

استخدام وسائل الإعلام الجديدة
في دعم التعليم الإلكتروني خلال
الأزمات وعلاقته بتشكيل اتجاهات الجمهور المصري
نحوه

**New media usage to support e-learning during crises
and its relationship with shaping the attitudes of the
Egyptian public towards it**

رنيم عمرو عبد العزيز محمد سالم

جامعة المنصورة - كلية الآداب قسم الإذاعة والتلفزيون
مدرس مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

Raneem Amr Abdelaziz Salem

**Mansoura University - Faculty of Arts, Department of Broadcasting and
Television**

**Assistant Lecturer in the Department of Broadcasting and Television at the
International Higher Institute of Media in El Shorouk**

إشراف

أ.د. محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام وثقافة الأطفال - جامعه عين شمس

د. نسمة السادات

مدرس الإعلام بكلية الآداب - جامعه المنصورة

raneemamrsalem@gmail.com



www.mercj.journals.ekb.eg



المخلص:

تلعب التقنيات الحديثة أدوارًا متزايدة في المجتمعات المعاصرة، وتمكنت من التوغل بشكل كبير في كافة المجالات ومنها التعليم، حيث لعب التعليم الإلكتروني دورًا مهمًا ومنقذًا للأنظمة التعليمية خلال جائحة كورونا، لذا فقد استهدفت الدراسة الحالية التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديدة في عملية التعليم والتعلم الإلكتروني، واتجاهاته نحو تجربة التعليم الإلكتروني، والتعرف على الضوابط الواجب توفرها في وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر الجمهور المصري.

تم الاعتماد على استخدام منهج المسح الإعلامي، باستخدام استمارة الاستبيان، وتكونت عينة الدراسة من 400 مفردة من مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة في عملية التعلم، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:

- التعليم الإلكتروني مهم بالنسبة لغالبية افراد العينة حيث تراوحت نسبة الإجابة بهم لدرجة كبيرة ومتوسطة غالبية افراد العينة بنسبة 81.25% من إجمالي المبحوثين.

- وأن جودة التطبيق وسهولة الاستخدام هي العوامل الأساسية التي يختار المبحوثين التطبيق للتعليم الإلكتروني من خلالها. وأن اليوتيوب يمثل أكثر وسائل الاعلام الجديدة التي يتم الاعتماد عليها وتقدم محتوى يتعلق بالتعليم الإلكتروني على العكس من تويتر الذي جاء كأقل استخداما وفائدة في عملية التعليم الإلكتروني.

- وأن أهم مميزات الاعتماد على التعليم الإلكتروني كما يراها أفراد العينة كانت إمكانية العودة للمادة العلمية أكثر من مرة ومساعدة الطلاب على تطوير مهاراتهم التقنية والتعامل مع الأجهزة الإلكترونية، بالإضافة إلى تقليل التزاحم في الفصول الدراسية. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالتعليم الإلكتروني والاتجاه إلى الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة بشكل أكبر ودمجها في العملية التعليمية.

الكلمات المفتاحية: التعليم الإلكتروني-وسائل الإعلام الجديدة-الجمهور المصري



Abstract:

Modern technologies play increasing roles in the contemporary societies, and it has been able to penetrate, to a large scale, in all fields; including education. As the E-learning played important and savior role at the education systems during the Corona pandemic. Therefore, the current thesis aimed to identify the extend that the Egyptian public relies on the new media in the education and the E-learning process and its attitudes towards the E-learning experience, and to identify the disciplines that must be available in the new media from the point of view of the E Egyptian public.

The using of the media survey method was relied on by using a questionnaire and a study sample of 400 individuals _using the new media in the learning process _was formed and the results of the thesis came up with:

- The E-learning is very essential to most of the sample members as the percentage of the answer "very important" was (81.25%) of the total sample members.
- The quality and he easiness of using the application are the main factors that the sample member chooses the E-learning application according to. And the You Tube is considered the most reliable new media that provides content related to E-media, unlike Twitter that considered the least used and the least benefit through the E-learning process.
- The most important advantage of relying on E-media, from the sample members' point of view, is the ability to reusing the scientific material over and over and helping the students to improve their technical skills and to deal with the electronic devices beside reducing overcrowding in the classrooms.

It is recommended to taking the E-learning into consideration, to start to rely on the new media in a larger scale and to merge it into the educational process.

Keywords:

E-learning _ New media - The Egyptian public Opinion



المقدمة

تمكنت وسائل الإعلام الجديدة بأنواعها المختلفة أن تشكل جزء مهم في حياة الأفراد خلال السنوات الماضية، خاصة بعدما تمكنت من مد جسور التعاون بين المجتمعات حول العالم أجمع، كما سهلت عملية نقل وتبادل المعلومات وتداول المعرفة بين الثقافات المختلفة، الأمر الذي جعلها مصدر رئيسي من مصادر تشكيل البناء المعرفي والادراكي للأفراد، وتمكنت من تشكيل الاتجاهات، ودعم عمليات اتخاذ القرار، حتى أنها أصبحت لا تقل أهمية عن مختلف وسائل الإعلام الأخرى الأمر الذي جعل الباحثين والدارسين يسعون للتعرف على جوانب جديدة يمكن أن يتم توظيف وسائل الإعلام الجديدة لدعهما.

ويمكن القول بأنه منذ إعلان منظمة الصحة العالمية عن تحول فيروس كورونا إلى وباء ومن ثم وصفه بالجائحة، حيث تمكن من اجتياح قارات العالم أجمع، حيث تعرضت 208 دولة حتى الآن إلى هذا الوباء، ومن بينها مصر الأمر الذي أدى إلى رفع الإجراءات الوقائية في العديد من الدول العربية، والتي تضمنت إغلاق المدارس والجامعات كلياً في بعض الدول وجزئياً في بعضها الآخر، الأمر الذي أدى إلى تعالي الدعوات المطالبة باستخدام التعليم الإلكتروني كوسيلة أساسية لضمان استمرار العملية التعليمية وعدم ضياع السنة الدراسية على الطلاب.

وبالتالي، أصبح من الضروري النظر للتعليم الإلكتروني بوصفه مستقبلاً للتعليم وليس مجرد وسيلة تستخدم في أوقات "الأزمات فقط"، خاصة في ظل تزايد اقبال عدد كبير من الطلاب في مصر على استخدامه خلال الفترة الماضية، حيث كشف تقرير صادر عن وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، عن وصول نسبة استخدام الحاسب الآلي للأغراض التعليمية في مرحلة التعليم الابتدائي 92%، و 91% في مرحلة التعليم



الإعدادي، بينما وصلت إلى 90% في مرحلة التعليم الثانوي، في حين كانت جملة استخدام الحاسب الآلي للأغراض التعليمية في إجمالي المراحل 91.4%⁽¹⁾. ومن هنا يستهدف البحث الحالي التعرف على استخدام وسائل الإعلام الجديدة في دعم التعليم الإلكتروني خلال الأزمات وعلاقته بتشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحوه من أجل التعرف على أوجه القصور في التجربة الحالية لاعتماد الجمهور المصري على التعليم الإلكتروني وآراءه المستقبلية عن سبل النهوض بالتعليم الإلكتروني.

مشكلة الدراسة

يعدّ الإعلام جزءاً أساسياً في المجتمع؛ فهو يمتلك القدرات التي تجعله قادراً على أداء عدة وظائف والتي من بينها الوظيفة التربوية والتعليمية لوسائل الإعلام. واليوم ومع اتجاه المراهقين والشباب بكثرة نحو الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة أضحى من الضروري أن يتم توظيفها في الجانب التعليمي لتلك الفئة العمرية. فالعمل على توفير فرص للتعليم تتناسب مع مختلف الأوضاع المعيشية والتطورات التي تحدث على مستوى العالم يعتبر ضرورة حتمية في الوقت الحالي، ويمكن القول بأن مصر تعد واحدة من الدول التي حدث فيها خلاف كبير فيما يتعلق بمدى قدرة الطلبة على الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة ووسائل الإعلام الجديدة في عملية التعليم بعد أن اتخذ وزير التربية والتعليم قراراً بشأن تحويل الفصل الدراسي الثاني إلى أبحاث يقوم الطالب بإجرائها، وكذلك الأمر نفسه بالنسبة للتعليم العالي.

وفي ضوء الدراسات السابقة التي أكدت على مدى التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد على عملية التعلم الإلكتروني، يجب أن تتم دراسة التعرف على تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على دعم التعليم والتعلم الإلكتروني بين الشباب في مصر ومدى قدرة هؤلاء الطلاب على تقبل هذه التجربة الحديثة خاصة خلال الأزمات وما إمكانية التأثيرات المحتملة لهذه التجربة على تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحوها في



المستقبل خاصة بعد انتهاء هذه الأزمة.

أهداف الدراسة:

- تتمثل أهداف الدراسة الحالية في عدد من النقاط وهي:
1. التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديدة في عملية التعليم والتعلم الإلكتروني.
2. التعرف على أكثر وسائل وتطبيقات وسائل الإعلام الجديدة التي تم الاعتماد عليها خلال جائحة كورونا.
3. التعرف على دوافع استخدام وسائل الإعلام الجديدة في التعليم والتعلم الإلكتروني من وجهة نظر الجمهور المصري.
4. التعرف على اتجاهات الجمهور المصري (المعرفية والعاطفية والميل السلوكي) بعد تجربة التعليم الإلكتروني.
5. التعرف على العلاقة بين دوافع استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة (طقوسية- وظيفية) لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني.
6. قياس مستوى تأثير شدة العلاقة الارتباطية بين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري نحوها باختلاف المتغيرات الديموغرافية.

أهمية الدراسة:

أهمية الدراسة العلمية:

1. تتمثل أهمية الدراسة الحالية في أهمية موضوعها وهو دراسة تأثير وسائل الإعلام الجديدة على مختلف نواحي الحياة وخلال الأزمات، خاصة ما يرتبط منها بمجال التعليم الإلكتروني والذي أصبح يشكل جزءاً أساسياً من الحياة التعليمية في الوقت



الراهن خاصة بعد ظهور جائحة كورونا وما صاحبها من فترة غلق.
2. كذلك توجد هناك قلة في الدراسات والأبحاث التي تناولت دراسة تأثير وسائل الإعلام الجديدة في التعليم الإلكتروني في مصر بعد جائحة كورونا والتي أخذت حيز كبير من اهتمام العالم خاصة ما يتعلق منها بالتطبيق على الأهل والأبناء والقائمين بالعملية التعليمية.

الأهمية العملية:

1. الخروج بنتائج وتوصيات يمكن أن تسهم في تطوير التعليم الإلكتروني في مصر بالتعرف على اتجاهات الجمهور تجاهه وتجاه لاعتماد عليه وقت الأزمات.
2. كذلك تتمثل أهمية الدراسة العملية في المساهمة في تطوير البرامج والتطبيقات التي يمكن الاعتماد عليها في التعليم الإلكتروني من خلال التعرف على مزايا وعيوب التطبيقات الخاصة بالتعليم الإلكتروني من وجهة نظر الجمهور المصري.

الإطار النظري للدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على إطارين نظريين كما يلي:

أولاً: (نظرية الاعتماد على الوسائل الإعلام Dependency Theory)

تم توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (كمدخل نظري يتناسب مع معرفة مدى اعتماد الجمهور على الوسائط المرئية الرقمية، كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات كبديل لمشاهدة التلفزيون التقليدي).

وتركز النظرية على الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد متبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور؛ إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام المنحدرة من جمع



المعلومات ومعالجتها ونشرها، ومن ثم فهي تعد نظرية بيئية؛ بمعنى أنها تركز على العلاقات بين النظم ومكوناتها، وتنظر إلى المجتمع باعتباره "مجتمعا مركبا" من مجموعة من الأفراد، وليس من فرد واحد، وهي تبحث في العلاقة التي تربط هؤلاء الأفراد مع بعضهم البعض، ومن ثم تحاول تفسير سلوك كل جزء من تركيب هذا المجتمع على حدة، لمعرفة ارتباط هذه العلاقات مع بعضها البعض⁽²⁾، ومن هنا، فإن مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام يوضح أهمية العوامل الاجتماعية والنفسية التي تجعل تأثير وسائل الإعلام يختلف من فرد لآخر⁽³⁾.

