣١	٣٢.٧%	٣١	٧.٨%	٢.٥٢	٨٣.٩%
للتسلية والإمتاع	١٩١	٤٧.٧%	١٦٣	٤٠.٨%	٤٦	١١.٥%	٢.٣٦	٧٨.٨%
عرضها لمختلف وجهات النظر	٢٠٢	٥٠.٥%	١٤١	٣٥.٢%	٥٧	١٤.٣%	٢.٣٦	٧٨.٨%
فهم مواقف المتخصصين	١٨٢	٤٥.٥%	١٦٠	٤٠%	٥٨	١٤.٥%	٢.٣١	٧٧%
التأكد من صحة الأخبار المنشورة من خلال الروابط	١٨٣	٤٥.٨%	١٥٣	٣٨.٢%	٦٤	١٦%	٢.٣٠	٧٦.٦%
الإطلاع على تعليقات المتابعين	١٧٨	٤٤.٥%	١٥٦	٣٩%	٦٦	١٦.٥%	٢.٢٨	٧٦%
عرض القضايا التي لا تنشرها وسائل الإعلام الرسمية	١٧٦	٤٤%	١٤٤	٣٦%	٨٠	٢٠%	٢.٢٤	٧٤.٧%
إثارتها النقاش والجدل حول الأخبار المنشورة	١٨٣	٤٥.٧%	١٣٠	٣٢.٥%	٨٧	٢١.٨%	٢.٢٤	٧٤.٧%
أكثر حرية في تناول قضايا المجتمع	١٦٢	٤٠.٥%	١٦٥	٤١.٢%	٧٣	١٨.٣%	٢.٢٢	٧٤.١%
اتخاذ الموقف المناسب في القضايا	١٤٤	٣٦%	١٧٤	٤٣.٥%	٨٢	٢٠.٥%	٢.١٦	٧١.٨%

الأسباب	الدرجة		إلى حد كبير		إلى حد ما		لا		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تقديم صور ومواد فيلمية لا تعرضها الوسائل الأخرى	١٤٨	٣٧%	١٥٥	٣٨.٧%	٩٧	٢٤.٣%	٢.١٣	٧٠.٩%		
تمضية وقت الفراغ فقط	١٤٩	٣٧.٢%	١٥١	٣٧.٨%	١٠٠	٢٥%	٢.١٢	٧٠.٨%		
الفورية في عرض القضايا	١٢٧	٣١.٧%	١٨٢	٤٥.٥%	٩١	٢٢.٨%	٢.٠٩	٦٩.٧%		
تحديد المواقف تجاه القضايا	١١٣	٢٨.٢%	١٨٦	٤٦.٥%	١٠١	٢٥.٣%	٢.٠٣	٦٧.٧%		
المشاركة بالتعليق وإبداء الرأي	١٠٥	٢٦.٣%	١٩٧	٤٩.٢%	٩٨	٢٤.٥%	٢.٠٢	٦٧.٢%		
تقديم الواقع كما هو	٩٥	٢٣.٨%	١٨٣	٤٥.٧%	١٢٢	٣٠.٥%	١.٩٣	٦٤.٤%		
لثقتي فيما يعرض عليها	٥٤	١٣.٥%	١٩٩	٤٩.٧%	١٤٧	٣٦.٨%	١.٧٧	٥٨.٩%		

يوضح الجدول رقم (٦) موقف المبحوثين من أسباب متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، والتي جاء في مقدمتها الحصول على معلومات عن مختلف القضايا بوزن نسبي بلغ ٨٣.٩%، ثم للتسلية والإمتاع وكذلك عرض مختلف وجهات النظر بوزن نسبي ٧٨.٨% لكل منهما، ثم لفهم مواقف ورؤى المتخصصين إزاء القضايا بوزن نسبي ٧٧%، تلاه أن الروابط المتاحة تساعد المبحوثين في التأكد من صحة الأخبار المنشورة بوزن نسبي ٧٦.٦%، ثم من أجل الاطلاع على تعليقات المتابعين ومعرفة تقييمهم للقضايا بوزن نسبي ٧٦%، ثم عرض القضايا التي لا تنشرها في وسائل الإعلام الرسمية بوزن نسبي ٧٤.٧%، تلاه أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح مجالاً لإثارة النقاش والجدل حول الأخبار المنشورة بوزن نسبي ٧٤.٧%، تلاه كونها أكثر حرية في عرض قضايا المجتمع بوزن نسبي ٧٤.١%، ثم المساعدة في اتخاذ الموقف المناسب في القضايا بوزن نسبي ٧١.٨%، ثم تقديم صور ومواد فيلمية لا تعرضها الوسائل الأخرى بوزن نسبي ٧٠.٩%، تلاه ذلك المساعدة في تمضية وقت الفراغ فقط بوزن نسبي ٧٠.٨%، ثم الفورية في عرض القضايا بوزن نسبي ٦٩.٧%، ثم تحديد المواقف تجاه القضايا والأزمات بوزن نسبي ٦٧.٧%، ثم المشاركة بالتعليق وإبداء الرأي بوزن نسبي ٦٧.٢%، تلاه ذلك تقديم الواقع كما هو بوزن نسبي ٦٤.٤%، وأخيراً لثقة المبحوثين فيما تعرضه بوزن نسبي ٥٨.٩%.

وتختلف هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة محمد سعد الدين (٢٠٢١) والتي أشارت إلى أن أهم أسباب استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي هي الفورية والأنية والتميز في سرعة نقل الأخبار بنسبة ٧٢%، تلاها مساهمتها في توضيح الواقع الفعلي للأحداث، وجمعها بين أكثر من مصدر، وكذلك استخدامها لملفات الصوت والفيديو التي تعد أهم الوسائل المتعددة التي ميّزت مواقع التواصل الاجتماعي.

(٧) طبيعة الأخبار والمعلومات والقضايا التي يتابعها المبحوثون بوسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٧) طبيعة المواد التي يحرص المبحوثون على متابعتها بوسائل التواصل الاجتماعي(ن=٤٠٠)

طبيعة الأخبار والمعلومات والقضايا	ك	%
الأكثر أهمية من وجهة نظري	٢٧١	٦٧.٨%
التي تتفق مع اتجاهاتي وتدعم قناعاتي	٢٠٧	٥١.٨%
التي تصاحبها صور أو مواد فيلمية	١٥٥	٣٨.٨%
التي تثير جدلاً كبيراً على منصات التواصل الاجتماعي	١٤٧	٣٦.٨%
ذات العناوين المثيرة	١٣٦	٣٤%
التي مصدرها الأصدقاء والمقربين	١٣٦	٣٤%
التي مصدرها المشاهير على وسائل التواصل الاجتماعي (المؤثرين)	١٢٨	٣٢%
الأكثر قراءة	١٢٨	٣٢%
الأكثر مشاركة بين رواد منصات التواصل الاجتماعي	١٢٥	٣١%
الأخبار التي تحظى بنسبة كبيرة من الإعجاب والتعليق	١٠٤	٢٦%
التي مصدرها الهيئات والمؤسسات الحكومية	١٠٢	٢٥.٥%
التي تُنشر على حسابات المؤسسات الإعلامية	١٠١	٢٥.٣%
التي مصدرها الحسابات الخاصة للصحفيين المحترفين	٨٣	٢٠.٨%

يوضح الجدول رقم (٧) طبيعة الأخبار والمعلومات والقضايا التي يحرص المبحوثون على متابعتها بوسائل التواصل الاجتماعي، وجاء في صدارتها الأخبار والموضوعات والقضايا الأكثر أهمية من وجهة نظر المبحوثين بنسبة بلغت ٦٧.٨%، ثم التي تتفق مع الاتجاهات وتدعم القناعات الخاصة بالمبحوثين بنسبة بلغت ٥١.٨%، ثم التي تصاحبها صور أو مواد فيلمية بنسبة بلغت ٣٨.٨%، تلاها التي تثير جدلاً كبيراً على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة ٣٦.٨%، ثم ذات العناوين المثيرة وكذلك التي مصدرها الأصدقاء والمقربين بنسبة ٣٤% لكل منهما، ثم التي مصدرها المشاهير على وسائل التواصل الاجتماعي (المؤثرين) وكذلك الأكثر قراءة بنسبة ٣٢% لكل منهما، ثم الأكثر مشاركة بين رواد منصات التواصل الاجتماعي بنسبة ٣١%، ثم الأخبار التي تحظى بنسبة كبيرة من الإعجاب والتعليق بنسبة ٢٦%، ثم التي مصدرها الهيئات والمؤسسات الحكومية بنسبة ٢٥.٥%، ثم التي تُنشر على حسابات المؤسسات الإعلامية بنسبة ٢٥.٣%، ثم التي مصدرها الحسابات الخاصة للصحفيين المحترفين بنسبة ٢٠.٨%.