ويتوقف مدى اعتماد الشخص على وسائل الإعلام على عدة عوامل من بينها الجنس والعمر والوضع الوظيفي، وتقتصر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنه حينما يصبح الناس أكثر اعتمادًا على وسائل الإعلام، فإن تأثير وسائل الإعلام على سلوكياتهم وتصوراتهم يكون أقوى، وأنه خلال أوقات الكوارث والأزمات يكون هناك تهديد للأفراد، لذلك يزيد اعتمادهم على وسائل الإعلام⁽⁴⁾.

ويوجد لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أهمية كبيرة، والتي تتمثل في إمكانية التنبؤ بما سيحدث من وقائع في المستقبل، وذلك من خلال التحليلات والتفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام، وتؤثر العوامل السياقية التي تحدث في النظام المجتمعي على درجة اعتماد الجماهير على وسائل الإعلام، كما يؤخذ في الاعتبار البيئة الاجتماعية والاقتصادية التي تشمل الوسيلة الإعلامية والجمهور في نفس الوقت، حيث يعتمد مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام على مدى إمكانية وسائل الإعلام على تلبية الاحتياجات الخاصة بالجماهير⁽⁵⁾.

وتفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أن الفرد يعتمد في إشباع احتياجاته على استخدام وسائل الإعلام، وكلما زاد أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في حياة الفرد، زاد تأثير هذه الوسائل عليه، لذا فإنه ينبغي أن تكون هناك علاقة مباشرة بين



حجم الاعتماد ودرجة التأثير لوسائل الإعلام تجاه أي موضوع في وقت ما⁽⁶⁾. ويفترض الباحثون بأن الفرد يعتمد على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام لتحقيق أهداف معينة، وخاصة أهدافهم المعرفية، في إطار الحاجة إلى معرفة العالم الاجتماعي حولنا؛ الحاجة إلى اللعب، الحاجة إلى التعبير الصريح، الهروب من المشكلات اليومية والقضاء على التوتر الذي تسببه، وهذه كلها لها أهمية متفاوتة بالنسبة للجمهور تقوم وسائل الإعلام بتحديدتها⁽⁷⁾.

فيما يرى البعض أن نظرية الاعتماد تستند إلى مجموعة من الفروض التي يمكننا حصرها فيما يلي⁽⁸⁾:

الفرض الأول: تفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام اعتماد الشخص على وسائل الإعلام بشكل عام، ويزيد ذلك الاستخدام في وقت الأزمات.

الفرض الثاني: اعتماد الشخص على وسائل الإعلام بشكل عام، وهو ما يزيد من مستوى الثقة تجاه وسائل الإعلام في وقت الأزمات.

الفرض الثالث: يزداد اعتماد الشخص على وسائط الإنترنت بشكل عام، واستخدامها في وقت الأزمات بشكل خاص.

الفرض الرابع: يزداد اعتماد الأشخاص على الإنترنت بشكل عام، وهو ما يؤثر على مستوى ثقتهم بالإنترنت بشكل عام وقت الأزمات.

الفرض الخامس: من المسلم به أن وصول الجماهير لوسائل إعلامية بديلة، من الممكن أن يقلل من اعتماد الفرد على الوسائل الإعلامية القديمة ويزيد ثقته في الوسائط الأخرى، ولذلك يفترض اعتماد الشخص على وسائل الإعلام بشكل عام يقلل من استخدام الإنترنت في وقت الأزمات.

الفرض السادس: اعتماد الأشخاص على وسائل الإعلام بشكل عام يقلل من مستوى



الثقة تجاه وسائل الإعلام على الإنترنت في وقت الأزمات.

الفرض السابع: يقل اعتماد الأشخاص على الإنترنت بشكل عام، ويقومون باستخدام وسائل الإعلام التقليدية في وقت الأزمات.

الفرض الثامن: يقل اعتماد الأشخاص على وسائل الإنترنت بشكل عام، وهو ما يؤثر على مستوى ثقتهم تجاه وسائل الإعلام في وقت الأزمات.

كذلك تشير الدراسات إلى أن الاعتماد على وسائل الإعلام يسهم بدرجة كبيرة في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه بعض القضايا التي يتم تداولها في وسائل الإعلام، كلما زاد الاعتماد على وسائل الإعلام كلما زاد تأثيرها في تغيير اتجاهات الأفراد⁽⁹⁾.

الاستفادة من نظرية الاعتماد في الدراسة الحالية:

تم الاستفادة من النظرية في تحديد وبلورة مشكلة البحث الحالية وقد أفادت الباحثة منهما في تحديد الجانب الخاص باعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديدة.

كذلك أفادت النظريات في تحديد فروض الدراسة والتي يمكن في ضوءها تحديد اتجاهات الجمهور المصري نحو تجربة التعليم الإلكتروني التي تعدّ حديثة العهد على الجمهور المصري والتي تعرضت لموجة كبيرة من الانتقادات فور إعلان وزير التعليم ووزير التعليم العالي عن اللجوء لها، على الرغم من كون هذا النمط من التعليم معمول به في عدد كبير من الدول العربية.

ثانياً: نظرية ثراء الوسيلة:

استند البحث الحالي على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال ثنائي الاتجاه بين القائم



بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء، وأنه كلما قل الغموض كلما كان الاتصال أكثر فاعلية، وبالتالي تتنظر تلك النظرية لوسائل الإعلام مثل الصحف والتلفزيون على أنها فقيرة لأنها لا تسمح برجع صدى سريع ومباشر، كما تفترض النظرية أن وسائل الإعلام لديها قدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة⁽¹⁰⁾.

وتشير نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية إلى إن فعالية الاتصال تستند بالأساس إلى مقدار أساليب التفاعل التي تتيحها والوسيلة، وأنه كلما بات الاتصال النشط أكثر حدوثا، انخفض مستوى الغموض، وبالتالي تتوافر مساحة كبيرة من المعاني المشتركة بين الجمهور والوسيلة التي يعتمد عليها⁽¹¹⁾.

واعتمدت نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية على التأثير الاجتماعي، والعمل على شرح اختيار الوسائط واستخدامها، حيث يتحدد ثراء الوسيلة الإعلامية بعد مراقبة ونمذجة السلوكيات والمواقف وردود الأفعال تجاهها، وهو ما يفسر اختيار واستخدام الوسائط، وأشارت النظرية إلى إن هناك تأثيرات اجتماعية على التكنولوجيا، وقد ركزت الأبحاث الأولية حول ثراء وسائل الإعلام على مهام العمل الفردية وتطبيق نظرية الممثل العقلاني لتطوير مجموعة من النظريات الإرشادية حول كيفية اختيار المنظمات لوسائل الإعلام من أجل التقليل من الظن، وخلال المرحلة الثانية من البحث حول ثراء وسائل الإعلام، تحول التحليل نحو تبادل الاتصالات الفردية والدراسات حول ثراء وسائل الإعلام، والتي ركزت على شرح ووصف اختيار واستخدام وسائل الإعلام الغنية والهزيلة مع المنظمة، وخلال تلك المرحلة خلصت النتائج إلى إن البريد الإلكتروني باعتباره وسيلة اتصال داخل المنظمات يشير إلى نتائج مختلطة⁽¹²⁾.

وتشير نظرية ثراء الوسائل الإعلامية إلى إن الأداء الذي تقوم بتأديته الوسيلة



الإعلامية، يتحسن حينما يتم استخدام وسائط إعلامية أكثر ثراءً، وذلك من أجل القيام بالعديد من المهام الملتبسة والمختلطة في وقت واحد، حيث لاحظ أفراد وجود اختلافات في الثراء نتيجة كلا من التعليقات والإشارات⁽¹³⁾.

وتعدّ نظرية ثراء الوسائل الإعلامية من أفضل النظريات التي تتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وغيره من وسائل التواصل الاجتماعي، وأشارت الدراسات إلى إن موقع الفيس بوك كان أكثر ثراءً من البريد الإلكتروني، وقد تم استخدام موقع الفيس بوك من قبل المؤسسات المالية وذلك باعتبار الفيس بوك أداة من أدوات التفاعل مع العملاء، حيث يعدّ أداة مثالية من أجل نشر المعلومات وتحقيق التعاون والتعليم وخاصة في فترات الكوارث والأزمات، لما تتوافر به من خصائص تسهم في نشر الوعي⁽¹⁴⁾.

كذلك تعدّ واحدة من النظريات التطبيقية واسعة الاستخدام، حيث إنها توضح كيفية أداء المهمة الإعلامية بأسلوب أفضل، ويكون ذلك حينما تتماشى احتياجات المهمة مع قدرة الوسيط على توصيل المعلومة؟⁽¹⁵⁾.

وتتضمن نظرية ثراء الوسيلة عدة أبعاد تتمثل فيما يلي⁽¹⁶⁾:

- 1- التنوع: ويعني التنوع في الأدوات والوسائل الجديدة للإنتاج الإعلامي، وبالتالي يحدث التنوع في الاختيار.
- 2- الجودة: إذا أتاحَت الوسائل والأدوات الجديدة إمكانيات ومميزات مختلفة ومتعددة بئرائها من حيث التكوين وبالتالي الاختيار.
- 3- الدقة: وقد أضيف هذا البعد والذي يتعلق بسهولة وسرعة ومرونة وتحقيق الغاية من وراء استخدام تقنية معينة.



وتفترض النظرية فرضين أساسيين هما:

أنه كلما زادت درجه غموض والتباس المهمة الاتصالية كان من الافضل استخدام وسيله أكثر ثراء . كما افترض دافت ولينجل أن وسائل الاتصال تمتلك العديد من القدرات والامكانيات لتوصيل المعلومات والمعارف لمستخدميها وبالتالي تساعد في حل مشكلات الغموض وتمكين مستخدميها من الوصول للخدمات في الرأي وتسهيل التفاهم بين الناس، وقدم الباحثان ما عرف بالتدرج الهرمي الخاص بثراء الوسائل الاتصالية، وتم ترتيبه من الوسائل الأعلى ثراء إلى الأقل ثراء؛ وذلك لتوضيح قدرات الوسائل الاتصالية المختلفة في حل ومعالجة المشكلات من خلال الاتصال⁽¹⁷⁾.

الاستفادة من نظرية الاعتماد ونظرية ثراء الوسيلة في الدراسة الحالية:

تم الاستفادة من النظريتين في تحديد وبلورة مشكلة البحث الحالية، وقد أفادت الباحثة منهما في تحديد الجانب الخاص باعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديدة والتعرف على درجات الثراء التي تتوفر بها، مما يسهل عملية وضع رؤية مستقبلية عن سبل تطوير أدائها في جانب التعليم والتعلم.

كذلك أفادت النظريات في تحديد فروض الدراسة والتي يمكن في ضوئها تحديد اتجاهات الجمهور المصري نحو تجربة التعليم الإلكتروني التي تعدّ حديثة العهد على الجمهور المصري والتي تعرضت لموجة كبيرة من الانتقادات فور إعلان وزير التعليم ووزير التعليم العالي عن اللجوء لها، على الرغم من كون هذا النمط من التعليم معمول به في عدد كبير من الدول العربية.

الدراسات السابقة

من خلال مسح الدراسات السابقة العربية والأجنبية، تم التوصل إلى تقسيم الدراسات الحالية إلى محورين بحيث يتناول المحور الأول الدراسات التي تناولت استخدامات



وسائل الإعلام الجديدة في عملية التعلم. بينما يتناول المحور الثاني الدراسات التي تناولت العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام وتشكيل الاتجاهات خاصة خلال الأزمات.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت استخدامات وسائل الإعلام في عملية التعليم.

1. دراسة (حنين محمد شعيب، 2022) ⁽¹⁸⁾، استهدفت الدراسة الحالية التعرف على الدور الفعلي للمواقع الإلكترونية للجامعات الأهلية في تحسين أدائها التعليمي خلال أوقات الأزمات، والتعرف على دور المواقع الإلكترونية للجامعات في تحسين الأداء التعليمي من خلال تنشيط الترويج وبرامج التعليم المدمج، وتم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (100) مفردة من طلاب الجامعات الأهلية السعودية باستخدام استمارة الاستبيان إلى جانب مقابلة متعمقة مع عدد من المسؤولين. وخلصت نتائج الدراسة الحالية إلى: اعتماد الجامعات الأهلية على المواقع الإلكترونية له أثر إيجابي في تحسين الأداء عبر التعليم الهجين والترويج خلال الأزمات، إلى جانب قلة خبرة غالبية العاملين في الجامعات محل الدراسة بالتقنيات اللازمة لإدارة المواقع الإلكترونية بشكل جيد.

2. دراسة (Christos Papademetriou, et.al, 2022) ⁽¹⁹⁾، استهدفت هذه الدراسة التعرف على التأثيرات التي خلفتها جائحة كورونا على التعليم خاصة بعد أن أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً بارزاً في التدريس ومصادر التعلم في الجامعات، ومن ثم فقد سعت الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين عملية التدريس والتعلم في الجامعات، تحفيز الطلاب ودعمهم، وتطوير عملية الاتصال بالمجتمع الخارجي للبيئة التعليمية، واعتمدت الدراسة على المقابلات المتعمقة مع (10) أساتذة جامعيين و (20) طالب، وقد أظهرت النتائج أن: استخدام مؤسسات التعليم العالي لوسائل التواصل الاجتماعي له تأثير إيجابي على لعملية التعليمية حيث يسهم بشكل كبير



في تعزيز التدريس والتعلم، إلى جانب تحفيز الطلاب على المشاركة في الأنشطة المختلفة، كما سمح بإقامة اتصالات في مجتمع الجامعة. وأن هناك بعض العقبات فيما يختص بتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التدريس والتعلم وهي النظرة لوسائل التواصل الاجتماعي على أنها أمر مكمل فقط للعملية التعليمية، ولذلك أوصى الباحثين بأهمية أن يتم تشجيع المدارس والجامعات على أن تجعل مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً في العملية التعليمية وألا يكون دورها تكميلياً فقط.

3. دراسة (جورج لطيف سيدهم، 2021)⁽²⁰⁾، استهدفت الدراسة الحالية التعرف على آراء أعضاء هيئة التدريس حول نظام التعليم عن بعد فيما يتعلق بالقدرة على تحقيق أهداف المقررات العملية، والتعرف على التقنيات الاتصالية الفعالة من الوسائط المتعددة في والتي يتم توظيفها في المقررات العملية بكليات الإعلام، وخلصت نتائج الدراسة الحالية إلى: أن الوسائط المتعددة غير فعالة بشكل كافٍ في التعليم عن بعد في تدريس المقررات العملية؛ لأنها تحتاج إلى تفاعل مباشر بين الطلاب والأساتذة، وأن الوسائط المتعددة أيضاً غير فعال بالنسبة للأساتذة في الحكم على استيعاب الطلاب للدروس والمقررات.

4. دراسة (هديل جاسم وآخرون، 2021)⁽²¹⁾، استهدفت الدراسة الحالية التعرف على فعالية عملية التعليم عن بعد في أوقات الأزمات بالتطبيق على أزمة فيروس كورونا، والتعرف على مدى تقبل الطلاب لنظام التعليم عن بعد وخلصت نتائج الدراسة الحالية إلى أن: هناك قبولا بشكل كبير من الشباب لجميع الأنظمة الجديدة التي يتم الاعتماد عليها في عملية التعلم عن بعد، وأن التعليم الإلكتروني لعب دوراً مؤثراً في مساعدة الطلاب لتطوير وتحديث معلوماتهم.

5. دراسة (فردوس عمر عبد الرحمن وسماح بابكر أحمد، 2021)⁽²²⁾، استهدفت الدراسة الحالية التعرف على الدور الفعلي للمواقع الإلكترونية الخاصة بالمكتبات



الجامعية ودرجة إسهامه الفعلي بالنسبة لكل من الباحثين (الدارسين) والأساتذة خلال فترات الأزمات، والتعرف على واقع الخدمات التي توفرها المكتبات الجامعية للباحثين والأساتذة عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بها خلال الأزمات، وخلصت نتائج الدراسة الحالية إلى: الموقع الإلكتروني للمكتبات والجامعات له دور مهم في تقديم خدمات تعليمية ومعلومات في ظل الأزمات الراهنة، وأن المواقع الإلكترونية للمكتبات الجامعية مصدر مهم يعتمد عليه الباحثون والطلاب كمصدر رئيس للمعلومات في ظل الأزمات الراهنة.

6. دراسة (UNESCO, UNICEF & WORLD BANK REPORT, 2021⁽²³⁾)

استهدف التقرير رصد وتحليل حالة التعليم خلال عام 2020 والذي شكل ذروة انتشار جائحة كورونا حول العالم وتحولها من أزمة صحية إلى وباء اجتاح العالم أجمع، وهو ما أدى إلى عملية غلق وتعطيل للعملية التعليمية بأكملها، لذلك سعى التقرير إلى توصيف التأثيرات الناتجة عن جائحة كورونا على العملي التعليمية بالتطبيق على 28 دولة، بما يسهم في الخروج بعدد من الأدلة التي تسهم في سرعة تعافي التعلم من الأزمة الحالية أو خلال الأزمات المستقبلية. وقد توصل التقرير لعدد من النتائج والتي من بينها: وجود خسائر فعلية على مستوى العملية التعليمية بسبب عملية الغلق المصاحبة لجائحة كورونا خاصة في البلدان المنخفضة والمتوسطة الدخل، كذلك تأثرت معظم البلدان ذات الدخل المرتفع أيضًا، حيث أظهرت البيانات أن الأطفال تعلموا أقل أثناء الوباء وأن الآثار تتفاقم في ظل عدم المساواة بين البلدان. وأن الطلاب الأصغر سنًا كانوا أكثر تأثرًا بالجائحة، كما تأثرت الفتيات أكثر من الذكور فيما يتعلق بمستوى التحصيل الدراسي. وأن البلدان قدمت دعمًا منخفضًا للتعافي من آثار جائحة كورونا خاصة في البلدان المنخفضة والمتوسطة الدخل، حيث وصلت النسب المالية المخصصة لدعم التعليم إلى أقل من 3% من الإنفاق الإضافي.



7. دراسة (Jade Sleeman, 2020) ⁽²⁴⁾ استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تسهيل عملية إنشاء روابط بين الطلاب الدوليين وزملائهم الجدد مع زيادة التركيز على استخدام المنصات الرقمية لتسهيل التدريس والتعلم، حيث أشارت الدراسة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التعليم العالي يعتبر أحد السبل التي لا تتيح التعلم فحسب، بل تسمح أيضاً بإنشاء روابط اجتماعية بين الطلاب لتحسين تجربة الدراسة الدولية والشعور بالمجتمع. وتم تطبيق دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة أستراليا، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتي من بينها: أن غالبية الطلاب الدوليين الذين شملهم الاستطلاع لديهم خبرة سابقة أكبر في التعامل مع مواقع الشبكات الاجتماعية للاستخدام الشخصي والتعليمي أكثر من المدونات ومندتيات المناقشة، والتي هي كثيراً ما تستخدم في الإعدادات المؤسسية، وأن الاستخدام التعليمي لمواقع الشبكات الاجتماعية دفع العديد من المشاركين إلى إضافة زملاء جدد كأصدقاء للملف الشخصي.

8. دراسة (طارق محمد الصعيدي، 2019) ⁽²⁵⁾، استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدة كفاءة توظيف برامج التعليم الإلكتروني والتعليم عن بعد في تدريس مقررات الصحافة والإعلام والكيفية التي يمكن من خلالها الاستفادة منها لتحقيق الأهداف التعليمية المنشودة منه، وقد تم التطبيق على عينة من طلاب جامعة جازان قوامها 250 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن: الطلاب يستخدمون البرمجيات التكنولوجية المختلفة أثناء التعلم عبر الإنترنت. وأنهم أظهروا إتقان فيما يتعلق بالتعامل مع المقررات الدراسية، واعتمدوا على الحاسب الشخصي والموبيل والفصول الافتراضية والوسائط، والمحتوى التعليمي، والمواقع التعليمية، والإعلانات والأخبار والبريد الإلكتروني والمندتيات وغيرها من الوسائل الحديثة خلال عملية التعليم والتدريب.



9. دراسة (Kumi Yebaoh & Alex Blankson, 2014)⁽²⁶⁾، استهدفت هذه

الدراسة التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا في التعليم العالي لدى الطلاب، وخلصت نتائج الدراسة الحالية إلى استخدام أعضاء هيئة التدريس لوسائل التواصل الاجتماعي للتعليم بوجه عام، حيث أكدت النتائج أن أعضاء هيئة التدريس الأصغر سنًا (أقل من 35 عام) يقومون باستخدام الإنترنت بنسبة 55.7% في التعليم، وذلك بالمقارنة بالأعضاء الأكبر سنًا (55 سنة فيما فوق)، وأكدت نتائج الدراسة الحالية على: أن كلية الآداب والعلوم الإنسانية إلى استخدام أكبر لوسائل الإعلام الاجتماعية من جميع التخصصات، كما أكدت نتائج الدراسة الحالية على وجود ارتباط قوي بين استخدام أعضاء هيئة التدريس لوسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة والأغراض التربوية والمهنية. كما أكدت أشارت إلى وجود وعي عالٍ من قبل أعضاء هيئة التدريس باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التعليم العالم في السنوات الأخيرة.

10. دراسة (Karen Neville & Ciara Heavin, 2013)⁽²⁷⁾، استهدفت

التعرف على استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في دعم احتياجات التعلم، واعتمدت الدراسة الحالية على عينة من الطلاب الجامعيين في مرحلة البكالوريوس في كلية العلوم ونظم المعلومات، وخلصت نتائج الدراسة الحالية إلى: استخدام الطلاب لتقنيات جديدة في اكتساب المزيد من الخبرات والقيام بالمزيد من الأنشطة التعليمية، كما أكدت الدراسات أن الألعاب الاجتماعية تسمح لقياس أداء الطلاب في الفهم، وهو ما يعتبر جزءًا من التعلم المستمر. كما أشارت إلى استخدام طلاب بكالوريوس العلوم كجزء من عملية التقييم المستمر لتقييم تفاعل الطلاب، وهو ما عمل على تنمية روح المنافسة وزيادة قيم التعلم لدى الطلاب.



المحور الثاني: دور وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات خاصة خلال الأزمات

1- دراسة (Gerrit Hirschfeld & Meinald T. Thielsch, 2022)⁽²⁸⁾

استهدفت الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام في التأثير على اتجاهات وسلوكيات الجمهور خلال الأزمات بالتطبيق على جائحة كورونا، والاستراتيجيات المتبعة في التواصل مع الجمهور ومدى تأثير تلك الاستراتيجيات على ثقة الجمهور في المسؤولين المحليين وتشكيل اتجاهاتهم نحوهم، وقد تكونت عينة الدراسة من (561) مفردة (53%) من الإناث، وذلك بالاعتماد على استمارة الاستبيان، وتبين أن: استراتيجيات الاتصال التي تم الاعتماد عليها خلال الأزمات لم يكن لها تأثير كبير على تقييمات المشاركين للتدابير السلوكية الخاصة بالقادة المحليين نحو جائحة كورونا، لكنها أثرت على ثقة المشاركين في رئيس البلدية. وأن وسائل الاتصال التي تم الاعتماد عليها كان لها دور مؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القادة المحليين خاصة الاتجاهات المعرفية والعاطفية.