وتشير هذه النتيجة لطبيعة المرحلة العمرية لطلاب الجامعات والتي تكون في بدايات مرحلة الشباب حيث ينظر الشاب للأمور من منظوره الخاص، ولذلك جاءت الأخبار والموضوعات والقضايا الأكثر أهمية من وجهة نظر المبحوثين في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٦٧.٨%، ثم التي تتفق مع الاتجاهات وتدعم القناعات الخاصة بالمبحوثين بنسبة بلغت ٥١.٨% في المرتبة الثانية لتتماشى مع هذا التوجه.

(٨) معدل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي:
جدول رقم (٨) معدل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي

معدل الاعتماد	ك	%
مرتفع	١٩٠	%٤٧.٥
متوسط	١٨٥	%٤٦.٢
منخفض	٢٥	%٦.٣
الإجمالي	٤٠٠	%١٠٠

يوضح الجدول رقم (٨) معدل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي من جانب مفردات العينة، والتي تبين من خلالها وجود درجة اعتماد مرتفعة من جانب المبحوثين بنسبة %٤٧.٥، ثم بدرجة متوسطة بنسبة %٤٦.٢، ثم بدرجة منخفضة بنسبة %٦.٣.

وتتماشى هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة نورة عبد الله (٢٠١٤)، والتي أشارت لارتفاع درجة ثقة الشباب الجامعي في المعلومات التي يلتمسوها من الشبكات الاجتماعية بشأن القضايا والأحداث الجارية.

(٩) أهمية الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين:
جدول رقم (٩) مدى أهمية الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

(ن=٤٠٠)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير مهم		إلى حد ما		مهم		الأهمية الموضوعات
		%	ك	%	ك	%	ك	
%٨٧.٢	٢.٦٢	%٥.٥	٢٢	%٢٧.٣	١٠٩	%٦٧.٢	٢٦٨	موضوعات دينية
%٨١.١	٢.٤٣	%١١	٤٤	%٣٤.٦	١٣٨	%٥٤.٤	٢١٧	موضوعات اجتماعية
%٨١.١	٢.٤٣	%١٢	٤٨	%٣٢.٨	١٣١	%٥٥.٢	٢٢١	موضوعات علمية
%٨٠.٤	٢.٤١	%٨.٥	٣٤	%٤١.٩	١٦٧	%٤٩.٦	١٩٨	موضوعات صحية
%٧٧.٦	٢.٣٣	%١٥.٥	٦٢	%٣٦.٣	١٤٥	%٤٨.٢	١٩٣	موضوعات تكنولوجية
%٧٦.٣	٢.٢٩	%١٤.٨	٥٩	%٤١.٦	١٦٦	%٤٣.٦	١٧٤	موضوعات تهتم بالشأن العام
%٧٤.٢	٢.٢٣	%١٨.٢	٧٣	%٤٠.٨	١٦٣	%٤١	١٦٤	موضوعات تحتوي تعليقات على أحداث جارية
%٧٤	٢.٢٢	%٢٦.٦	١٠٦	%٢٤.٨	٩٩	%٤٨.٦	١٩٤	موضوعات رياضية
%٦٩	٢.٠٧	%٢٤.٥	٩٨	%٤٤	١٧٦	%٣١.٥	١٢٦	موضوعات فنية
%٦٨.٧	٢.٠٦	%٢٢.٣	٨٩	%٤٩.٤	١٩٧	%٢٨.٢	١١٣	موضوعات اقتصادية
%٦٥.٦	١.٩٧	%٣٠.٣	١٢١	%٤٢.٦	١٧٠	%٢٧.١	١٠٨	موضوعات سياسية
%٦٥.١	١.٩٥	%٣٢.٣	١٢٩	%٤٠.١	١٦٠	%٢٧.٦	١١٠	موضوعات تحتوي مواد إعلانية وترويجية

يوضح الجدول رقم (٩) مدى أهمية الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للمبجوثين، والتي جاء في طليعتها الموضوعات الدينية بوزن نسبي بلغ ٨٧.٢%، ثم الموضوعات الاجتماعية والموضوعات العلمية بوزن نسبي ٨١.١% لكل منهما، ثم الموضوعات الصحية بوزن نسبي ٨٠.٤%، تلاها الموضوعات التكنولوجية بوزن نسبي ٧٧.٦%، ثم الموضوعات التي تهتم بالشأن العام بوزن نسبي ٧٦.٣%، ثم الموضوعات التي تحتوي تعليقات على أحداث جارية بوزن نسبي ٧٤.٢%، ثم الموضوعات الرياضية بوزن نسبي ٧٤%، ثم الموضوعات الفنية بوزن نسبي ٦٩%، ثم الموضوعات الاقتصادية بوزن نسبي ٦٨.٧%، ثم الموضوعات السياسية بوزن نسبي ٦٥.٦%، ثم الموضوعات التي تحتوي مواد إعلانية وترويجية بوزن نسبي ٦٥.١%.

وتعكس هذه النتائج تفضيلات طلاب الجامعات بشأن القضايا ذات المتابعة من جانبهم والتي تصدرتها الموضوعات الدينية بحثاً عن سؤال ديني أو فتوى أو لدعم المسلمين في أماكن النزاعات، ثم الموضوعات الاجتماعية لمتابعة القضايا المجتمعية، ثم الموضوعات العلمية من أجل دعم الجهود الدراسية والبحثية، في حين جاءت الموضوعات السياسية والإعلانية في آخر دائرة اهتمام طلاب الجامعات، وهو ما يمكن تفسيره في إطار تجنب الموضوعات السياسية لإثارها جدلاً ومناقشات، بالإضافة إلى الملاحظات الأمنية، في حين أن الموضوعات الإعلانية والترويجية يتم تجنبها من جانب المستخدمين نتيجة زيادة التشبع الإعلاني من ناحية وعدم الثقة أحياناً في المنتجات المعروضة على شبكات التواصل الاجتماعي.

(١٠) مدى دراسة مادة التفكير الناقد:

جدول رقم (١٠) مدى دراسة مادة التفكير الناقد

مدى الدراسة	ك	%
لا	٢٣٤	٥٨.٥%
نعم	١٦٦	٤١.٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول رقم (١٠) مدى دراسة مادة التفكير الناقد من جانب المبجوثين، حيث أوضح ٥٨.٥% أنهم لم يقوموا بدراسة مادة التفكير الناقد، في حين أشار ٤١.٥% من مفردات العينة إلى دراستهم لها.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في إطار أن نسبة تزيد عن ٦٠% من مفردات العينة كانوا من طلاب الفرقة الأولى في الجامعات عينة الدراسة ولذلك لم يقوموا بدراسة هذا المقرر، في حين أن بقية طلاب الفرق الأخرى أشاروا لدراستهم لها، وهو ما يعكس الاهتمام بهذا النوع من التفكير في السنوات الأخيرة والذي بدا واضحاً في مجالات التعليم المختلفة من مرحلة ما قبل المدرسة حتى مرحلة التعليم الجامعي، وهو ما جعل القائمين على العملية التعليمية يسعون لإدراجه كمقرر دراسي في المرحلة الجامعية.