1. دراسة (سماح محمد محمدي، 2021)⁽²⁹⁾، استهدفت الدراسة التعرف على اهتمام

الأشخاص بمتابعة أخبار فيروس كورونا، والتعرف على اهتمام الجمهور بمتابعة أخبار جائحة كورونا والمواقع الحكومية والرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي ومصادرهم في ذلك، وقد توصلت النتائج إلى: أن منصات التواصل الاجتماعي تلعب دورًا كبيرًا كمصدر للمعلومات حول جائحة كورونا يليها المواقع الإلكترونية ثم التلفزيون، إلى جانب ثقة أفراد العينة في الأداء الحكومي في مواجهة أزمة فيروس كورونا خلال الموجة الأولى من الجائحة.

2. دراسة (محمد بن خليفة السناني وعبد الله بن سيف التوبي 2021)⁽³⁰⁾،

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات طلبة كلية الآداب بجامعة الشرقية نحو الاعتماد في التعليم عن بعد على نظام Moodle أثناء جائحة كورونا وبعدها، وقد



توصلت النتائج إلى أن: اتجاهات الطلاب نحو الاعتماد على نظام Moodle أثناء جائحة كورونا جاءت إيجابية، وأنه لا توجد هناك أي فروق إحصائية بين الطلاب بين استجابات الطلاب أفراد العينة تعزى لمتغير التخصص أو السنة الدراسية.

3. دراسة (Sang-Hwa Oh, 2020) ⁽³¹⁾، استهدفت هذه الدراسة التعرف على قدرة وسوائل التواصل الاجتماعي على التأثير على اتجاهات الأفراد والسلوكيات الخاصة بهم خلال تفشي الأمراض المعدية، والتعرف على الآليات الأساسية التي يمكن أن تؤثر من خلالها مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك المخاطر والسلوكيات الوقائية أثناء هذه الأزمة. وقد توصلت النتائج إلى: أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر بالإيجاب على اتجاهات الأفراد خاصة العاطفية كما تؤثر بشكل إيجابي على إدراك المخاطر العامة. وأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يزيد بشكل كبير من السلوكيات الوقائية من خلال التأثير على المكون العاطفي للسلوك وإدراك الجمهور للمخاطر.

4. دراسة (أسماء أحمد السيد شبل، 2018) ⁽³²⁾، استهدفت الدراسة الحالية التعرف على تأثير اليوتيوب على الاتجاهات السياسية للشباب بعد أحداث ثورة 30 يونيو، وذلك من خلال المقاطع التي تم بثها من خلال الجمهور ذاته على القنوات الخاصة أو المقاطع التي تم بثها من خلال وسائل الإعلام من خلال قنواتهم على اليوتيوب، واعتمدت الدراسة الحالية على عينة عشوائية تتمثل في 400 مفردة من جامعة الإسكندرية والقاهرة وأسيوط والمنصورة، وتم إجراء دراسة تحليلية على عينة عمدية من جرائد اليوم السابع والأهرام ورصد، وخلصت نتائج الدراسة الحالية إلى: أن قناة اليوم السابع كانت في مقدمة القنوات التي تعمل على متابعة وعرض المعلومات والأخبار الخاصة بالقضايا السياسية بعد 30 يونيو. كما أكدت النتائج أن القنوات الإخبارية على موقع اليوتيوب تعمل على التأثير على موقف الرأي العام أثناء وقت



الآزمات.

5. دراسة (أميمة أحمد رمضان محمد، 2018) ⁽³³⁾ استهدفت الدراسة التعرف على مستوى تعرض الشباب الجامعي للمضامين الساخرة على شبكات التواصل الاجتماعي، كما استهدفت الدراسة التعرف على علاقة ذلك بتكوين اتجاهاتهم ومعارفهم تجاه قضايا المجتمع المصري، واعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي، كما استخدمت أداتي تحليل المضمون والاستبيان، واعتمدت على عينة قصدية تتألف من شباب جامعي القاهرة والمنيا قوامها 400 من الشباب، وخلصت نتائج الدراسة الحالية إلى: وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب عينة الدراسة للمضامين الساخرة المقدمة على شبكات التواصل الاجتماعي وتكوين اتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري. كما أكدت نتائج الدراسة الحالية إلى وجود فروق لها دلالة إحصائية بين مستوى ثقة عينة الدراسة في المضامين الساخرة واتجاهاتهم تجاه قضايا المجتمع المصري.

6. دراسة (Othman Ismail, 2018) ⁽³⁴⁾ استهدفت التعرف على دور التكنولوجيا الإعلامية الجديدة في تشكيل اتجاهات المجتمع، وخلصت نتائج الدراسة الحالية إلى أن استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة، وقد أكدت الدراسة الحالية على: تأثير الإعلام الجديد مثل التلفزيون التفاعلي والإنترنت بما يشمل من وسائل الاتصالات المختلفة على استهلاك المجتمع الماليزي، وذلك نتيجة لتأثره بتكنولوجيا الإعلام الجديدة. كما خلصت نتائج الدراسة الحالية إلى تأثير وسائل الإعلام الجديدة على قيم المجتمع الماليزي ووعيه في العديد من القضايا، ومن بينها قضية الاستهلاك.

7. دراسة (Sara Mahmoud Ali, 2018) ⁽³⁵⁾ استهدفت الدراسة الحالية التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معرفة الشباب المصري وتشكيل اتجاهاته تجاه الآزمات المحلية، واعتمدت الدراسة الحالية على مسح 420 شاب



من عمر 18 وحتى 35 عام، وخلصت نتائج الدراسة إلى: عينة الدراسة حريصة على متابعة مصادر المعلومات المتباينة وقت الأزمات، وتعتبر مواقع التلفاز والأخبار مصدر مهما لعينة الدراسة وقت الأزمات بالإضافة إلى مواقع الصحف على شبكات التواصل الاجتماعي. كما أكدت الدراسة أن عينة الدراسة تعمل على متابعة الأخبار العاجلة ونشر المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي.

8. دراسة (Sarita Nayyar, 2016)⁽³⁶⁾، سعت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تشكيل اتجاهات المجتمع، والآثار المترتبة على ذلك، وخلصت نتائج الدراسة الحالية إلى أن: تأثير الإعلام الرقمي على اتجاهات المجتمع فيما يخص الحياة اليومية، مثل التنقل والمنتجات الاستهلاكية والصحة، حيث يقوم الناس بإنفاق المزيد من الوقت على الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة، وقد أدى ذلك وفقاً لنتائج الدراسة الحالية إلى إحداث تغيير في نسيج المجتمع ذاته.

التعليق على الدراسات السابقة:

- من حيث الإطار المنهجي للدراسات السابقة اعتمدت الدراسات جميعاً على المنهج الوصفي التحليلي فيما عدا التقرير الصادر عن (UNESCO, UNICEF & WORLD BANK REPORT, 2021) والذي عمل على مسح ما جاء في التقارير الصادرة عن المؤسسات التعليمية في 28 دولة. كذلك تنوعت الأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة غير أن أغلب الدراسات اعتمدت على استمارة الاستبيان فيما عدا دراسة كل من (حنين محمد شعيب، 2022)، ودراسة (Christos Papademetriou, et.al, 2022) والتي اعتمدت على المقابلات المتعمقة. وقد جاءت العينات التي تم التطبيق عليها متنوعة وتعدّ دراسة (Christos Papademetriou, et.al, 2022) هي الأقل من حيث عدد مفردات العينة الخاصة بها، حيث تكونت العينة من (10) أساتذة جامعيين و(20)



طالب فقط، بينما الدراسة الأكبر من حيث العينة كانت دراسة (Gerrit Hirschfeld & Meinald T. Thielsch, 2022) والتي تم تطبيقها على عينة مكونة من (561) مفردة.

- كذلك نتبين من خلال العرض السابق أن الدراسات السابقة أجمعت على أنه من الممكن الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة في عملية التعليم الإلكتروني وأنها تتميز بعدد من المميزات التي لا تسمح بها وسائل الإعلام التقليدية.
- وأن الشباب لديهم القدرة على التعامل مع وسائل الإعلام الجديدة بفاعلية وسهولة وأنهم يفضلونها أكثر من المنتديات والمدونات والتي يتم الاعتماد عليها بكثرة من خلال الوسائل التعليمية.
- كذلك اتفقت هذه الدراسات على أهمية التعرف على الأساليب التي يمكن من خلالها تطوير الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة في المستقبل من خلال التعرف على احتياجات كل من الطلاب والمعلمين وتوفير القدرة على تنفيذ هذه الاحتياجات على أرض الواقع.
- كذلك اتفقت الدراسات على قدرة وسائل الإعلام على تشكيل اتجاهات الأفراد وبالتالي من الواجب أن يتم التعرف على اتجاهات الطلاب حول تجربة التعليم والتعلم الإلكتروني التي تم الأخذ بها بصورة سريعة وغير مخططة في مصر وحتى من دون تدريب للطلاب على أساليب استخدامها من أجل وضع خطة مستقبلية عن سبل التعامل معها وجعلها جزءاً أساسياً من الحياة التعليمية خاصة بعدما أثبتت الدراسات المختلفة قدرة الطلاب على التعامل معها بسهولة ويسر على عكس ما يدعي البعض.

أوجه الاستفادة والاختلاف عن الدراسات السابقة

- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد الإطار النظري الخاص بالدراسة،



إلى جانب تحديد المتغيرات التي يمكن أن تؤثر في عملية التعليم والتعلم الإلكتروني، كما ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في صيغة التساؤلات الخاصة بالدراسة الحالية.

- وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها تستهدف دراسة جانب جديد من جوانب دراسة تأثيرات وسائل الإعلام الحديثة وهو الجانب التعليمي الخاص بها، خاصة وأن العديد من الدراسات ركزت في الأساس على دورها في تشكيل الوعي والاتجاهات في مختلف الموضوعات مهمة الجانب التعليمي والذي ظهرت أهميته بصورة كبيرة في الوقت الحالي بعد أزمة كورونا.
- إلى جانب التركيز على جانب جديد لم تسبق الدراسات العربية التطرق إليه على حد علم الباحثة وهو التعرف على رأي الخبراء سواء الأكاديميون في مجال الإعلام أو المعلمون حول الطرق المنشودة في النهوض بعملية التعليم الإلكتروني وخلق جسور بين رؤيتهم ورؤية الطلاب الذين سوف يتم التطبيق عليهم من خلال الدراسة الميدانية.

تساؤلات الدراسة:

تتعلق الدراسة للإجابة على تساؤل رئيس وهو:

ما علاقة استخدام وسائل الإعلام الجديدة في دعم التعليم الإلكتروني خلال الأزمات بتشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحوه؟

وتتفرع عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

- ما مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديدة في عملية التعليم والتعلم الإلكتروني؟
- ما أكثر وسائل وتطبيقات وسائل الإعلام الجديدة التي تم الاعتماد عليها خلال جائحة كورونا؟



- ما دوافع استخدام وسائل الإعلام الجديدة في التعليم والتعلم الإلكتروني من وجهة نظر الجمهور المصري؟

- ما اتجاهات الجمهور المصري عينة الدراسة نحو الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة في عملية التعليم والتعلم الإلكتروني؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية-العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة (طقوسية- وظيفية) لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني.

الفرض الثالث: تتأثر شدة العلاقة الارتباطية بين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري نحوها باختلاف المتغيرات الديموغرافية.

مفاهيم الدراسة:

التعليم الإلكتروني: هو استخدام مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة من أجل تحسين مستوى التعليم والتدريب وتسهيل الاتصال بمصادر المعلومات وتيسير تبادل الخدمات التعليمية عن بعد بصورة تعاونية (37).

كذلك يمكن تعريف التعليم الإلكتروني على أنه العملية التي يتم من خلالها إدارة المعرفة والخبرات من خلال النظام الشبكي الذي يسمح بتوصيل المعلومات إلى محتاجيها بشتى الطرق وفي أماكن تواجدهم (38).



وهو العملية التي تسمح بنشر التعليم وتسهيل عملية التفاعل بين الطالب والمحتوى التعليمي باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة⁽³⁹⁾.

وهو العملية التي تسمح بنشر وإدارة مختلف فرص التعليم عن طريق دعم شبكات الكمبيوتر والتكنولوجيا الرقمية لزيادة قدرة الأفراد على اكتساب المعرفة بحيث يتجاوز عملية وصل الطالب بالتعليم بل يمتد ليشمل السياسة التعليمية والمحتوى التعليمي والإدارة التعليمية بأكملها⁽⁴⁰⁾.

وتعرفه الباحثة إجرائياً: هو العملية التي يتم من خلالها توظيف وسائل الإعلام الجديدة من أجل تقديم محتوى تعليمي يتمتع بالثراء والتنوع والقادر على الوصول للطلاب في مختلف المراحل العمرية عن طريق الاتصال بهذه الوسائل الإعلامية من أجل الاستفادة من العملية التعليمية والتفاعل مع المعلمين.

وسائل الإعلام الجديدة: هي نوع من الإعلام الرقمي والذي يجمع بين كل من الكمبيوتر والإنترنت والوسائط المتعددة⁽⁴¹⁾.

هي نوع من الإعلام الرقمي والذي يعمل على تقديم نوع من التفاعلية المعتمدة على الاندماج بين النصوص والصور والأصوات والفيديوهات بالإضافة إلى الاعتماد على الكمبيوتر وما يشابه من أجهزة كعنصر أساسي في العملية الإنتاجية للمحتوى، والتي ظهرت مع ظهور الجيل الثاني من الويب 0.2، وتعمل هذه المواقع على إتاحة فرصة للتواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية، والتي تنشأ وفقاً لمجموعات من الانتماء والتي قد تكون بناء على البلد أو الجامعة أو شركة، وغيرها، فيما يوجد جزء منها عام ويهدف في الأساس إلى السماح بتكوين صداقات حول العالم، حيث تسمح بخلق عالم افتراض بين الناس يسمح بتبادل الأنشطة فيما بينهم سواء بين أفراد العائلة والأهل والأصدقاء وحتى الزملاء من أجل تبادل الآراء حول موضوعات معينة⁽⁴²⁾.

وتعرفها الباحثة إجرائياً على أنها: مختلف الأدوات التكنولوجية الحديثة التي تعتمد



على البرامج والتطبيقات المختلفة والتي يمكن الوصول إليها باستخدام أي وسيط تكنولوجي متصل بالإنترنت، ويتيح عملية الدخول على المحتويات التعليمية والتفاعل معها بحرية.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية التي تهدف إلى وصف الظواهر والتعرف على عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، بما يسهم في تقديم صورة دقيقة وموضوعية حول الظاهرة محل الدراسة.

منهج الدراسة:

سوف تعتمد الدراسة الحالية على منهج المسح الإعلامي، خاصة وأنه يساعد في مسح الجمهور عينة الدراسة للتعرف على اتجاهاته نحو عملية التعليم والتعلم الإلكتروني في مصر خاصة خلال أوقات الأزمات والفرص المستقبلية لتعميم هذه التجربة، إلى جانب مسح عينة من الخبراء للتعرف على تقييمهم الحالي للتجربة المصرية في مجال التعليم والتعلم الإلكتروني والتعرف على رؤيتهم المستقبلية.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة الحالية على استمارة الاستبيان والتي تم إعدادها في ضوء مراجعة الأدبيات السابقة وفي ضوء التحقق من أنها تجيب على تساؤلات وفروض الدراسة بحيث تكونت من عدد من المحاور والتي تمثلت في:

المحور الأول: كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في العملية التعليمية خلال جائحة كورونا.

المحور الثاني: دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة في العملية التعليمية خلال جائحة كورونا.



المحور الثالث: العوامل المؤثرة على استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاتها في التعليم خلال جائحة كورونا وتأثيراتها على اتجاهات الجمهور.

المحور الرابع المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة.

أساليب القياس المتبعة لقياس المتغيرات:

1. مقياس كثافة استخدام كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في العملية التعليمية:

تم قياس كثافة الاستخدام عن طريق سؤالين في استمارة الاستبيان الأول حول مدى تستخدم وسائل الإعلام الجديدة في التعليم والثاني، حول عدد الساعات، وبناء على ذلك تم حساب متوسط الاستخدام، وتتمثل فئات الاستخدام في:

- قليل الاستخدام: من 2 حتى 4 درجات.
- كثافة استخدام متوسطة: من 5 حتى 6 درجات.
- كثافة استخدام قوية: من 7 حتى 8 درجات.

2. مقياس دوافع استخدام وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في العملية التعليمية:

جاءت الدوافع من خلال سؤال مكون من (6) عبارات في استمارة الاستبيان. وتتمثل فئات دوافع الاستخدام فيما يلي:

- دوافع (طقوسية- وظيفية) ضعيفة: من 6 حتى 10 درجة.
- دوافع (طقوسية- وظيفية) متوسطة القوة: من 11 حتى 14 درجة.
- دوافع (طقوسية- وظيفية) قوية: من 15 حتى 18 درجة.

3. مقياس إدراك خصائص وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في العملية التعليمية:

تم تصميم مقياس مكون من (9) عبارات (تم إدراجها في إطار استمارة الاستبيان)، بحيث تعبر كل عبارة عن أحد خصائص وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في العملية التعليمية، وتتمثل فئات مستوى إدراك وسائل الإعلام الجديدة



والتطبيقات في العملية التعليمية فيما يلي:

- مستوى إدراك منخفض: من 9 حتى 15 درجة.
- مستوى إدراك متوسط: من 16 حتى 21 درجة.
- مستوى إدراك مرتفع: من 22 حتى 27 درجة.

4. مقياس الاتجاهات:

مقياس الاتجاه هو المقياس الذي يقيس الاتجاه بمكوناته الثلاثة: المكون المعرفي، والمكون الوجداني، ومكون الميل السلوكي، وتكون المقياس من (30) عبارة موزعة بين ثلاث فئات باستمارة الاستبيان، وتمثل فئات الاتجاه في:

- اتجاه ضعيف: من 30 إلى 50 درجة.
- اتجاه متوسط: من 51 إلى 70 درجة.
- اتجاه قوي: من 71 إلى 90 درجة.

الصدق والثبات:

للتحقق من صدق الاستمارة الحالية تم عرضها على عدد من أساتذة الإعلام والذين قاموا بإبداء ملحوظتهم نحوها، وبالتالي تمت مراجعة الاستمارة بما يتفق مع آراء السادة المحكمين، ومن ثم تم التأكد من أن الاستمارة صادقة في قياس ما تطمح لتحقيقه من أهداف وتساؤلات وفروض.

وللتحقق من ثبات الاستمارة تم حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ (Alpha) لأداء الدراسة (قائمة الاستقصاء)، يعرض الجدول رقم (1) معاملى الثبات والصدق لأسئلة الاستقصاء.

وباستعراض الجدول رقم (1) يتضح أن قيم معاملات الثبات مقبولة لجميع مقاييس الدراسة، حيث تضمنت قائمة الاستقصاء على ثمان مقاييس، وكل مقياس يتكون من أكثر من عبارة، وتراوح قيم معاملات الثبات ما بين (0.774)، و(0.845)، وبلغ



معامل الثبات للاستبيان ككل (0.855)، وهو ما يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقياس، وذلك باعتبار أن معامل ألفا الذي يتراوح ما بين 0.50 إلى 0.60 يعتبر مقبولاً، وأن معامل ألفا الذي يصل إلى 0.80 يعتبر ذا مستوى متميزا من الثقة والاعتمادية.

وبلغت قيمة معاملات الصدق الذاتي ما بين (0.880)، و(0.944) (حيث إن قيم معامل الصدق الذاتي هي الجذر التربيعي لقيم معامل الثبات) وبالتالي يمكن القول إنها معاملات ذات دلالة جيدة لتحقيق أهداف البحث ويمكن الاعتماد عليها في تعميم النتائج على المجتمع ككل.

جدول (1) معاملات الثبات والصدق لاستمارة الاستقصاء

البيان	معامل الثبات (Alpha)*	معامل الصدق الذاتي
1. مقياس كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة في دعم التعليم الإلكتروني	0.792	0.890
2. أسباب استخدام تطبيقات التعليم الإلكتروني	0.774	0.880
3. مقياس الدوافع	0.845	0.944
4. مقياس المكون المعرفي	801.	0.895
5. مقياس المكون العاطفي	0.780	0.883
6. مقياس المكون السلوكي	0.821	0.906
7. مقياس الاتجاهات	0.844	0.895
8. مقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي	0.795	0.910
الاستبيان ككل	0.855	0.981



مجتمع وعينة الدراسة:

- يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في الطلاب من مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة في عملية التعليم. بينما تكونت عينة الدراسة الميدانية من (400) مفردة من مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاته في عملية التعليم، والذي يتم فيها مراعاة اختلاف الخصائص الديمغرافية. تم اختيار عينة الدراسة الميدانية بهذه النسب بحيث تغطي المتعاملين مع التعليم الإلكتروني بمختلف مراحله فيما عدا المرحلة الابتدائية؛ وذلك بسبب احتمالية مواجهتها لصعوبة في الإجابة على استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة الحالية. وشمولها في الوقت ذاته على كافة أنماط المتعاملين مع التعليم الإلكتروني من الجمهور المصري، الأمر الذي يمنح الاستجابات مصداقية وثبات أكبر وتغطية لكافة طلاب المراحل التعليمية في مصر.
- بينما تم توزيع العينة على المحافظات سابقة الذكر بسبب مجموعة من الأسباب والتي من بينها:
 - أ- أن محافظة القاهرة هي العاصمة وأكبر محافظة على مستوى مصر من حيث الكثافة العددية، وهي محافظة حضرية.
 - ب- محافظة الإسكندرية أكبر محافظات الوجه البحري من حيث الكثافة العددية وممثلة عن الوجه البحري.
 - ج- محافظة المنصورة من أكبر محافظات الدلتا كثافة عددية وهي مقر الجامعة التي تدرس بها الطالبة، فهي الرابعة بين محافظات الدلتا من حيث الكثافة العددية.
 - د- محافظة أسيوط وهي ممثلة لمحافظات الوجه القبلي، وهي أكبر المحافظات من حيث الكثافة العددية في هذا الإقليم.
- وفيما يلي استعراض خصائص عينة الدراسة حسب النوع، العمر، ومستوى ونوع التعليم، إلى جانب المستوى الاقتصادي الاجتماعي للأسرة.



وصف عينة الدراسة

المتغيرات الديمغرافية	ك	%
النوع	أنثى	70.50%
	ذكر	29.50%
	الإجمالي	100.00%
العمر	أقل من 13 إلى أقل من 16 سنة	25%
	من 16 إلى أقل من 18 سنة	22.50%
	من 18 إلى أقل من 20 سنة	30.50%
	من 20 إلى أقل من 23 سنة	11.00%
	23 سنة فيما أكثر	11.00%
	الإجمالي	100.00%
	محلي	66.50%
	دولي	22.25%
نوع التعليم	لغات	11.25%
	الإجمالي	100.00%



11.00%	44	أقل من 3000 جنية	متوسط الدخل الشهري للأسرة
11.00%	44	من 3000 إلى أقل من 5000 جنية	
55.50%	222	من 5000 إلى أقل من 10000 جنية	
22.50%	90	أكثر من 10000 جنية	
100.00%	400	الإجمالي	
44.25%	177	هاتف ذكي	الأجهزة المستخدمة في التعليم الإلكتروني
11.25%	45	هاتف ذكي, تابلت	
11.25%	45	هاتف ذكي, تابلت, لاب توب	
22.25%	89	تابلت	
11.00%	44	لاب توب	
100.00%	400	الإجمالي	عضوية الأندية
22.00%	88	لا	
78.00%	312	نعم	
100.00%	400	الإجمالي	نوع المنطقة
44.00%	176	منطقة راقية	



56.00%	224	منطقة متوسطة	
100.00%	400	الإجمالي	
55.50%	222	لا	السفر للخارج
44.50%	178	نعم	
100.00%	400	الإجمالي	

ويتضح من جدول (3) أن:

- نسبة 70.50% من إجمالي العينة من الإناث، ونسبة 29.50% من إجمالي العينة من الذكور، وقد ظهر هناك تنوع من حيث العمر غير إن غالبية عينة الدراسة تقع في الفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 35) بنسبة (30.50%)، وفي المرتبة الثانية الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) بنسبة (25%).
- وقد جاءت أعمار عينة الدراسة متنوعة غير أن أكثرهم كان في الفئة العمرية من 18 إلى أقل من 20 سنة بنسبة (30.5%).
- ونجد بالجدول اختلاف في متوسط الدخل الشهري للأسرة، حيث نجد أن الأكبر نسبة هم من دخلهم من (5000 إلى أقل من 10000 جنية) نسبتهم 55.50%، يليهم من دخلهم أكثر من (10 آلاف جنية) نسبتهم 22.25%، وكانت النسبة الأكبر من سكان المنطقة متوسطة بنسبة 56%.