(١١) ترتيب مؤسسات المجتمع وفقاً لدورها في تنمية مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين:
جدول رقم (١١) ترتيب مؤسسات المجتمع تبعاً لدورها في تنمية مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين (ن=٤٠٠)

الترتيب الجهات	الأول		الثاني		الثالث فأكثر		النقاط	الوزن المرجح
	ك	%	ك	%	ك	%		
الأسرة	٢٠٣	٥٠.٨%	٦٤	١٦%	١٣٣	٣٣.٢%	٨٧٠	٢٤%
المؤسسة الدينية	٧٢	١٨%	٦٦	١٦.٥%	٢٦٢	٦٥.٥%	٦١٠	١٦.٨%
مواقع التواصل الاجتماعي	٧٢	١٨%	٤٨	١٢%	٢٨٠	٧٠%	٥٩٢	١٦.٣%
المدرسة	٢٠	٥%	١٢٦	٣١.٥%	٢٥٤	٦٣.٥%	٥٦٦	١٥.٦%
وسائل الاعلام	٢٤	٦%	٥٥	١٣.٨%	٣٢١	٨٠.٢%	٥٠٣	١٣.٨%
الجامعة	٢٣	٥.٨%	٤٥	١١.٢%	٣٣٢	٨٣%	٤٩١	١٣.٥%

يوضح الجدول رقم (١١) ترتيب عدد من مؤسسات المجتمع تبعاً لدورها في تنمية مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين، حيث جاءت الأسرة في المرتبة الأولى بوزن مرجح بلغ ٢٤%، ثم المؤسسة الدينية في المرتبة الثانية بوزن مرجح بلغ ١٦.٨%، ثم مواقع التواصل الاجتماعي بوزن مرجح ١٦.٣%، ثم المدرسة بوزن مرجح ١٥.٦%، ثم وسائل الإعلام بوزن مرجح ١٣.٨%، ثم الجامعة بوزن مرجح ١٣.٥%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Reem (٢٠٢١) من أن التربية المعاصرة تهتم بالدرجة الأولى بما يمكن تقديمه من طرق ووسائل للتربية المعاصرة، والاهتمام بمواكبة التطورات والتغيرات التي نعيشها، حيث بدأ التربويون يهتمون بالتفكير الناقد كنتيجة حتمية لطبيعة المجتمع المعاصر، والذي لا يبدل له من هذا النمط من التفكير وذلك للانفجار المعرفي الضخم والتغير الاجتماعي المثير والسريع، ولذلك تأتي الأسرة في مقدمة الجهات التي من شأنها دعم التفكير الناقد لدى أفرادها ولاسيما أن تعليم مهارات التفكير الناقد منذ الصغر يساعد على تحقيق أهداف التعليم الإبداعي والابتكاري، إضافة إلى زيادة فرص النمو الفكري والإضافة العلمية في سياق المستقبل الأكاديمي البعيد للطفل.

(١٢) مدى إسهام محتوى وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات التفكير الناقد للمبحوثين:

جدول رقم (١٢) مدى إسهام محتوى وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات التفكير الناقد للمبحوثين

معدل الإسهام	ك	%
إلى حد ما	٢٣٤	٥٨.٥%
إلى حد كبير	١٥٠	٣٧.٥%
لا يسهم مطلقاً	١٦	٤%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

يوضح جدول رقم (١٢) مدى إسهام محتوى وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات التفكير الناقد للمبحوثين، وأشارت بياناته لإسهامها إلى حد ما بنسبة بلغت ٥٨.٥%، في حين أشار ٣٧.٥% من مفردات العينة لإسهامها إلى حد كبير، بينما أشار ٤% فقط إلى عدم إسهام محتوى وسائل التواصل الاجتماعي مطلقاً في تنمية مهارات التفكير الناقد.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Rika&et.al (٢٠٢١) والتي أشارت لتعاظم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات التفكير الناقد، حيث أوضحت أن تبني مهارات التفكير الناقد في العصر الرقمي له دور بارز في إكساب أفراد العينة مهارات التقويم والتحليل وحل المشكلات، وتفسير المواد الإعلامية وتكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها، وأن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية، بالإضافة لتطوير الملكات النقدية والإبداعية للمتلقين.

١٣) موقف المبحوثين من العبارات التي تعكس رأيهم تجاه تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم:

جدول رقم (١٣) تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد

تأثير المحتوى	ك	%
متوسط	٢١٦	٥٤%
مرتفع	١٥٤	٣٨.٥%
منخفض	٣٠	٧.٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

يشير الجدول السابق لمدى تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد للمبحوثين، حيث أشار ٥٤% من المبحوثين لتأثير متوسط لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم، في حين أشار ٣٨.٥% لتأثير مرتفع، بينما أشار ٧.٥% من المبحوثين لوجود تأثير منخفض.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Reem) ٢٠٢١ بوجود تأثير إيجابي لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد للمبحوثين، نظرًا لكثافة التعرض لمحتوى هذه المواقع بما يثيره من معلومات وأفكار ورسائل من شأنها أن تنمي من مهارات التفكير وإعمال العقل.

وبتطبيق مقياس اكتساب مهارات التفكير الناقد على إحدى القضايا المجتمعية المثارة وهي قضية "مقتل طالبة جامعية نيرة أشرف على يد زميل لها بعد رفضها الارتباط به"، خلصت الدراسة إلى إن موقف المبحوثين من العبارات الخاصة بالقضية يعكس أن موقفهم الإجمالي منها بإعمال القدرات المختلفة بالتفكير الناقد قد جاء على النحو التالي:

- الاهتمام بجمع أكبر قدر من المعلومات عن القضية. بمتوسط حسابي ٥.٦٨ ووزن نسبي ٨١.١%.
- الحرص على التحقق من صدقية المصادر التي تم الرجوع إليها على مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي ٥.٥٢ ووزن نسبي ٧٨.٩%.
- تحليل وقائع الحادثة والربط بين المعلومات المتعلقة بها بمتوسط حسابي ٥.٤٠ ووزن نسبي ٧٧.١%.
- محاولة بناء فهم أكثر عمقًا للواقعة بعيدًا عن التهويل أو التهوين بمتوسط حسابي ٥.٣٨ ووزن نسبي ٧٦.٩%.
- الوصول إلى استنتاجات ذات إسناد معلوماتي سليم بخصوص أطراف الواقعة بمتوسط حسابي ٥.١٦ ووزن نسبي ٧٣.٧%.
- بناء أحكام منطقية بخصوصها بمتوسط حسابي ٥.٠٩ ووزن نسبي ٧٢.٧%.

١٤) موقف المبحوثين من العبارات التي تعكس رأيهم تجاه تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم:
جدول رقم (١٤) موقف المبحوثين من تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم (ن=٤٠٠)

العبارات	دائمًا		أحيانًا		نادرًا		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
تنمي قدرتي على جمع المعلومات	٢٢٥	٥٦.٢%	١٥٢	٣٨%	٢٣	٥.٨%	٢.٥١	٨٣.٥%
تنمي قدرتي على الربط بين المعلومات	١٩٢	٤٨%	١٧٦	٤٤%	٣٢	٨%	٢.٤٠	٨٠%
تنمي قدرتي على تكوين خبرة مناسبة (سلبيًا/ إيجابيًا) بشأن القضايا المطروحة	١٧١	٤٢.٧%	١٨٦	٤٦.٥%	٤٣	١٠.٨%	٢.٣٢	٧٧.٣%
تنمي مواقع التواصل الاجتماعي قدرتي على الاستنتاج	١٦٣	٤٠.٧%	١٩٢	٤٨%	٤٥	١١.٣%	٢.٣٠	٧٦.٥%
تنمي قدرتي على استنباط الأسباب	١٦٣	٤٠.٧%	١٩١	٤٧.٨%	٤٦	١١.٥%	٢.٢٩	٧٦.٤%
تنمي قدرتي على تحليل الأحداث	١٣٤	٣٣.٥%	٢٤١	٦٠.٢%	٢٥	٦.٣%	٢.٢٧	٧٥.٨%
تنمي قدرتي على الربط بين الأسباب المختلفة	١٤٩	٣٧.٢%	٢٠٧	٥١.٨%	٤٤	١١%	٢.٢٦	٧٥.٤%
تنمي قدرتي على استيعاب المفاهيم المعقدة والمركبة	١٥٣	٣٨.٢%	١٩٦	٤٩%	٥١	١٢.٨%	٢.٢٦	٧٥.٢%
تنمي قدرتي على الوصول لفهم متعمق حيال الموضوعات	١٤٦	٣٦.٥%	١٩٩	٤٩.٧%	٥٥	١٣.٨%	٢.٢٣	٧٤.٣%
تنمي قدرتي على الوصول لأحكام منطقية بشأن موضوع أو قضية ما	١٣٩	٣٤.٧%	٢٠٨	٥٢%	٥٣	١٣.٣%	٢.٢٢	٧٣.٨%
تنمي قدرتي على الوصول لتقييم موضوعي بشأن موضوع أو قضية ما	١٣٥	٣٣.٧%	٢١٢	٥٣%	٥٣	١٣.٣%	٢.٢١	٧٣.٥%
تنمي قدرتي على الوصول لقرار بشأن موضوع أو قضية ما	١٣٢	٣٣%	٢١٤	٥٣.٥%	٥٤	١٣.٥%	٢.٢٠	٧٣.٢%
تنمي قدرتي على الوصول لقرار موضوع أو قضية ما	١٢٣	٣٠.٧%	٢٢٦	٥٦.٥%	٥١	١٢.٨%	٢.١٨	٧٢.٧%
تسهم في جعل تفكيري أكثر فاعلية في حل المشكلات اليومية	١٣١	٣٢.٧%	٢٠٢	٥٠.٥%	٦٧	١٦.٨%	٢.١٦	٧٢%