النتائج العامة للدراسة الميدانية:

1- استخدام وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاته في التعليم

جدول (2) مدى استخدام وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاته في التعليم

العينة الاستخدام		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
أحياناً	1	35	37.29	44	11.25	45	11.25
دائماً	281	99.65	62.71	74	88.75	355	88.75
الإجمالي	282	100.00	100.00	118	100.00	400	100.00

- يتضح من الجدول السابق: أن غالبية أفراد العينة يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة (شبكات التواصل الاجتماعي) وتطبيقاته (واتس آب- زوم- كولا بوريت) بصورة أساسية، حيث جاءت الإجابة ب (دائماً) في المركز الأول بنسبة (88,75%) من إجمالي العينة، بينما جاءت الإجابة ب (أحياناً) في المركز الثاني بنسبة (11,25%) من إجمالي العينة. وقد تفوق الذكور على الإناث من حيث نسب استخدام وسائل الإعلام الجديدة في عملية التعليم.
- وفقاً للنتيجة السابقة نتبين أن وسائل الإعلام الجديدة لها مكانة مهمة بالنسبة لأفراد العينة. وتتفق نتائج الدراسة في هذه الجزئية مع دراسة (هديل جاسم وآخرون، 2021)، ودراسة (Jade Sleeman, 2020)، حيث أشارا إلى أن هناك قبولاً كبيراً للتعليم الإلكتروني والوسائط الخاصة به بين الطلاب في الوقت الحالي.



جدول (3) المدة الزمنية التي تقضيها عينة الدراسة في استخدام وسائل الإعلام الجديدة في التعليم

العينة عدد الساعات		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات		82	29.08	51	43.22	133	33.25
من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات		39	13.83	50	42.37	89	22.25
أكثر من 5 ساعات		81	28.72	8	6.78	89	22.25
حسب الظروف		80	28.37	9	7.63	89	22.25
الإجمالي		282	100.00	118	100.00	400	100.00

فيما يتعلق بساعات الاستخدام:

- جاء في المركز الأول استخدام وسائل الإعلام الجديدة من 1-3 ساعات، يليها باقي الإجابات بالتساوي (22.25%) لكل من 3-5 ساعات وأكثر من 5 ساعات وحسب الظروف.
- وفقا للنتيجة السابقة أغلبية أفراد العينة يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة بشكل مكثف حيث مثلت إجابات استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي لأكثر من 3 ساعات لأكثر من خمس ساعات حوالي نصف العينة (44,5%) ما يدل على أهمية وسائل الإعلام الجديدة في حياة الأفراد.
- وقد تفوقت الإناث على الذكور من حيث الوقت اللاتي تقضينه في استخدام وسائل الإعلام الجديدة في التعليم.



جدول (4) اتجاهات العينة نحو أهمية التعليم الإلكتروني

العينة		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
أهمية التعليم الإلكتروني							
مهم بدرجة كبيرة		36	12.77	39	33.05	75	18.75
مهم بدرجة متوسطة		82	29.08	65	55.08	147	36.75
مهم بدرجة ضعيفة		164	58.16	14	11.86	178	44.50
الإجمالي		282	100.00	118	100.00	400	100.00

أما من حيث أهمية التعليم الإلكتروني:

- جاء في المركز الأول الإجابة ب (مهم لدرجة كبيرة) بنسبة 44.5% من إجمالي العينة، يليها في المركز الثاني الإجابة ب (مهم لدرجة متوسطة) بنسبة 36.75% من إجمالي العينة وفي المركز الأخير الإجابة ب (مهم لدرجة ضعيفة) بنسبة 18,75% من إجمالي العينة.
- وفقًا للنتيجة السابقة، فإن التعليم الإلكتروني مهم بالنسبة لغالبية أفراد العينة، حيث تراوحت نسبة الإجابة بمهم لدرجة كبيرة ومتوسطة غالبية أفراد العينة بنسبة 81.25% من إجمالي المبحوثين. وقد تفوق الإناث على الذكور فيما يتعلق بأهمية التعليم الإلكتروني بالنسبة لهن.
- وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (حنين محمد شعيب، 2022) التي أكدت على أن التعليم الإلكتروني كان مهم وله أثر إيجابي خلال الأزمات.



2- مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة في التعليم الإلكتروني:

جدول (5) مستوى اعتماد عينة الدراسة أو أبنائهم على وسائل الإعلام الجديدة في التعليم الإلكتروني

العبارات	بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة قوية		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
الفيسبوك	148	37.00%	44	52.00%	208	11.00%	1.74	.643
اليوتيوب	0	0.00%	268	33.00%	132	67.00%	2.67	.471
تويتر	288	72.00%	0	0.00%	112	28.00%	1.28	.450

يتضح من الجدول السابق:

- احتل اليوتيوب المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام الحديثة التي يمكن توظيفها في عملية التعليم الإلكتروني، وفي المرتبة الثانية جاء فيسبوك، بينما في المرتبة الثالثة جاء تويتر وهو ما يتفق مع الواقع الاجتماعي؛ حيث يعدّ موقع اليوتيوب من المواقع المستخدمة بقوة في مجال التعليم منذ نشأته، ولكن نجد أن كل من تويتر وفيسبوك لم يتم توظيفهما في مجال التعليم الإلكتروني بالشكل الكافي إلا بعد جائحة كورونا والتي فرضت وظائف جيدة على مواقع التواصل الاجتماعي وأضافت لها البعد التعليمي.
- كذلك يتضح أن 67% من إجمالي العينة أشاروا إلى أنهم يستخدمون اليوتيوب "بدرجة قوية" بينما يستخدمه 33% من عينة الدراسة بدرجة متوسطة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.67)، وانحراف معياري بلغ (.471).
- وفيما يتعلق بتويتر أشار 72% من إجمالي العينة وهي النسبة الأعلى بين باقي وسائل الإعلام الجديدة في الإجابة يعتمد عليه "بدرجة ضعيفة"، فيما يستخدمه 28% بدرجة قوية، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (1.28)، وانحراف معياري قدره (.450) ويمكن القول بأن هذه النسب تتفق فعلياً ما استخدام تويتر في مجال



التعليم، حيث اعتمدت المؤسسات التعليمية بدرجة كبيرة لتوصيل بعض الرسائل الهامة لطلابها، غير أن الطلاب أنفسهم يتعاملون معه بدرجة ضعيفة.

- وأخيراً، نجد أن درجة الاعتماد على فيسبوك كانت متوسطة كأكثر وسائل الإعلام الجديدة التي يعتمد عليها الأفراد في التعلم الإلكتروني، حيث جاءت الإجابة ب (درجة متوسطة) هي الأعلى بنسبة 52% من إجمالي العينة وهي النسبة الأعلى بين باقي وسائل الإعلام الجديدة في الإجابة يعتمد عليه بنسبة متوسطة، وذلك بوسط حسابي بلغ (1.74)، وانحراف معياري بلغ (0.643)

3- مدى الاعتماد على التطبيقات الحديثة في التعليم الإلكتروني:

جدول (6) مدى الاعتماد على التطبيقات الحديثة في التعليم الإلكتروني

ت	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	بدرجة متوسطة		بدرجة قوية		بدرجة ضعيفة		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
2	.843	1.97	29.00%	116	33.75%	135	37.25%	149	زوم
3	.793	1.77	32.00%	128	22.50%	90	45.50%	182	أوت لوك
4	.818	1.67	22.25%	89	22.25%	89	55.50%	222	تليجرام
1	.775	2.06	39.75%	159	33.25%	133	27.00%	108	واتس أب
8	.436	1.26	25.50%	102	0.00%	0	74.50%	298	كولابوريت
5	.677	1.63	40.75%	163	11.25%	45	48.00%	192	جوجل تيم
6	.450	1.28	28.00%	112	0.00%	0	72.00%	288	موديل
7	.447	1.27	27.50%	110	0.00%	0	72.50%	290	أدمودو

- يحتل تطبيق واتس أب المرتبة الأولى بين التطبيقات الإلكترونية التي يمكن توظيفها في عملية التعليم الإلكتروني، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.6)



- وانحراف معياري بلغ (0.775) حيث أشار 33.25% من أفراد العينة أنهم يعتمدون عليه بدرجة قوية، وأن 39.75% يعتمدون عليه بدرجة متوسطة.
- جاء في المركز الثاني تطبيق زووم بين أكثر التطبيقات التي يتم الاعتماد عليها في التعليم الإلكتروني، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (1.97) وانحراف معياري بلغ (0.843) حيث أشار 33.75% من أفراد العينة أنهم يعتمدون عليه بدرجة قوية، وأن 29% يعتمدون عليه بدرجة متوسطة.
- جاء في المركز الثالث تطبيق أوت لوك بين أكثر التطبيقات التي يتم الاعتماد عليها في التعليم الإلكتروني، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (1.77) وانحراف معياري بلغ (0.793)، حيث أشار 22.5% من أفراد العينة أنهم يعتمدون عليه بدرجة قوية، وأن 32% يعتمدون عليه بدرجة متوسطة.
- جاء في المركز الأخير تطبيق كربولايت كأقل التطبيقات التي يتم الاعتماد عليها في التعليم الإلكتروني، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (1.26) وانحراف معياري بلغ (0.436)، حيث أشار 25.5% من أفراد العينة أنهم يعتمدون عليه بدرجة متوسطة، وأن 74.5% يعتمدون عليه بدرجة ضعيفة.
- وفقا للنتيجة السابقة، فإن أفضل التطبيقات التي تعتمد عليها العينة في التعليم الإلكتروني كانت: واتس آب يليه زووم يليه أوت لوك بالترتيب.



4- دوافع استخدام وسائل الإعلام الجديد وتطبيقاته بين عينة الدراسة:

جدول (7) تحديد دوافع استخدام عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاته

في التعليم الإلكتروني

ت	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
3	.472	2.33	33.25%	133	0.00%	0	66.8	267	استخدم وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في التعليم الإلكتروني لأنه مقترن بالتعليم التقليدي
4	.629	2.22	33.50%	134	11.00%	44	55.5	222	استخدم وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في التعليم الإلكتروني لأنه أمر إجباري
5	.566	2.11	22.25%	89	11.00%	44	66.8	267	استخدم وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في التعليم الإلكتروني فقط لأنه ممتع



1	.498	2.45	44.75%	179	0.00%	0	55.3	221	استخدم وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في التعليم الإلكتروني؛ لأنه أصبح أمر ضروري وله أهمية بعد جائحة كورونا
2	.667	2.34	44.75%	179	11.00%	44	44.3	177	استخدم وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في التعليم الإلكتروني؛ لأنه سهل عملية التعلم من خلال المنزل للحفاظ على صحة الأبناء بعد جائحة كورونا
4	.416	2.22	22.25%	89	0.00%	0	77.3	311	استخدم وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في التعليم الإلكتروني



									لأن التعليم الإلكتروني سوف يكون متواجد بصفة دائمة في المستقبل لدوره الفعال في التعليم
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

يتضح من الجدول السابق:

- جاء في المركز الأول الدافع " لأنه أصبح أمر ضروري وله أهمية بعد جائحة كورونا"، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.45) وانحراف معياري بلغ (0.498)، حيث كانت الإجابة بموافق 44.75% والإجابة بمحايد 55.25% من أفراد العينة على هذا الدافع.
- جاء في المركز الثاني الدافع " لأنه سهل عملية التعلم من خلال المنزل للحفاظ على صحة الأبناء بعد جائحة كورونا" وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.34) وانحراف معياري بلغ (0.667)، حيث كانت الإجابة بموافق 44.75% والإجابة بمحايد 44.25% من أفراد العينة.
- جاء في المركز الثالث الدافع "لأنه مقترن بالتعليم التقليدي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.33) وانحراف معياري بلغ (0.472)، حيث كانت الإجابة بموافق 33.25% والإجابة بمحايد 66.75% من أفراد العينة.
- وفي المركز الرابع تساوت العبارتين " استخدم وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في التعليم الإلكتروني؛ لأنه أمر إجباري" و " استخدم وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات في التعليم الإلكتروني لأن التعليم الإلكتروني سوف يكون متواجد بصفة دائمة" بمتوسط حسابي بلغ (2.22)، وانحراف معياري مقاره (0.629)،



و(0.416) على التوالي.