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	نادرًا		أحيانًا		دائمًا		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٧١.٧%	٢.١٥	١٦%	٦٤	٥٢.٨%	٢١١	٣١.٢%	١٢٥	تنمي قدرتي على اتخاذ القرارات بشكل أفضل
٧١.١%	٢.١٣	١٩.٥%	٧٨	٤٧.٧%	١٩١	٣٢.٨%	١٣١	تنمي قدرتي على تقويم الحجج التي يعتمد عليها المعارضون بشأن موضوع أو قضية ما
٧٠.١%	٢.١٠	١٧.٣%	٦٩	٥٥.٢%	٢٢١	٢٧.٥%	١١٠	تنمي قدرتي على تنفيذ الأسباب المتناقضة
٦٩.٢%	٢.٠٨	٢١.٢%	٨٥	٥٠%	٢٠٠	٢٨.٨%	١١٥	تنمي قدرتي على تقويم وتنفيذ الحجج بشأن قضية ما

يوضح جدول رقم (١٤) موقف المبحوثين من العبارات التي تعكس رأيهم تجاه تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم، حيث جاء في المقدمة أن "مواقع التواصل الاجتماعي تنمي قدرة المبحوثين على جمع المعلومات" بوزن نسبي ٨٣.٥%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على الربط بين المعلومات" بوزن نسبي ٨٠%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على تكوين خبرة مناسبة (سلبًا/ إيجابيًا) بشأن القضايا المطروحة بوزن نسبي ٧٧.٣%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على الاستنتاج بشأن موضوع أو قضية ما" بوزن نسبي ٧٦.٥%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على استنباط الأسباب بشأن موضوع أو قضية ما بوزن نسبي ٧٦.٤%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على تحليل الأحداث" بوزن نسبي ٧٥.٨%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على الربط بين الأسباب المختلفة" بوزن نسبي ٧٥.٤%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على استيعاب المفاهيم المعقدة والمركبة" بوزن نسبي ٧٥.٢%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على الوصول لفهم متعمق حيال الموضوعات" بوزن نسبي ٧٤.٣%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على الوصول لآحكام منطقية بشأن موضوع أو قضية ما بوزن نسبي ٧٣.٨%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على الوصول لتقييم موضوعي بشأن موضوع أو قضية" بوزن نسبي ٧٣.٥%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على الوصول لقرار بشأن موضوع أو قضية ما" بوزن نسبي ٧٣.٢%، تلاها "تسهل مواقع التواصل الاجتماعي في جعل التفكير أكثر فاعلية في حل مشكلات الحياة اليومية" بوزن نسبي ٧٢%، ثم "تنمية مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على اتخاذ القرارات بشكل أفضل" بوزن نسبي ٧١.٧%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على تقويم الحجج التي يعتمد عليها المعارضون بشأن موضوع أو قضية ما" بوزن نسبي ٧١.١%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على تنفيذ الأسباب المتناقضة بوزن نسبي ٧٠.١%، ثم "تنمي مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على تقويم وتنفيذ الحجج بشأن موضوع أو قضية ما" بوزن نسبي ٦٩.٢%.

ويظهر من هذه النتيجة وجود تأثير إيجابي لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين والمتمثلة في مهارات التفسير والاستنباط وتقويم الحجج والاستنتاج، وهو ما يتفق مع دراسة (السر أحمد، وعثمان فضل ٢٠١٧)، والتي توصلت إلى التعامل الإيجابي لطلاب جامعة حائل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي بالإضافة

لتمتعهم بقدرة مرتفعة على التفكير الناقد، حيث توجد علاقة طردية بين التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي والقدرة على التفكير الناقد. وفي سياق متصل، فإنه تأسيساً على أن التفكير الناقد يُعد بمثابة مجموعة من العمليات الذهنية والمثيرات التي يوظفها الأفراد لحل الكثير من المشكلات مشتملاً على أربع عمليات رئيسية تتمثل في (التفسير، الاستنباط، تقويم الحجج، الاستنتاج)، فقد اتضح تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين، حيث يُسهم في القدرة على جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها والربط بين الأسباب وتفنيد الحجج المؤيدة والمعارضة وصولاً لحل أمثل وإصدار الأحكام الصحيحة.

(١٥) موقف المبحوثين من تأثير خصائص المحتوى المعروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم:

جدول رقم (١٥) موقف المبحوثين من تأثير خصائص المحتوى المعروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم

الصفات	المدى					المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	١	٢	٣	٤	٥		
مفيد	ك	٨٠	٩٥	١٠٥	٧١	٤٩	٣.٢٢
	%	%٢٠	%٢٣.٨	%٢٦.٢	%١٧.٨	%١٢.٢	
يساعدني على الاستنتاج	ك	٥٨	١٠٠	١٣١	٧٧	٣٤	٣.١٨
	%	%١٤.٥	%٢٥	%٣٢.٧	%١٩.٣	%٨.٥	
يساعدني على التحليل	ك	٧٠	٩٣	١٢٣	٦٢	٥٢	٣.١٧
	%	%١٧.٥	%٢٣.٢	%٣٠.٨	%١٥.٥	%١٣	
موضوعي	ك	٤٤	٨٠	١٤٦	٨١	٤٩	٣.١٥
	%	%١١	%٢٠	%٣٦.٥	%٢٠.٢	%١٢.٣	
يساعدني على التقييم	ك	٦١	٩٩	١١٧	٧٩	٤٤	٣.١٤
	%	%١٥.٣	%٢٤.٧	%٢٩.٢	%١٩.٨	%١١	
يساعدني على استنباط الأسباب	ك	٥٨	٨٨	١٤٤	٦٨	٤٢	٣.١٣
	%	%١٤.٥	%٢٢	%٣٦	%١٧	%١٠.٥	
عقلاني	ك	٤٦	٩٣	١٣٩	٨٧	٣٥	٣.٠٧
	%	%١١.٥	%٢٣.٢	%٣٤.٧	%٢١.٨	%٨.٨	
منطقي	ك	٥٥	٧٥	١٥٤	٧٠	٤٦	٣.٠٦
	%	%١٣.٧	%١٨.٧	%٣٨.٥	%١٧.٥	%١١.٥	
إيجابي	ك	٥٦	٨٢	١٢٣	٩٦	٤٣	٣.٠٣
	%	%١٤	%٢٠.٥	%٣٠.٧	%٢٤	%١٠.٨	
يشكل معارفي	ك	٥٨	٧١	١٣٨	٨٥	٤٨	٣.٠٢
	%	%١٤.٥	%١٧.٧	%٣٤.٥	%٢١.٣	%١٢	
يساعدني على إصدار الأحكام الصحيحة	ك	٦٢	٧٨	١١٥	٩١	٥٤	٣.٠١
	%	%١٥.٥	%١٩.٥	%٢٨.٧	%٢٢.٨	%١٣.٥	
صادق	ك	٣٩	٥٧	١٣٦	١٢١	٤٧	٢.٨٠
	%	%٩.٨	%١٤.٢	%٣٤	%٣٠.٢	%١١.٨	
موثوق به	ك	٥٦	٥٤	١٠٤	٨٥	١٠١	٢.٧٠
	%	%١٤	%١٣.٥	%٢٦	%٢١.٢	%٢٥.٣	

يوضح الجدول رقم (١٥) موقف المبحوثين من تأثير خصائص المحتوى المعروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم، حيث أشارت مفردات العينة إلى أنه "مفيد" بوزن نسبي ٦٤.٣%، ثم "يساعد على الاستنتاج" بوزن نسبي ٦٣.٦%، ثم "يساعد على التحليل" بوزن نسبي ٦٣.٤%، يليه "موضوعي" بوزن نسبي ٦٣%، ثم "يساعد على التقييم" بوزن نسبي ٦٢.٧%، ثم "يساعد على استنباط الأسباب" بوزن نسبي ٦٢.٦%، يليه "عقلاني" بوزن نسبي ٦١.٤%، ثم "منطقي" بوزن نسبي ٦١.٢%، ثم "إيجابي" بوزن نسبي ٦٠.٦%، ثم "يشكل المعارف" بوزن نسبي ٦٠.٣%، ثم "يساعد على إصدار الأحكام الصحيحة" بوزن نسبي ٦٠.٢%، و"صادق" بوزن نسبي ٥٦%، و"موثوق به" بوزن نسبي ٥٤%.

وتشير هذه النتيجة إلى وجود اتجاهات إيجابية لدى طلاب الجامعات المصرية عينة الدراسة نحو خصائص المحتوى المعروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة Rika&et.al (٢٠٢١) والتي توصلت لتعاطف أدوار التفكير الناقد في العصر الرقمي، حيث أصبح بمثابة الاستراتيجيات التي يتم من خلالها عملية فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية الرقمية، وفهم عملية الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي فهماً واعياً، واستخدام أساليب واستراتيجيات مناسبة؛ لتفسير المضامين الإعلامية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتنقيحها.

(١٦) موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس مدى التفاعل مع الأطروحات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن القضية المثارة وعلاقته باكتساب مهارات التفكير الناقد:

جدول رقم (١٦) موقف المبحوثين من التفاعل مع الأطروحات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن القضية المثارة وعلاقته باكتساب مهارات التفكير الناقد (ن=٤٠٠)

الموقف	دائماً		أحياناً		نادراً		الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	العبارات
	ك	%	ك	%	ك	%			
المشاهد	١٧٧	٤٤.٢%	٢٠٤	٥١%	١٩	٤.٨%	٧٩.٨%	٢.٤٠	المشاهد
المشارك	١٤٣	٣٥.٧%	١٩٩	٤٩.٨%	٥٨	١٤.٥%	٧٣.٨%	٢.٢١	المشارك
المعلق	١١٦	٢٩%	٢٠٠	٥٠%	٨٤	٢١%	٦٩.٣%	٢.٠٨	المعلق
المساعد	١٢٧	٣١.٧%	١٧٤	٤٣.٥%	٩٩	٢٤.٨%	٦٩%	٢.٠٧	المساعد
المنتج	٨٦	٢١.٥%	١٧٢	٤٣%	١٤٢	٣٥.٥%	٦٢%	١.٨٦	المنتج

يوضح جدول رقم (١٦) موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس مدى التفاعل مع الأطروحات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن القضية المثارة وعلاقته باكتسابهم لمهارات التفكير الناقد، حيث جاء في المرتبة الأولى "المشاهد" بوزن نسبي بلغ ٧٩.٨%، ثم "المشارك" بوزن نسبي بلغ ٧٣.٨%، ثم "المعلق" بوزن نسبي بلغ ٦٩.٣%، تلاها "المساعد" بوزن نسبي بلغ ٦٩%، وأخيراً "المنتج" بوزن نسبي بلغ ٦٢%.

وتشير هذه النتائج إلى درجة تفاعل عالية من جانب المبحوثين، حيث أنه وفقاً لهرم المشاركة Pyramid Engagement ، والذي يتكون من خمسة عناصر يمكن عرضها من منظور

المستخدم (مستخدمي الوسائط الاجتماعية)، وكيف يتفاعلون مع المحتوى المُقدّم عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، يظهر تواجد المبحوثين في المراحل الأولى من النموذج والتي تشير إلى (المستخدم المشاهد Watching ، المستخدم المشارك Sharing، المستخدم المعلق Commenting) بينما تتواجد نسبة أقل من المبحوثين في المراحل المرتفعة من التفاعل والمتعلقة بمرحلتي (المستخدم المنتج Producing ، المستخدم المساعد Curating)، وهو ما يمكن تفسيره في إطار اكتفاء الكثير من المستخدمين بمجرد التعرض لبعض المنشورات أو مشاركة بعض منها والتعليق على البعض الآخر دون الانتقال لمستويات أعلى من التفاعل لعدم امتلاك القدرة على إنتاج المحتوى أو الوصول لإدارة بعض الصفحات لكونها عملية تتطلب مجهودًا ووقتًا ومهارات خاصة، بينما تريد الغالبية الحصول على المعلومات أو قضاء بعض الوقت على مواقع التواصل الاجتماعي دون بذل جهد أكبر.

ويمكن الاستدلال على ما سبق بنتائج دراسة محمد سعد الدين (٢٠٢١) والتي أشارت إلى أن "تحديد المواقف تجاه الأزمات، وكذلك شغل وقت الفراغ" ، من أهم أهداف استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات بنسبة ٤٩%.

١٧) موقف المبحوثين من العبارات التي تعكس تقييمهم لمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وتأثير ذلك على اكتساب مهارات التفكير الناقد:

جدول رقم (١٧) موقف المبحوثين من العبارات التي تعكس تقييمهم لمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وتأثير ذلك على اكتساب مهارات التفكير الناقد (ن=٤٠٠)

الموقف العبارات	موافق		محايد		معارض		المتوسط النسبي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
تقدم لنا ما نريد أن نعرفه حول الأحداث الجارية في المجتمع	٢٣٩	٥٩.٧%	١٤٧	٣٦.٨%	١٤	٣.٥%	٢.٥٦	٨٥.٤%
تتسم بالفورية	٢١٤	٥٣.٥%	١٧١	٤٢.٧%	١٥	٣.٨%	٢.٥٠	٨٣.٣%
ساهم تناولها للقضايا على تشكيل أنماط مختلفة من التفكير	٢٠٤	٥١%	١٦٨	٤٢%	٢٨	٧%	٢.٤٤	٨١.٣%
تهتم بنشر وجهات النظر حول القضايا المختلفة	١٨٧	٤٦.٧%	١٧٥	٤٣.٨%	٣٨	٩.٥%	٢.٣٧	٧٩.١%
ساهم تناولها للقضية على إمدادي بالمعلومات اللازمة لتقييم القضايا	١٦٩	٤٢.٢%	١٩١	٤٧.٨%	٤٠	١٠%	٢.٣٢	٧٧.٤%
ساهم تناولها للقضايا على زيادة قدرتي على تحليل القضايا وفهم أبعادها	١٦٥	٤١.٢%	١٨٨	٤٧%	٤٧	١١.٨%	٢.٣٠	٧٦.٥%

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٧٦.٢%	٢.٢٩	١٢%	٤٨	٤٧.٥%	١٩٠	٤٠.٥%	١٦٢	ما نقرأه تكتمل جوانبه بالصور الثابتة ووجهات النظر المختلفة
٧٤.٥%	٢.٢٤	٩.٣%	٣٧	٥٨%	٢٣٢	٣٢.٧%	١٣١	ساهم تناولها للقضية على استنتاجي لما ستؤول إليه القضايا
٧٣.١%	٢.١٩	١٩%	٧٦	٤٢.٨%	١٧١	٣٨.٢%	١٥٣	أخبارها تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره
٧١.١%	٢.١٣	١٥.٣%	٦١	٥٦.٢%	٢٢٥	٢٨.٥%	١١٤	ساهم تناولها للقضية على التأثير إيجاباً على كفاءة استنباط مسببات القضايا
٧٠.٩%	٢.١٣	١٥%	٦٠	٥٧.٢%	٢٢٩	٢٧.٨%	١١١	تطرح حلول للمشكلات والقضايا بموضوعية
٧٠.٢%	٢.١١	١٧.٥%	٧٠	٥٤.٥%	٢١٨	٢٨%	١١٢	تتمتع أخبارها بمصداقية لدى الناس
٦٩.٣%	٢.٠٨	٢٣.٨%	٩٥	٤٤.٥%	١٧٨	٣١.٧%	١٢٧	أشعر مع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بالكفاية التي لا أجدها مع أية وسيلة إعلامية أخرى
٦٧.٣%	٢.٠٢	٢٧%	١٠٨	٤٤%	١٧٦	٢٩%	١١٦	ساهم تناولها للقضايا على التعصب لطرف دون الآخر
٦٥.٨%	١.٩٨	٢٨.٥%	١١٤	٤٥.٥%	١٨٢	٢٦%	١٠٤	ساهم تناولها للقضايا على التحيز لطرف دون الآخر
٦٣.٣%	١.٩٠	٣٣%	١٣٢	٤٤.٢%	١٧٧	٢٢.٨%	٩١	تطرح الموضوعات بحيادية ولا تُغفل السلبات