- بينما جاء في المركز الأخير دافع " لأنه فقط التعليم الإلكتروني ممتع" وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.11) وانحراف معياري بلغ (0.566)، حيث كانت الإجابة بموافق 22.25% والإجابة بمحايد 66.75% من أفراد العينة.
- وفقا للنتيجة السابقة، فإن أفراد العينة يدركون أهمية التعليم الإلكتروني خلال الأزمات.

ثانيًا: نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية-العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني.

تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين كثافة استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية-العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني باستخدام اختبار (chi – square) من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة χ^2 للمكون المعرفي، المكون العاطفي، المكون السلوكي على التوالي (162.547، 129.194، 96.149) بمستوى دلالة = (0.000) أي يتم رفض فرض الاستقلال أي وجود علاقة ارتباطية بين كل من . متغير كثافة استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية-العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني والجدول التالي يوضح ذلك

جدول رقم (7) العلاقة بين كثافة استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية-العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني.



مستوى الدلالة	كا ²	كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم						الاتجاه	
		قوية		متوسطة		ضعيفة			
		%	ك	%	ك	%	ك		
0.000	162.547	0.00	0	100.00	44	0.00	0	ضعيف	المكون المعرفي
		74.72	133	25.28	45	0.00	0	متوسط	
		25.28	45	54.49	97	20.22	36	قوى	
0.000	129.194	0.00	0	100.00	45	0.00	0	ضعيف	المكون العاطفي
		60.18	133	23.53	52	16.29	36	متوسط	
		33.58	45	66.42	89	0.00	0	قوى	
0.000	96.149	0.00	0	100.00	44	0.00	0	ضعيف	المكون السلوكي
		66.42	89	33.58	45	0.00	0	متوسط	
		40.09	89	43.69	97	16.22	36	قوى	

حيث تشير بيانات الجدول السابق إلى العلاقة بين متغير كثافة استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني، ويتضح أن العدد الأكبر للمكون المعرفي من أفراد العينة (133) لديهم مكون معرفي متوسط وكثافة استخدام قوية، وللمكون العاطفي أيضًا (133) من أفراد العينة لديهم مكون عاطفي متوسط وكثافة استخدام قوية، أما المكون السلوكي فكان عدد (97) من أفراد العينة لديهم مكون



سلوكي قوى وكثافة استخدام متوسطة.

وقد تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين متغير كثافة استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني من واقع إجابات كل مبحوث على أسئلة الاستقصاء وجاءت قيمة الارتباط للمكون المعرفي 0.234 وهو إيجابي معنوي بمستوى دلالة (0.000)، وقيمة الارتباط للمكون العاطفي 0.224 بمستوى دلالة (0.000)، وأيضًا قيمة الارتباط للمكون العاطفي 0.321 بمستوى دلالة (0.000).

وبناء على النتائج السابقة يتبين صحة الفرض الأول من فروض الدراسة، إذ اتضح وجود " علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة (طقوسية- وظيفية) لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني.

ولاختبار العلاقة بين متغير دوافع استخدام طقوسية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني، تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين دوافع استخدام طقوسية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني باستخدام اختبار (chi - square) من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة χ^2 للمكون المعرفي، المكون العاطفي، المكون السلوكي على التوالي (247.021، 109.562، 146.822) بمستوى دلالة = (0.000) أي يتم رفض فرض الاستقلال أي وجود علاقة ارتباطية بين كل من . متغير دوافع استخدام طقوسية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني والجدول التالي يوضح ذلك



جدول رقم (8) العلاقة بين دوافع استخدام طقوسية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني.

مستوى الدلالة	كا ²	دوافع استخدام طقوسية للجمهور لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم						الاتجاه	
		قوية		متوسطة		ضعيفة			
		%	ك	%	ك	%	ك		
0.000	274.021	0.00	0	0.00	0	100.00	44	ضعيف	المكون المعرفي
		0.00	0	25.28	45	74.72	133	متوسط	
		25.28	45	74.72	133	0.00	0	قوى	
0.000	109.562	0.00	0	0.00	0	100.00	45	ضعيف	المكون العاطفي
		20.36	45	39.82	88	39.82	88	متوسط	
		0.00	0	67.16	90	32.84	44	قوى	
0.000	146.822	0.00	0	0.00	0	100.00	44	ضعيف	المكون السلوكي
		0.00	0	33.58	45	66.42	89	متوسط	
		20.27	45	59.91	133	19.82	44	قوى	

حيث تشير بيانات الجدول السابق إلى العلاقة بين متغير دوافع استخدام طقوسية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني، ويتضح أن العدد



الأكبر للمكون المعرفي من أفراد العينة (133) لديهم مكون معرفي متوسط وكثافة دوافع طقوسية متوسطة أيضًا، وللمكون العاطفي (90) من أفراد العينة لديهم مكون عاطفي قوي و دوافع طقوسية متوسطة، أما المكون السلوكي، فكان عدد (133) من أفراد العينة لديهم مكون سلوكي قوى وكثافة دوافع طقوسية متوسطة.

وقد تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين متغير دوافع استخدام طقوسية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني من واقع إجابات كل مبحوث على أسئلة الاستقصاء وجاءت قيمة الارتباط للمكون المعرفي 0.632 وهو إيجابي معنوي بمستوى دلالة (0.000)، وقيمة الارتباط للمكون العاطفي 0.225 بمستوى دلالة (0.000)، وأيضًا قيمة الارتباط للمكون العاطفي 0.672 بمستوى دلالة (0.000).

وبناء على النتائج السابقة، يتبين وجود " علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام طقوسية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني.

ولاختبار العلاقة بين متغير دوافع استخدام وظيفية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني ، تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين دوافع استخدام وظيفية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني باستخدام اختبار (chi - square) من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة χ^2 للمكون المعرفي، المكون العاطفي، المكون السلوكي على التوالي (500.003، 226.383، 426.493) بمستوى دلالة = (0.000) أي يتم رفض فرض الاستقلال أي وجود علاقة ارتباطية بين كل من . متغير دوافع استخدام وظيفية للجمهور المصري



عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني، والجدول التالي يوضح ذلك

جدول رقم (9) العلاقة بين دوافع استخدام وظيفية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني.

مستوى الدلالة	كا ²	دوافع استخدام وظيفية للجمهور لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم						الاتجاه	
		قوية		متوسطة		ضعيفة			
		%	ك	%	ك	%	ك		
0.000	500.003	0.00	0	0.00	0	100.00	44	ضعيف	المكون المعرفي
		25.28	45	74.72	133	0.00	0	متوسط	
		75.28%	134	24.72	44	0.00	0	قوى	
0.000	226.383	0.00	0	100.00	45	0.00	0	ضعيف	المكون العاطفي
		40.27	89	59.73	132	0.00	0	متوسط	
		67.16	90	0.00	0	32.84	44	قوى	
0.000	426.493	0.00	0	0.00	0	100.00	44	ضعيف	المكون السلوكي
		33.58	45	66.42	89	0.00	0	متوسط	
		60.36	134	39.64	88	0.00	0	قوى	

حيث تشير بيانات الجدول السابق إلى العلاقة بين متغير دوافع استخدام وظيفية



للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني، ويتضح أن العدد الأكبر للمكون المعرفي من أفراد العينة (133) لديهم مكون معرفي متوسط وكثافة دوافع وظيفية متوسطة أيضاً، وللمكون العاطفي (132) من أفراد العينة لديهم مكون عاطفي متوسط ودوافع وظيفية متوسطة، أما المكون السلوكي، فكان عدد (134) من أفراد العينة لديهم مكون سلوكي قوي وكثافة دوافع وظيفية قوية.

وقد تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين متغير دوافع استخدام وظيفية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني من واقع جابات كل مبحث على أسئلة الاستقصاء، وجاءت قيمة الارتباط للمكون المعرفي 0.620 وهو إيجابي معنوي بمستوى دلالة (0.000)، وقيمة الارتباط للمكون العاطفي 0.198 بمستوى دلالة (0.000)، وإيضاً قيمة الارتباط للمكون العاطفي 0.729 بمستوى دلالة (0.000)

وبناء على النتائج السابقة يتبين وجود " علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاستخدام الوظيفية للجمهور المصري عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة في التعليم وبين اتجاهاتهم (المعرفية- العاطفية- السلوكية) نحو التعليم الإلكتروني.

- وتتفق نتائج الدراسة في هذه الجزئية مع دراسة محمد بن خليفة السناني وعبد الله بن سيف التوبي (2021) التي أوضحت أن هناك آثاراً معرفية إيجابية لدى عينة الدراسة نتجت عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بينما تختلف النتائج السابقة مع دراسة (جورج لطيف سيدهم، 2021) والتي أوضح من خلالها أن التعليم الإلكتروني كان تأثيره سلبياً على الجانب المعرفي للطلاب وحتى أساتذة الجامعة لعدم قدرتهم على التعامل معها.
- وفيما يتعلق بالتأثيرات العاطفية تتفق نتائج الدراسة في هذه الجزئية مع دراسة



(Sang-Hwa Oh, 2020, et.al) التي أوضحت وجود تأثيرات عاطفية

لمواقع التواصل الاجتماعي على عينة الدراسة.

• أما فيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية تتفق نتائج الدراسة في هذه الجزئية مع

دراسة (Othman Ismail, 2018)، و(أسماء أحمد السيد شبل، 2018)

حيث أكدوا على أنه كانت هناك تأثيرات سلوكية ناتجة عن استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي.



الفرض الثالث: تتأثر شدة العلاقة الارتباطية بين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري نحوها باختلاف المتغيرات الديموغرافية.

جدول رقم (10) معاملات الارتباط بين المتغيرين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري

الاتجاهات	معاملات ارتباط بيرسون	معاملات الارتباط الجزئي بعد استبعاد النوع	معاملات الارتباط الجزئي بعد استبعاد العمر	معاملات الارتباط الجزئي بعد استبعاد المستوى الاجتماعي الاقتصادي
المكون المعرفي				
معامل الارتباط	.437**	.411	.436	.445
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
حجم العينة	400	397	397	397
المكون العاطفي				
معامل الارتباط	.579**	.564	.535	.632
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
حجم العينة	400	397	397	397
المكون السلوكي				
معامل الارتباط	.496**	.477	.495	.538
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
حجم العينة	400	397	397	397

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

- عند مقارنة قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين الأصليين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري نحوها بقيمة معامل الارتباط الذاتي الجزئي بين هذين المتغيرين باستبعاد تأثير متغير النوع نجد أن العلاقة الطردية قد قلت



ولكن ما زالت معنوية، ويشير ذلك إلى أن متغير النوع هو أحد المتغيرات التي تؤثر على العلاقة بين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري (المعرفي، العاطفي، السلوكي) نحوها أي صحة الفرض الفرعي الأول من الفرض الرابع من فروض الدراسة، إذ تتأثر العلاقة بين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري نحوها وفقا للنوع

- عند مقارنة قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين الأصليين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري نحوها بقيمة معامل الارتباط الذاتي الجزئي بين هذين المتغيرين باستبعاد تأثير متغير العمر نجد أن العلاقة الطردية قد قلت ولكن ما زالت معنوية، ويشير ذلك إلى أن متغير العمر هو أحد المتغيرات التي تؤثر على العلاقة بين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري (المعرفي، العاطفي، السلوكي) نحوها أي صحة الفرض الفرعي الثاني من الفرض الرابع من فروض الدراسة، إذ تتأثر العلاقة بين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري نحوها وفقا للعمر

- عند مقارنة قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين الأصليين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري نحوها بقيمة معامل الارتباط الذاتي الجزئي بين هذين المتغيرين باستبعاد تأثير متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي نجد أن العلاقة الطردية قد زادت وما زالت معنوية، ويشير ذلك إلى أن متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي هو أحد المتغيرات التي لا تؤثر على العلاقة بين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري (المعرفي، العاطفي، السلوكي) نحوها أي رفض صحة الفرض الفرعي الثالث من الفرض الرابع من فروض الدراسة، إذ لا تتأثر العلاقة بين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري نحوها وفقا للمستوى الاجتماعي الاقتصادي



وبناء على النتائج السابقة، يتبين صحة الفرض الرابع من فروض الدراسة جزئياً، إذ اتضح تأثير شدة العلاقة الارتباطية بين ثراء الوسيلة واتجاهات الجمهور المصري نحوها باختلاف بعض المتغيرات الديموغرافية.

توصيات الدراسة:

1. الاهتمام بصورة أكبر بتطوير منظومة التعليم الإلكتروني في مصر والارتقاء بمستواها ليتناسب مع تطلعات الطلاب ومع المستويات والمعايير العالمية.
2. الاتجاه إلى دمج وسائل الإعلام الجديدة كجزء أساسي من منظومة التعليم الحالية في سبيل تطويره والاعتماد عليه بشكل أكبر.
3. الاستفادة من الخبرات الإقليمية والعالمية الرائدة في مجال التعليم الإلكتروني والتعاون من أجل تطوير منظومة التعليم الإلكتروني في مصر.
4. تخصيص مساحة أكبر من نظام التعليم في مصر للتعليم الإلكتروني عبر وسائل الاعلام الجديدة، وعدم قصره على فترات الأزمات فقط.
5. تطوير وتوفير الأجهزة التقنية والبرامج والبرمجيات التي يمكن للطلاب الاعتماد عليها في عملية التعليم الإلكتروني.



قائمة المراجع

- ¹ وزارة الاتصالات المصرية (فبراير 2020). نشرة مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات: عدد ربع سنوي، ص7، من خلال الرابط التالي:
<http://www.mcit.gov.eg/Ar/Publications>
- ² شفيق، حسنين (2014). نظريات الإعلام: وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ص 176-177.
- ³ Bryant, Jennings Dolf Zillmann (2002). **Media effect: Advances in theory and research**, 2nd edition New Jersey, Lawrence Erlbaum associates, P.537.
- ⁴ John William Cheng & Hitoshi Mitomo (2015) Media Dependency, Usage and Trust in a Time of Crisis – A Case Study of the Great East Japan Earthquake, Telecommunications Policy, Vol 39, No 6, p4.
- ⁵ Margaret Meiling Luo (2018) Internet Use In Cambodia: A Media Dependency Theory Perspective, International Journal Of Management And Applied Science, Vol 4, No 3, P100-101.
- ⁶ Brand, Stanley, J, & Davis, Dennis, K (2009). **Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future**. 5th ed, Australia: Thomson Wads worth, p121.
- ⁷ محمد عبد الحميد (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة: عالم الكتب، ص 299.
- ⁸ John William Cheng & Hitoshi Mitomo (2015). **Op.Cit.** p.5.
- ⁹ Li Li and John Robert Bautista (2019) Examining Personal and Media Factors Associated with Attitude towards Genetically Modified Foods among University Students in Kunming, China, Int. J. Environ. Res. Public Health, Vol 16, No 4, p5.
- ¹⁰ عيسى عبد الباقي موى (2009). انعكاسات الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد على تنمية وعي الشباب الجامعي بالقضايا السياسية، دراسة حالة للتحوّل الديمقراطي في مصر، ورقة علمية غير منشورة مقدمة لمؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعي، المملكة العربية السعودية: جامعة الملك سعود، ص45-46.



¹¹ جمال محمد أحمد (2015) الإعلام والتوجهات الدولية الراهنة، الأردن: دار المنهل للنشر والتوزيع، ص47-48.

¹² Richard Bergin (2016) **Media Richness Theory** وCenter for Homeland Defense and Security, p.4-5.

¹³ A. R. Dennis, & S. T. Kinney (1998). Testing Media Richness Theory In The New Media: The Effects Of Cues, Feedback, And Task Equivocality, **Information Systems Research**, Vol 9, No3, p259.

¹⁴ D. Mandal & R. J. McQueen, (2013) Extending media richness theory to explain social media adoption by microbusinesses. Te Kura Kete Aronui, Vol 5, p4-5.

¹⁵ Dennis, Alan R, et.al (2016). "**Beyond Media Richness:An Empirical Test of media synchronicity theory**"available Oat:
https3.amazonaws.comacademia.edu.documents44675695Beyond_media_richness_An_empirical_test_20160412-1701-gchduu.pdfAWSAccessKeyId=AKIAJ56TQRTWSMTNPEA&Expires=1474826707

¹⁶ Kathlenn A, Hansen, (1990). Information Richness And News Paper Pulitzer Prizes", **Journalism Quarterl**, Vol. 67, No. 4, p. 930-935.

¹⁷ عبد الفتاح، أحمد عادل (2013). التفاعلية بالمواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعه المنصورة: كلية التربية النوعية، ص148.

¹⁸ حنين محمد شعيب (2022). المواقع الإلكترونية للجامعات الأهلية بين التعليم الهجين والترويج في ظل الأزمات: دراسة تطبيقية، **المجلة العربية للإدارة**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مج 42، ع1، ص29-50.

¹⁹- Christos Papademetriou, et.al. (2022). COVID-19 Pandemic: The Impact of the Social Media Technology on Higher Education, **Journal of Education Science**, Vol.12, No.1, P.1-26.

²⁰ جورج لطيف ذكي سيدهم (2021). فعالية استخدام تقنيات الوسائط المتعددة في تجربة التعليم عن بعد وقت الأزمات: دراسة تطبيقية على تدريس المقررات العملية في كليات الإعلام بالجامعات المصرية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، ع33، ص356-394.



²¹ هديل حسن جاسم وعزة حازم زكي وأثير معروف الجلبلي (2021). مدى فعالية مواقع التدريس عن بعد في ظل الظروف الاستثنائية: فايروس كورونا دراسة استطلاعية لطلاب التعليم العالي في العراق خلال فترة أزمة كورونا، **مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية-رماح، مج4، ع3، ص169 و192.

²² فردوس عمر عبد الرحمن وسماح بابكر أحمد (2021). دور المواقع الإلكترونية للمكتبات الجامعية في دعم برامج التعليم عن بعد في ظل الأزمات (التحديات والحلول): الموقع الإلكتروني لجامعة النيلين: دراسة تطبيقية، **مجلة القلم العلمي**، مركز بحوث ودراسات حوض البحر الأحمر، ع9، ص153-178.

²³ - UNESCO, UNICEF & WORLD BANK REPORT (2021) THE STATE OF THE GLOBAL EDUCATION CRISIS: A PATH TO RECOVERY , **A JOINT UNESCO, UNICEF & WORLD BANK REPORT**, available at: <https://www.unicef.org/media/111621/file/TheStateoftheGlobalEducationCrisis.pdf.pdf>

²⁴ Jade Sleeman, Catherine Lang and Eva Darkish (2020). Social media, learning and connections for international students: The disconnect between what students use and the tools learning management systems offer, **Australasian Journal of Educational Technology**, Vol. 36, No. 4, p.4-56.

²⁵ طارق محمد الصعدي (2019). توظيف برامج التعليم الإلكتروني والتعليم عن بعد في تدريس مقررات الإعلام في ظل البيئة الإلكترونية للتعليم: دراسة تطبيقية على برنامج جامعة جازان للتعليم الإلكتروني، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، عدد: 22، ص185-248.

²⁶- Kumi Yebaoh and Alex Blankson, (2014). Social media and use of technology in higher education, **Published in the United States of America by Information Science Reference** (an imprint of IGI Global), vol. 2, p 217- 234.

²⁷ - Karen Neville and Ciara Heavin (2013) Using Social Media to Support the Learning Needs of Future IS Security Professionals, **Electronic Journal of e-Learning**, Vol. 11 Issue 1, p 30- 38.

²⁸ - Gerrit Hirschfeld & Meinold T. Thielsch (August 2022). Impact of Crisis Communication Strategies on People's Attitudes toward Behavioral Guidelines



Regarding COVID-19 and on Their Trust in Local Officials, **International Journal of Disaster Risk Science**, vol. 13, p 495–506.

²⁹ سماح محمد محمدي (2021). دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا-دراسة ميدانية، **مجلة البحوث العلمية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 56، ج5، ص2009-64**.

³⁰ محمد بن خليفة السناني وعبد الله بن سيف التوبي (2021) اتجاهات طلبة كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الشرقية نحو استخدام نظام موودل (MOODLE) في التعليم عن بعد أثناء جائحة كورونا، **مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية، كلية التربية، مج 36، ع4، ص301-324**.

³¹ Sang-Hwa Oh, Seo Yoon Lee and Changhyun Han (2020). The Effects of Social Media Use on Preventive Behaviors during Infectious Disease Outbreaks: The Mediating Role of Self-relevant Emotions and Public Risk Perception, **Journal Health Communication**, available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10410236.2020.1724639>

³² أسماء أحمد السيد شبل (2018). تأثير اليوتيوب على الاتجاهات السياسية للشباب بعد أحداث 30 يونيو (رصد - اليوم السابع-الأهرام) نموذجاً، **رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام**.

³³ أميمة أحمد رمضان محمد (2018)، "تعرض الشباب الجامعي للمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري" دراسة تطبيقية، **رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي**.

³⁴ Othman Ismail (2018). The Shaping of the New Society through the New Media Technology, **BHD, Kuala Lumpur Metamorphosis: Communication, Technology and Growth, Publisher, p.14-24**.

³⁵ Sara Mahmoud Ali (2018). The role of social networking sites (SNSs) in shaping the Egyptian youth knowledge and attitudes towards the local crises, **A thesis submitted for the Degree of M.A, Cairo University: Faculty of Mass Communication, Radio and Television Department**.

³⁶ Sarita Nayyar (2016) Digital Media and Society Implications in a Hyperconnected Era, **World Economic Forum Shaping the Future Implications of Digital Media**

for Society project report, p.1-61, available at: 397 | **Fifty year - Vol. 100 June 2024**



http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_DigitalMediaAndSociety_Report2016.pdf

- ³⁷ COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES (2001). **THE E-LEARNING ACTION PLAN: DESIGNING TOMORROW'S EDUCATION**, COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE COUNCIL AND THE EUROPEAN PARLIAMENT, and p.2.
- ³⁸ DAVID DAOUD FROM ELEARN2GROW (JANUARY 14, 2020). e-Learning vs. Educational Technology, available at: <https://www.elearn2grow.com/2020/01/14/e-learning-vs-educational-technology/>
- ³⁹ شريف الإترابي (2015). **التعليم الإلكتروني والخدمات المعلوماتية**، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ص117.
- ⁴⁰ شريف الإترابي (2019). **التعليم بالتخيل. استراتيجية التعليم الإلكتروني**، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ص26.
- ⁴¹ غالب كاظم جواد الداعي (2017). **الإعلام الجديد: اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة**، عمان: دار المنهل، ص72.
- ⁴² يحيى بن محمد بن علي الخبراني وآخرون (2012). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير الاجتماعي على طلاب السنة التحضيرية بجامعة الملك سعود: دراسة ميدانية"، **مجلة عالم التربية**، كلية التربية، جامعة الملك سعود، سنة: 13، عدد: 38، ص335-336.