يوضح جدول رقم (١٧) موقف المبحوثين من العبارات التي تعكس تقييمهم مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وتأثير ذلك على اكتساب مهارات التفكير الناقد، حيث جاء في المركز الأول "تقديم مواقع التواصل الاجتماعي ما نريد أن نعرفه حول الأحداث الجارية في المجتمع" بوزن نسبي ٨٥.٤%، ثم "اتسام أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بالفورية" بوزن نسبي ٨٣.٣%، تلاها "مساهمة تناول مواقع

التواصل الاجتماعي للقضايا على تشكيل أنماط مختلفة من التفكير" بوزن نسبي ٨١.٣%، ثم "اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بنشر وجهات النظر المختلفة حول القضايا" بوزن نسبي ٧٩.١%، ثم "مساهمة تناول مواقع التواصل الاجتماعي للقضية على إمداد الجمهور بالمعلومات اللازمة لتقييم القضايا" بوزن نسبي ٧٧.٤%، تلاها "مساهمة تناول مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا على زيادة القدرة على تحليل القضايا وفهم أبعادها" بوزن نسبي ٧٦.٥%، ثم "اكتمال جوانب ما يقرأه الجمهور بالصور الثابتة ووجهات النظر المختلفة" بوزن نسبي ٧٦.٢%، تلاها "مساهمة تناول مواقع التواصل الاجتماعي للقضية في استنتاج ما ستؤول إليه القضايا" بوزن نسبي ٧٤.٥%، ثم "تقديم أخبار مواقع التواصل الاجتماعي المعلومات دون فرض أحد لوجهة نظره" بوزن نسبي ٧٣.١%، تلاها "مساهمة تناول مواقع التواصل الاجتماعي للقضية في التأثير إيجابًا على كفاءة استنباط مسببات القضايا" بوزن نسبي ٧١.١%، ثم " موضوعية مواقع التواصل الاجتماعي في طرح الحلول للمشكلات والقضايا" بوزن نسبي ٧٠.٩%، تلاها "تمتع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بمصداقية لدى معظم الناس" بوزن نسبي ٧٠.٢%، ثم "شعور الجمهور مع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بالكفاية دون أية وسيلة إعلامية أخرى" بوزن نسبي ٦٩.٣%، تلاها "مساهمة تناول مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا بالتعصب" بوزن نسبي ٦٧.٣%، ثم "مساهمة تناول مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا على التحيز لطرف دون الآخر" بوزن نسبي ٦٥.٨%، وأخيرًا "طرح مواقع التواصل الاجتماعي الموضوعات بحيادية وعدم إغفال السلبيات" بوزن نسبي ٦٣.٣%.

وتعكس هذه النتائج وجود اتجاهات إيجابية من جانب طلاب الجامعات المصرية عينة الدراسة بشأن مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وتأثير ذلك على اكتساب مهارات التفكير الناقد لديهم، ومن ثم يتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة مروى السعيد (٢٠٢١) بارتفاع الاتجاهات الإيجابية والمصداقية لمواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم، حيث أكدوا على أنها تمتاز بالشمولية في تناول الأزمة، وتعتمد على أدلة وصور وفيديوهات وتستعين بالخبراء.

ومن ثم تشير هذه النتائج لتعاظم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات التفكير الناقد، حيث تعاطمت أدوار التفكير الناقد في العصر الرقمي وأصبح بمثابة الاستراتيجيات التي يتم من خلالها عملية فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية الرقمية، وفهم عملية الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي فهمًا واعيًا، واستخدام أساليب واستراتيجيات مناسبة؛ لتفسير المضامين الإعلامية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتنقيحها، وهو ما يشير للتأثير الإيجابي لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم، نظرًا لكثافة التعرض لمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي بما يثيره من معلومات وأفكار ورسائل من شأنها أن تنمي من مهارات التفكير وإعمال العقل.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة تعرض طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد.
جدول رقم (١٨) معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة تعرض طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**٠.٣١٩	٠.٠٠١

** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١

يتبين من خلال الجدول السابق وجود علاقة بين كثافة تعرض طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد، حيث أظهرت النتائج أن قرابة ٦١% من طلاب الجامعات المصرية يتعرضون لمدة أكثر من ثلاث ساعات يوميًا لمواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم فقد ساهم هذا التعرض الكثيف في متابعتهم لمحتويات متنوعة ساهمت بدورها في إكسابهم مهارات التفكير الناقد.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع تعرض طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد.
جدول رقم (١٩) معنوية العلاقة الارتباطية بين دوافع تعرض طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**٠.٤٢٢	٠.٠٠١

** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١

يتبين من خلال الجدول السابق وجود علاقة بين دوافع تعرض طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد، وهو ما يتفق مع نتيجة دراسة إيناس محمود (٢٠١٣)، والتي توصلت إلى أن دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك -والمرتبطة بمهارات التفكير الناقد والتي يتم إشباعها- هي ثلاث مهارات: (الاستنتاج - التفسير - معرفة المسلمات والافتراضات). (٤٥)

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد طلاب الجامعات على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد.
جدول رقم (٢٠) معنوية العلاقة الارتباطية بين اعتماد طلاب الجامعات على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**٠.٣٥١	٠.٠٠١

** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة بين اعتماد طلاب الجامعات على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد، وهو ما يتفق مع نتيجة دراسة محمد سعد الدين (٢٠٢١) والتي أشارت إلى أن اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات نظرًا للفورية والأنية وسرعة نقل الأخبار، تلاه مساهمتها في توضيح الواقع الفعلي للأحداث، وجمعها بين أكثر من مصدر، وكذلك استخدامها لملفات الصوت والفيديو التي تعد أهم الوسائط المتعددة التي ميزت وسائل

التواصل الاجتماعي في الدراسة الحالية والتي ساهمت بدورها في إكساب مفردات العينة مهارات التفكير الناقد.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ثقة طلاب الجامعات في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد.
جدول رقم (٢١) معنوية العلاقة الارتباطية بين ثقة طلاب الجامعات في مواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**٠.٢٢٧	٠.٠٠٢

** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة بين ثقة طلاب الجامعات في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة نورة عبد الله (٢٠١٤) والتي أشارت لارتفاع درجة ثقة عينة الدراسة في المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية التي يلتمسوها من الشبكات الاجتماعية وتأثير ذلك على إكسابهم مهارات التفكير الناقد.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى تفاعل طلاب الجامعات مع مواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد.
جدول رقم (٢٢) معنوية العلاقة الارتباطية بين مستوى تفاعل طلاب الجامعات مع مواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**٠.١٩٧	٠.٠٠٣

** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة بين مستوى تفاعل طلاب الجامعات مع مواقع التواصل الاجتماعي وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد، وهو ما يتفق ونتيجة دراسة Reem (٢٠٢١) والتي أشارت إلى أن ارتفاع مستوى التفاعل مع محتوى وسائط مواقع التواصل الاجتماعي من شأنه تنمية مهارة التفكير الناقد والتي تساهم بدورها في بناء الوعي المعرفي للمستخدمين، كما تساعد على فرز وتحليل المعلومات التي يتلقاها بطريقة منطقية صحيحة وأكثر جودة والتميز بين ما هو سلبي وريء، وما هو إيجابي ونافع، وما بينهما، كما أنها تدفع المتلقى ليكون إيجابياً وقادراً على انتقاء المضمون وتحليله وتقويمه.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، ونوع الجامعة، والفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي) في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على إكسابهم مهارات التفكير الناقد.

جدول رقم (٢٣) معنوية الفروق بين الطلاب عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على إكسابهم مهارات التفكير الناقد

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموغرافية
٠.٠٩٩	٣٩٨	T= ١.٦٥-	٨.٢٤٨٩٩	٤١.٦٢٠١	١٧٩	ذكر
			٧.٠٨٠١٢	٤٢.٨٨٦٩	٢٢١	أنثى
٠.٧٩٤	3 396	F= ٠.٣٤٣	٧.٨٩٨٨٣	٤٢.٤٣٥٧	١٤٠	حكومية
			٧.٠٦٢١٩	٤٢.٤١٥٠	١٤٧	خاصة/ أهلية
			٧.٢٤٨٥٨	٤٣.٠٥٨٨	٣٤	دولية
			٨.٤٣٥٧٤	٤١.٦٢٠٣	٧٩	الأزهر
٠.٣٦٨	3 396	F= ١.٠٥٥	٧.١٤٥٤٣	٤٢.٥٤٤٧	٢٤٦	الأولى
			٩.٧١١٣٤	٤٣.٥٨٨٢	٣٤	الثانية
			٦.٩٢١٩٧	٤١.٠٥٤٨	٧٣	الثالثة
			٩.٣٧٥٣٦	٤٢.١٩١٥	٤٧	الرابعة
٠.٤٣٠	2 397	F= ٠.٨٤٧	٧.٧٢٦.٠٣	٤١.٥٠٩٣	١٠٨	منخفض
			٧.٥٣٩.٠٠	٤٢.٦٦٦٧	٢١٣	متوسط
			٧.٨١٤٩٦	٤٢.٤٩٣٧	٧٩	مرتفع

يوضح جدول رقم (٢٣) اختبار معنوية الفروق بين الطلاب عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، ونوع الجامعة، والفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي) في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على إكسابهم مهارات التفكير الناقد، وبالنظر إلى أن المتغير التابع في هذا الفرض (تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على إكسابهم مهارات التفكير الناقد) ثم قياسه على المستوى الفترتي Interval، فقد استخدم الباحث اختبار (ت) مع المتغيرات ثنائية المجموعة (النوع)، واختبار (ف) (نوع الجامعة، والفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي).

وقد أسفر هذا الاختبار عن عدم معنوية الفروق بين الطلاب عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، ونوع الجامعة، والفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي) في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على إكسابهم مهارات التفكير الناقد، حيث كانت قيم (ت وف) للمتغيرات الأربعة غير دالة إحصائياً ($P > 0.05$).

ومن ثم تعني هذه النتيجة أن المتغيرات الديموغرافية (النوع، ونوع الجامعة، والفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي) لم تُحدث فرقاً في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على إكساب المبحوثين مهارات التفكير الناقد.

خاتمة الدراسة:

سعت هذه الدراسة للتعرف على رصد وتوصيف وتحليل طبيعة تأثير محتوى وسائل التواصل الاجتماعي على تبني طلاب الجامعات لمهارات التفكير الناقد، وذلك من خلال الاعتماد على نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام والتعلم الاجتماعي، ونموذج تفاعل الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وبتطبيق استمارة استقصاء إلكترونية على عينة قوامها ٤٠٠ من طلاب الجامعات المصرية، وفي إطار سعينا لتحليل النتائج، يمكن ملاحظة الآتي:

• أصبحت الثورة التكنولوجية والفيض المعلوماتي هي الظاهرة الأكثر مثولاً في الوقت الحالي، وأصبح الجميع على اختلاف فئاتهم العمرية ومستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية يقومون بعمل حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو الأمر الذي يستدعي الاهتمام بتنمية مهارات التفكير الناقد من أجل التعامل الأمثل مع محتوى وسائل وسائط التواصل الاجتماعي.

• يدعم الطرح السابق ما توصلت إليه الدراسة من اهتمام الطلاب بإنشاء حساب على مواقع التواصل الاجتماعي منذ مرحلة سنوية مبكرة، بالإضافة لاستمرار هذه الحسابات لفترة زمنية طويلة، الأمر الذي يشير لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي لديهم، حيث كانت نصف مفردات العينة لديها حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي منذ فترة تتجاوز خمس لعشر سنوات، ومقارنة بالمرحلة العمرية لطلاب الجامعات التي تكون في بداية العشرينات من العمر، فإن ذلك يعني أنهم قد بدأوا في إنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي منذ مرحلة عمرية مبكرة .

• تعددت وتنوعت مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها ويعتمد عليها طلاب الجامعات، حيث كان في صدارتها تطبيق واتس أب من أجل التواصل اجتماعياً وعلمياً من خلال مجموعات عبر هذا التطبيق، ثم فيسبوك من أجل متابعة الأخبار والتواصل الاجتماعي، تلاهما الإنستجرام من أجل عرض الصور والفيديوهات القصيرة، ثم تويتر والذي لا يحظى بمتابعة كثيفة نظراً لطبيعته السياسية وعدد الحروف في كل تغريدة وصعوبة التعديل في التغريدات وأخيراً يوتيوب والذي كان أقل المواقع متابعة نظراً لعاملين، الأول هو أن معظم ما يُعرض على اليوتيوب يتم عرضه على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، والثاني هو أنه قليلاً ما يقوم أحد طلاب الجامعات بعمل قناة على اليوتيوب يعرض خلالها محتوى من إنتاجه.

• في سياق متصل، فإن معدل الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي أصبح في أقصى درجاته، وهو ما يعني تعاضم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المستخدمين معرفياً ووجدانياً وسلوكياً، وهذا مؤشر على أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير ومردود إيجابي لدى الشباب الجامعي، حيث نمت لديهم الجانب المعرفي من خلال المعلومات التي نشرتها عن كافة الموضوعات المثارة في الساحة أولاً بأول بشكل فوري، كما نمت لديهم الجانب الوجداني، بتكوين مشاعر تجاه هذه القضايا إما تعاطفاً أو رفضاً، بالإضافة لإمكانية القيام بسلوكيات داعمة لهذه المشاعر بنشر محتويات على مواقع التواصل الاجتماعي ترفض أو تؤيد قضية ما.

• ويدعم الطرح السابق، موقف المبحوثين من تأثير خصائص المحتوى المعروف عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية مهارات التفكير الناقد لديهم حيث أشارت مفردات العينة إلى أن المحتوى المعروف عبر مواقع التواصل الاجتماعي مفيد وموضوعي، ويساعد على الاستنتاج والتحليل والتقييم، فضلاً عن كونه عقلانياً، ومنطقياً، وإيجابياً ، ويشكل المعارف، ويساعد على إصدار الأحكام الصحيحة، ومن ثم فإنه يساعد على تنمية مهارات التفكير الناقد المتمثلة في (التفسير، الاستنباط، تقويم الحجج، الاستنتاج).

- إجمالاً يمكن القول بوجود علاقة بين المتغيرات التالية (كثافة التعرض لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع التعرض لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي، والاعتماد على محتوى مواقع التواصل الاجتماعي، والثقة في مواقع التواصل الاجتماعي، والتفاعل مع محتوى مواقع التواصل الاجتماعي) - بالنسبة لطلاب الجامعات المصرية عينة الدراسة- وبين اكتسابهم لمهارات التفكير الناقد، في حين أن المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في (النوع، ونوع الجامعة، والفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي) لم تُحدث فرقاً في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على إكساب المبحوثين لمهارات التفكير الناقد.

هوامش الدراسة:

1. Su ,Yan, (2022), "I enjoy thinking critically, and I'm in control": Examining the influences of media literacy factors on misperceptions amidst the COVID-19 infodemic, **Computers in Human Behavior**, (.128),.233-310.
2. Dwi ,Rika, , (2021),E-module development based on PBL integrated STEM assisted by social media to improve critical thinking skill: A preliminary study, February 2021 , **Journal of Physics**, Conference Series1796(1):012077.
3. Al-Zou'bi, ,Reem (2021), The impact of social media and information literacy on acquiring the critical thinking skill by the educational faculty's students, **Thinking Skills and Creativity**, (39).195.
٤. أبو بكر الصالحى، (٢٠٢٠)، دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية فى دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعى، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ٥٤، (٦)، ٢، ٣٦٨٣-٣٧٤٤.
٥. نادية مصطفى الشيخ، (٢٠١٨)، الاستخدام الناقد للمراهقين المصريين للإعلام الجديد، رسالة **دكتوراه غير منشورة**، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
٦. السر أحمد سليمان، عثمان فضل السيد، (٢٠١٧)، التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفكير الناقد لدى طلاب جامعة حائل، **مجلة كلية التربية**، جامعة الأزهر، ١٧٤، (٢)، ١٤٣-١٧٠.
٧. غادة ممدوح سيد، (٢٠١٧)، دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد فى تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطية فى مصر، رسالة **دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٨. أحمد جمال حسن، (٢٠١٥)، برنامج مقترح لتنمية مهارات تحليل ونقد صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية لدى طلاب الجامعة. **مجلة البحث فى التربية وعلم النفس**، كلية التربية، جامعة المنيا، ٢٨، (١)، ١، ٢٨٧-٣٣٠.
9. Khana ,M. Laeeq, ,(2022), Conflicting attitudes: Analyzing social media data to understand the early discourse on COVID-19 passports , **Technology in Society**, (68), February ,.1082-1124.
١٠. هناء النابلسي ، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجامعي : دراسة على عينة من طلبة الجامعات الأردنية" ، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، المجلد ٤٨ ، العدد ٣ ، ملحق ١ ، ٣٧٤ - ٣٩٧
١١. مروى السعيد، (٢٠٢١)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو أزمة سد النهضة دراسة ميدانية، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (٢١)، يناير/ يونيو، ١٧١-١٨٦ .
١٢. نوف خالد، (٢٠٢١)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية: تويتر أنموذجاً: دراسة ميدانية ، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، جامعة الملك عبد العزيز، (٥)، ٤٤ ، مارس، ٩٠ - ١١١.
١٣. محمد سعد الدين محمد، (٢٠٢١)، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات وقت الأزمات: دراسة ميدانية على عينة من طلاب قسم الإعلام ، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (٢١) ، يناير/ يونيو، ١ - ٤٨
- 14.Ricciardelli ,Lauren A., (2020) , Social media use, attitudes, and knowledge among social work students , **Social Sciences & Humanities Open** , (2), 1, , .465-500.
١٥. حسام على سلامة، (٢٠٢٠)، الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي وكفاءتها كمصادر للمعلومات عن جائحة كورونا، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩، (٢)، أبريل، ١٦١-٢٣٥.
١٦. بسنت أحمد البطريق، ٢٠١٨ "دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية

- والاجتماعية لدى الشباب المصري " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون . ٢ .
- 17.Asiedu, N., (2017). "Influence of social networking sites on students, academic and social lives, Ghanaian perspective", **library philosophy and practice (e-journal)**.1535 [http:// digitalcommons.unl.edu/lipphilprac/1535](http://digitalcommons.unl.edu/lipphilprac/1535).
- ١٨ . فاتن عبد الرحمن، (٢٠١٧) ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا الإرهاب في مصر خلال عام ٢٠١٥: دراسة في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، **المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، (١٧)**، ١٥٩- ٢٠٤ .
19. Ali, A. & Anam, I. & Kanwal, I. (2016). Effects of Social Media on Youth: A Case Study of University of Sargodha, **International Journal of Advanced Research (IJAR) Int.J.Adv.Res.4 (11)**.369-372.
- ٢٠ . نورة عبد الله، (٢٠١٤)، أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب.**
21. Philip M. Napoli, (2018), **Mediated Communication, handbook of communication science**, De Gruyter Mouton, Italy, 1st ed, p.75.
- ٢٢ . راتب خليل، (٢٠١٩)، **الإعلام في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، ط١، عمان، الجنادرية للنشر والتوزيع، ٧٩- ٨١ .**
- 23.Balnaves,Mark,(2017), **Media Theories and Approaches: A Global Perspective**, 2nd ed, London, Palgrave Macmillan, p,47.
24. Diaz ,Georgia, (2020) , **Mass Communication: Living in a Media World** 1st ed ,New York, WILLFORD Press, 309.
25. O’Gorman ,Marcel ، (2020) ،**Making Media Theory: Thinking Critically with Technology** , 1st ed, London , UCL Press ,92 .
26. Maria M.,(2021), **The traditional communication theory and the effective use of social media in public relations. A critical reflection**,1st ed, Berlin, GRIN Verlag, 324.
- 27.McQuail ,Denis, (2020), **McQuail’s Media and Mass Communication Theory** , 7th ed, USA , SAGE publications ltd , 189.
28. Viswanath ,Bimal,(2019), **On the Evolution of User Interaction in Facebook** , ACM New York, NY, USA ,4thed ,:37- 42.
- ٢٩ . عبدالرازق الدليمي ، ٢٠١٨ ، **دراسات وبحث في الاعلام ، ط١ ، دار الباروزي للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ص ٣٦** محمد أحمد فياض ، ٢٠١٩ ، **بحوث وقضايا معاصرة في الاعلام ، ط١ ، دار الباروزي العلمية للنشر والتوزيع ، ٦٦ .**
- ٣٠ . وديع العززي، ٢٠٢١ ، **دراسات في استخدام وسائل الاعلام ، ط١ ، دار الباروزي العلمية ، ٥٦- ٥٧ .**
- 31.Michelakis ,Pantelis) ، (2020) ،**Classics and Media Theory**, 1st ed, united kingdom, oxford , 94.
- ٣٢ . عصام الدين مصطفى ، ٢٠٢٠ ، **اقتصاديات تكنولوجيا المعلومات والإعلان الإلكتروني في عصر العولمة في المجتمعات العربية ، ط١، مكتبة سونير ، الإسكندرية ، ص ٣٧- ٣٩ .**
- ٣٣ . كاظم كريم الجابري، ماهر محمد العامري، (٢٠١٢)، **التفكير: دراسة نفسية تفسيرية، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٥٦ .**
- ٣٤ . روبرت دياني، ترجمة منذر محمود، (٢٠١٧)، **التفكير الناقد والتفكير الإبداعي، ط١، الرياض، مكتبة**

العبيكان للنشر والتوزيع، ٩٨.

35.Hughes, W., & Lavery, J. (2015). Critical Thinking: An Introduction to the Basic Skills-**Canadian Seventh Edition**. Broadview Press,p.23.

36.Elder, L., & Paul, R. (2020). Critical thinking: Tools for taking charge of your learning and your life. **Foundation for Critical Thinking**, pp.46-47.

37.Joseph, S. (2016). Enhancing Critical Thinking in English Classes: A Study of Pre-University Colleges Across Bangalore City. **IUP Journal of English Studies**, 11(4).

38. Vyncke, M. (2012). The Concept and practice of critical thinking in academic writing: An investigation of international students' perceptions and writing experiences (**Doctoral dissertation**, King's College London).

39. Hunter, D. A. (2014). **A practical guide to critical thinking: Deciding what to do and believe**. John Wiley & Sons.

٤٠. أسماء فوزى حسن التميمي، (٢٠١٦)، مهارات التفكير العليا (التفكير الإبداعي، التفكير الناقد)، ط١، عمان، مركز دبيونو لتعليم التفكير، ٢٢-٢٥.

41.Galen A. Foresman ،Peter S. Fosl ،Jamie C. Watson,(2017), **The Critical Thinking Toolkit**, 1st ed, London , john Wiley. Inc,pp77-79.

42.Chouari, A., & Nachit, M. (2016). Teaching and assessing 21st century critical thinking skills in Morocco: A case study. **Arab World English Journal (AWEJ)**, 7(4).

٤٣. وليد العياصرة، (٢٠١١)، استراتيجيات تعليم التفكير ومهاراته، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص ص ١١-١٣.

44.Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S., **The landscape of qualitative research**, 5th Ed., (Thousand Oaks, CA: Sage. 2018),p.119

٤٥. إيناس محمود، ٢٠١٣، دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد لديهم، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 43 يناير/ يونيو، ص ص ٤٥ - ٩٠.**
مُحكّمو استمارة الاستقصاء:

- أ. د/ عصام جميل، أستاذ علم النفس بكلية الآداب جامعة القاهرة والمتخصص في مقرر التفكير النقدي.
- أ. د/ محرز حسين غالي، الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ. د/ نرمين نبيل الأزرق، الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ. د/ فاطمة الزهراء السيد، الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة.