



وزارة التعليم  
جامعة أم القرى  
كلية العلوم الاجتماعية  
اعلام - دراسات عليا

دور مواقع التواصل الاجتماعي لتفعيل المشاركة  
في الدورات التدريبية بجامعة أم القرى  
"دراسة ميدانية على طلاب وطالبات جامعة أم القرى"

إعداد الطالب

أحمد صالح الزهراني

بحث لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام

الرقم الجامعي (٤٣٧٨٠٣١٣)

إشراف الدكتور

سمير عبدالرحمن عبدالله توكل

أستاذ مساعد بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة أم القرى

١٤٤٠هـ - ٢٠١٨م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فِي سَبْعِينَ آيَةً

صدق الله العظيم

## إهداء

يشرفني وتغمرني السعادة ويسرني بأن أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

والذي الحبيب اطل الله في عمره ومتعته بالصحة والعافية الذي له الفضل بعد الله سبحانه  
وتعالى فيما توصلت اليه من انجازات وخصوصا هذا العمل.

والدتي الحبيبة حفظها الله والتي لا تكل ولا تمل من الدعاء لي والتي لها اثر كبير في حياتي.  
اخواني وأخواتي جميعا حفظهم الله الذين طالما استمدت منهم وصايا القوة والعزيمة والاصرار.

جميع معلمي وزملائي الكرام

إليهم جميعا اهدي هذا العمل المتواضع وأرجو من الله تعالى التوفيق والسداد.

تحية حب وتقدير

الباحث

## شكر وتقدير

قَالَ تَعَالَى: ﴿ وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴾ النمل: ١٩

**الحمد لله وحده والصلاة والسلام على من لا نبي بعده وبعد:-**

أشكر الله عز وجل أن وفقني لإكمال هذا البحث العلمي فله الحمد على جزيل فضله وإنعامه، ثم الشكر موصول لأهل الفضل اقراراً بفضلهم وتقديراً لجهدهم وسعيهم.

بداية يشرفني ان اتقدم بجزيل الشكر والعرفان الى من كان له الفضل بعد الله في اخراج هذا البحث العلمي بصورته الحالية، سعادة الدكتور/ سمير بن عبد الرحمن عبد الله توكل أستاذ مساعد بقسم الاعلام والمشرق على هذا البحث والذي وجدت فيه أستاذا فاضلا معطاء سخياً في علمه وخلقه، بذل الجهد وقدم التوجيه السليم والرأي السديد الذي ساعدني في تخطي الكثير من الصعاب، إضافة الى رحابة صدره حيال استفساراتي المتعددة وأسئلتني المتكررة، واتصالاتي الهاتفية التي تكون احيانا خارج اوقات العمل، وفي إجازاته الرسمية، فله مني صادق الدعاء، وجزاه الله عني خير الجزاء وأمه بدوام الصحة والعافية.

كما أشكر جميع الاساتذة الذين قاموا بتحكيم اداة البحث ( الاستبيان ) وقدموا لي المشورة العلمية، والشكر موصول للدكتور فيصل أحمد الشميري على ما بذله من جهد في تسهيل عملية توزيع الاستبانة وتقديم النصائح والارشادات. واتقدم بعظيم الشكر والعرفان لأستاذي الفاضلين الاستاذ الدكتور عدنان المغامسي عميد كلية العلوم الاجتماعية بالجامعة والاستاذ الدكتور سالم عريجة رئيس قسم الاعلام الذين سهلوا اخراج هذا البحث بالطرق العلمية الحديثة التي كان لها اثر ايجابي في تقديم العمل.

وأقدم بعظيم الشكر لأستاذي الفاضلين الاستاذ الدكتور محمد علي محمد غريب والاستاذ الدكتور وديع عززي استاذي الاعلام بجامعة ام القرى الذين طالما أثروني بالمعلومات واستقطعا من وقتهم الثمين لقراءة هذا البحث مع كثرة اشغالهما.

## ملخص الدراسة باللغة العربية

### عنوان الدراسة

#### دور مواقع التواصل الاجتماعي لتفعيل المشاركة في الدورات التدريبية

استهدفت الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة في الدورات التدريبية والتعرف على اسباب ودوافع استخدام الافراد والمجتمعات لمواقع التواصل الاجتماعي المهمة بالدورات التدريبية ومعرفة الاساليب وسهولة المحتويات المقدمة من مواقع التواصل الاجتماعي وتوضيح المهارات والميزات المكتسبة من الدورات التدريبية المقدمة من مواقع التواصل الاجتماعي واستخدم الباحث منهج المسح على عينة عشوائية عددها ٢٠٠ مفردة من طلاب جامعة ام القرى ذكورا واناث وخلصت الدراسة إلى بعض النتائج منها:

١. هناك اقبال كبير على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بنسبة ٧٧% ومن خلال عدد ساعات الاستخدام بنسبة ٣٨,٥% من ساعه الى اقل من ٣ ساعات و حصل الجوال على اعلى نسبة كجهاز مستخدم للانترنت بنسبة ٦٨,٥%. و اشارت الدراسة الى ان ٤٢% من افراد العينة يرون ان من مزايا مواقع التواصل الاجتماعي سرعة تلقي الاخبار و معرفة الاحداث.
٢. اوضحت النتائج أن نسبة ٢٧% من أفراد العينة يرون ان من أهم ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي المرونة في اكتساب المعلومات و المهارات، و وضحت من السلبيات نسبة ٢٨,٥% من افراد العينة يرون ان بعض البرامج التدريبية تحتاج في تقديمها لبيئة علمية و ليس جهاز الكتروني فقط. و تشير الدراسة الى ان مواقع التواصل الاجتماعي تسهم بدرجة كبيرة جدا حول نشر المعلومات و المشاركة في الدورات التدريبية بنسبة ٣٩%. و تسهم بدرجة كبيرة بنسبة ٣٢,٥%، و تسهم الى حد ما بنسبة ١٧,٥%.
٣. رصدت النتائج نسبة (٣٢%) من أفراد العينة يرون ان من أهم المقترحات من أجل تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية التحفيز عن طريق أعضاء هيئة التدريس وربطها بواجبات المقرر، و يرى (٢٩,٥%) منهم الترويج للدورات التدريبية الالكترونية من خلال أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما.

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	الآية
ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	ملخص الدراسة باللغة العربية
و	فهرس المحتويات
ح	فهرس الجداول
	الفصل الاول
٢	المقدمة
٤	الدراسات السابقة
١٠	التعليق على الدراسات السابقة
١٠	مشكلة الدراسة
١١	أهمية الدراسة
١١	أهداف الدراسة
١١	تساؤلات الدراسة
١٢	منهج الدراسة وإجراءاتها
١٣	مجتمع الدراسة
١٣	أداة الدراسة
١٣	عينة الدراسة وحدودها
١٣	أساليب المعالجة الإحصائية

الصفحة	الموضوع
١٤	مصطلحات البحث والتعريفات الإجرائية الأساليب الإحصائية
	الفصل الثاني: الاطار النظري للبحث
١٧	المبحث الاول - نظرية المسؤولية الاجتماعية
٢١	الدور الوظيفي لمواقع التواصل الاجتماعي
٢٣	المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي
٢٥	سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
٢٦	خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
٢٧	الفروق بين الاعلام الالكتروني والاعلام التقليدي
٣٠	المبحث الثالث: الدورات التدريبية
٣٠	مفهوم الدورات التدريبية
٣٢	خصائص الدورات التدريبية
٣٣	انواع الدورات التدريبية
	الفصل الثالث: عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها
٣٨	النتائج المتعلقة بتساؤلات الدراسة
٧٢	التوصيات
٧٤	المراجع: مصادر عربية مصادر اجنبية
٧٧	الملاحق: أداة جمع بيانات الدراسة
٨٤	أسماء المحكمون لأداة الدراسة
٨٦	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية

## فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	رقم الجدول
٣٦	مقارنة آلية عمل الدورات التقليدية والدورات التدريبية	١
٣٨	متوسط الساعات التي تقضي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٣
٤٠	الجهاز المستخدم لاستعمال الانترنت	٥
٤١	درجة الإقبال على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٧
٤٣	مزايا مواقع التواصل الاجتماعي	٩
٤٥	درجة المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	١١
٤٧	النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	١٣
٤٨	أسباب النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	١٥
٥٠	أسباب عدم النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	١٧
٥٢	التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لما يفضله الطلاب (عينه الدراسة) من المواقع أو منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الإلكترونية.	١٩
٥٦	رأيهم حول أهم إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية	٢١
٥٨	رأيهم حول أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية	٢٣
٦٠	رأيهم حول درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات حول المشاركة في الدورات التدريبية	٢٥
٦٢	رأيهم حول درجة الحرص على مشاركة أصدقائهم هذه المواقع	٢٧
٦٤	رأيهم حول درجة الرضا عن مواقع التواصل الاجتماعي في تقديمها لمحتوى الدورات التدريبية	٢٩
٦٥	رأيهم حول أهم المقترحات من أجل تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية	٣١
٦٧	مقاييس دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	٣٣



## الفصل الاول

### الخطوات المنهجية للبحث

- المقدمة
- الدراسات السابقة والتعليق عليها
- مشكلة البحث
- أهمية البحث
- اهداف البحث
- تساؤلات البحث
- نوع البحث ومنهجه
- مجتمع البحث وعينته
- أداة جمع بيانات البحث
- حدود البحث
- مصطلحات البحث والتعريفات الاجرائية

## المقدمة:

في ظل التقدم والتطور المتسارع الذي يشهده عالم المعرفة وتقنية المعلومات والاتصالات في هذا العصر أصبح ظهور شبكات التواصل الاجتماعي يشكل فتحاً ثورياً، حيث نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبحث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال أصبحت الحاجة ملحة إلى تهيئة وإعداد مجتمع معرفي قادر على الإنتاج والإبداع والتجديد<sup>(١)</sup>، وتماشياً مع أهداف برنامج التحول الوطني ٢٠٢٠ ورؤية المملكة ٢٠٣٠، التي تسعى إلى الوصول إلى آفاق مستقبل اقتصادي مزدهر، وتحقيق التنمية الوطنية المستدامة. وبما ان المملكة العربية السعودية تقوم بتوفير البيئة المناسبة والمحفزة للعمل والإبداع واستثمار التقنية الحديثة في فتح آفاق جديدة لتنمية مهارات وخبرات الإنسان السعودي، وتطوير قدراته العلمية والعلمية.

فإن ذلك يصب في مصلحة المواطن السعودي ليسهم بدوره على أكمل وجه في بناء الاقتصاد الوطني، وتتصف مواقع التواصل الاجتماعي بالبناء وتلبية احتياجات سوق العمل السعودي وذلك من خلال تطوير الطلبة والباحثين عن العمل والراغبين بتطوير مهاراتهم ومستواهم الوظيفي إلى درجات متقدمة، وتعد افضلية مواقع التواصل الاجتماعي من خلال وصفها بمنصة عالمية لتبادل الخبرات والممارسات التي من خلالها تمكن الخبراء والمختصين في كل القطاعات من تبادل المعلومات والأفكار التي ترسم ملامح مستقبل مستخدمي هذه المواقع.

وبإمكاننا ان نكون من المقتنعين ان مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم تستعمل منصات في تطوير التدريبات من خلال توظيف عدة ادوار وتقنيات جديدة تجعل من المستخدمين والباحثين عن رغبات ثقافية ومهارات مهنية تواكب التطورات التي تعيشها المجتمعات يطورون من ذاتهم أو يطورون وظيفة محددة ويتبين سهولة العمل على الآلية في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال اهم محاورين.

(١) أبو زيد، وأبو الفتوح. (٢٠٠٦ ص ١٧). استراتيجيات التطوير في المؤسسات العربية. المنظمة العربية للتنمية الإدارية. القاهرة، مصر.

مواقع تواصل اجتماعي تساهم بالمشاركة لمواقع تواصل اخرى ومواقع تواصل اجتماعي تعمل على التدريب والتطوير المهني والتقني خاصة بالتدريبات او طرق جديدة للإعلان والتسويق وتفعيل الدورات التدريبية البناءة ومن خلال ما تم انتشاره في مسألة استخدام الوسائل التواصل الاجتماعي الذي يعد من يوميات معظم سكان الارض.

الأمر الذي جعل أهل الاختصاص في الحقل الاعلامي التدريبي يعتبرون التدريب عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم أنواع التدريب لما كان له من دور واضح على فاعلية العلمية التعليمية، حيث ساهمت هذه المواقع في اعادة بناء صياغة جديدة للعلاقة بين الأستاذ والطلبة وبين المدير والموظفين والسلوكيات والاخلاق وبين المؤسسات الحكومية والخاصة وموظفيها ومرتابيها ومجتمع الافراد الكلي. وتعمل على تطوير عدة جوانب منها الجانب التسويقي للأفراد وللمؤسسات وللمنتجات وعمليات أخرى حيث يمكن لمستخدم مواقع التواصل الاجتماعي تيسير وقت محدد في أي ساعه من ساعات اليوم للمشاركة في الدورات التي تؤهل الوظيفة والرغبات الذاتية<sup>(١)</sup>.

ولهذا تثير علاقة مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة في الدورات التدريبية إمكانيات عدة، حيث ان المعرفة في تعامل اختزالها في الابعاد التقنية المستحدثة في مجال البث والتلقي، سوف تنتج عاملاً محدداً للتحويلات الثقافية وتيسير العمل على أنماط التواصل الجديدة. ولهذا سيعتمد بحثنا على المفاهيم النظرية القادرة على تحليل الاشكال الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي، بالاعتماد على المشاركين في نماذج الاتصال، لفهم الظاهرة كحقل تتفاعل فيه التقنية والتواصل كعملية اجتماعية، وايضاً من منطلق مقارنة خصوصيته كممارسة إعلامية، أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تعمل داخل بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال. وتستعرض الدراسة مجموعة من التعريفات، وتحليل الرؤى النظرية التي اتيح للباحث الاطلاع عليها، التي يتم تداولها لدى المتخصصين في هذا المجال، ونصل بعد ذلك الى جملة من الخلاصات لمجموعة رؤى مطروحة عن مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة بالدورات التدريبية ودورها للبناء للمجتمع.

(١) عواج، سامية. (٢٠١٦). "طرابلس، المؤتمر الدولي الحادي عشر لمركز البحث العلمي حول التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية". كلية الاعلام والاتصال.

## الدراسات السابقة:

١. دراسة فهد يحيى السميح (٢٠١٧) بعنوان تأثير الاعلام الاجتماعي على الوعي الديني لدى الشباب في المجتمع السعودي.

تناولت هذه الدراسة تأثير الاعلام الاجتماعي على الوعي الديني لدى الشباب في المجتمع السعودي وهدفت الى مدى اهتمام الشباب السعودي بقنوات الاعلام الاجتماعي، ومدى تعرضهم لها وتم سحب عينة عمدية قوامها ٤٠٠ طالب وطالبة من جامعة ام القرى، للحصول على تمثيل مجتمعي لدى الشباب واستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي وجمع البيانات من العينة عن طريق أداة الاستبانة وبينت نتائج دراسته الى : ان نسبة ٧٧% من افراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت ،ونسبة ١٠،٨% يستخدمون مواقع وسائل الاعلام، ونسبة ٧،٥% منهم يستخدمون محركات البحث.

٢. دراسة "ميريديث، كونروي، وميريديت ٢٠١٤ بعنوان الفيسبوك والمشاركة السياسية، دراسة عضوية مجموعة سياسية عبر الإنترنت والمشاركة السياسية الفعلية".

استخدمت الدراسة لتحليل صفحات مجموعة سياسية في الفيس بوك، استخدمت الدراسة منهجية المسح، واستخدمت الاستبانة على مستخدمي فيسبوك ل ٤٥٥ طالبا. وخلصت الدراسة إلى أن الفيسبوك وغيرها من مواقع الشبكات الاجتماعية خلق طرق جديدة لسد الفجوة بين المستخدم من خلال التفاعلية وأثرها على السياسة.

٣. دراسة أحمد محمد محمد حسن رفاعي (٢٠١٣) بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في التنقيف السياسي للشباب المصري.

والتي هدفت الى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التنقيف السياسي للشباب واعتمدت المنهج الوصفي. وكانت الاداة صحيفة استبيان والعينة : عينة قوامها ٢٠٠ مفردة تتراوح اعمارهم بين ١٨-٢٢ سنة وتم توزيعهم بالتساوي على (جامعة القاهرة – جامعة الزقازيق) بمحافظة القاهرة والشرقية من الذكور والاناث خلال شهر ابريل ٢٠١٣ النتائج : نسبة ٥٥% من افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل بشكل دائم.

- أن الفيس بوك يأتي في المرتبة الاولى بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الطلاب في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية بمتوسط ٥٢,٥٤.
- ان اهم اسباب ودوافع استخدام الشباب المصري للمواقع انها توفر لهم ما يحتاجون من معلومات سياسة بمتوسط ٢٢,٢٠.
- ان نسبة ٤٨,٩% من افراد العينة يهتمون بقراءة الاخبار السياسية من مواقع التواصل الاجتماعي
- ان نسبة ٣٠,٤% من الشباب اكدت المضامين المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتهم بالقضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة.

٤. دراسة للباحثين "كمال بوكرزازة" و"غادة أبورية" ٢٠١٣ حول "فاعلية الجمعيات والاتحادات المكتبية العربية في تطوير المهنة".

دراسة وصفية تقويمية للنشاطات العلمية والمحتوى الرقمي عبر الويب. أسفرت هذه الدراسة عن نتائج من أهمها أن الجهود التي تبذلها بعض الجمعيات المكتبية العربية على تفاوت فيما بينها، حيث هناك جمعيات قاربت أن تكون مثيلة للجمعيات الدولية من حيث انتظام نشاطاتها لجمهور المهنيين، وتنوع الورشات والملتقيات بصفة دورية، مما يحسن من التكوين المستمر لفئات المهنة المكتبية، فضلا عن مواكبته التقنيات الجديدة خاصة الويب ٢,٠ مما سهل عملية التفاعل لشريحة كبيرة من المهنيين من خلال صفحات الجمعيات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأنتجت رغم ذلك نسبة كبيرة من هذه الجمعيات بعيدة عن المستوى المأمول، من حيث استمرارية نشاطاتها، وتكثيف لقاءاتها مع المهنيين.

**الاتحادات والجمعيات المكتبية:** هي تكتلات ينظم فيها مجموعة من المهنيين للدفاع عن مصالحهم، وتنظيم القطاع وكذا النهوض بالمهنة المكتبية. والتي تهدف إلى تطوير المهارات من خلال المشاركة في أنشطة التنمية المهنية والتواصل مع الزملاء الذين يتشاركون نفس الاهتمامات والأهداف المهنية، تشجيع التعلم مدى الحياة من خلال الدورات التدريبية المنتظمة لأعضائها، والاستفادة من نتائج البحوث وتطبيقها في البيئات المهنية.

٥. دراسة نها الاسوددي ٢٠١٢ بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في ادراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركته السياسية في الثورة.

وهدفت الدراسة الى دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في ادراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، واستخدمت الدراسة منهج المسح ، حيث استخدمت الباحثة اداة تحليل المضمون واداة الاستبيان ومقياس دوافع الاستخدام ومقياس حرية الرأي ، ومقياس المشاركة السياسية . وطبقت على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعة المصرية ( القاهرة - المنصورية - الازهر - ٦ أكتوبر ) وقد خلصت الدراسات الى نسبة ٥٥,٥% من افراد العينة اعتمد بدرجة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات اثناء الثورة. والمجموعات التي يفضلها الشباب بالاشتراك فيها مثل المجموعات السياسية. وتوصلت الى ان مواقع التواصل الاجتماعي والمضامين المطروحة من خلالها قد ساهمت بدرجة متوسطة في زيادة معرفة الشباب المصري بقضايا سياسية.

٦. دراسة الدكتور وجدي حلمي عبد الظاهر (٢٠١٢).

(١٧) بعنوان اعتماد الحجاج والمعتمرين على وسائل التكنولوجيا الحديثة في الحصول على المعلومات الارشادية والتوعوية أثناء الازمات.

واستهدفت الدراسة التعرف على كيفية اعتماد الحجاج والمعتمرين على الشاشات العملاقة في حصولها على المعلومات الارشادية والتوعوية . وطبقت الدراسة على عينة قوامها ١٢٠٠ مبحوثاً واعتمدت على منهج المسح الاعلامي وتوصلت النتائج إلى أن أكثر من ٤٣,٧% من المبحوثين يشاهدون شاشات العرض التليفزيونية العملاقة ، كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية في المراحل العمرية والمهن المختلفة بينما لم يتم قبول الفرض فيما يتعلق بالنوع (ذكور - وأناث) والمستويات التعليمية ، كما أثبتت النتائج عن وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائية بين حجم التعرض للشاشات العملاقة كمصدر للحصول على المعلومات ودرجة الاعتماد عليها أثناء الحج والعمرة ، كما أشارت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والاناث والمستويات التعليمية المختلفة للجنسيات والمهن بينما لم يتم قبول الفرض فيما يتعلق بالأعمار المختلفة للمبحوثين.

٧. دراسة نجوى عبدالسلام فهمي ٢٠١٢ بعنوان " بين نشر الاخبار وتسهيل الحوار دور تويتر في الثورة المصرية نموذجاً".

دراسة تحليلية وهدفت الدراسة الى التعرف على الافكار التي طرحها النشطاء السياسيين من خلال المدونات المصغرة التي انتشرت على تويتر باعتبارها من الظواهر الاتصالية التي صاحبت

الثورة المصرية، وتم تحليل المدونات المصغرة على موقع تويتر والمتعلقة بتطورات أحداث الثورة المصرية خلال الفترة من ٢٥ يناير ٢٠١١ الى ٣١ مارس ٢٠١١ ، لتحديد نوعية المعلومات والآراء والاساليب المختلفة للتأكيد على دقة المعلومات المطروحة من خلالها وابرار دورها في ادارة حوار جماهيري بين مستخدمي تويتر وذلك اعتماد على نظرية السيل المعلوماتي وقد خلصت الدراسة الى اهم مستخدمي تويتر على التأكيد على مصداقية المعلومات التي تنقل عن طريق ربطها بعناوين الكترونية لموقع اليوتيوب لنشر فيديوهات ونشر صور تؤكد الحدث وتقدم الدليل عليه، وتشير نتائج الدراسة الى أن تويتر تعتبر وسيلة اتصالية قادرة على نقل الاحداث التي تقع في المجتمع وخاصة اثناء الثورات والحركات الاحتجاجية وهو يؤدي وظيفة اخبارية مهمة.

٨. دراسة لينا محمد العلمي ٢٠١٢ بعنوان موضوعات في مواقع التواصل الاجتماعي واثارها في تحسين الوعي السياسي لدى طالبات جامعه النجاح الوطنية.

وهدفت هذي الدراسات الى قياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الوعي السياسي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على اربعة متغيرات رئيسية هي مقدار التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي، ومقدار الثقة في المعلومات التي تقدمها هذي المواقع، والفترة الزمنية للعضوية في مواقع التواصل الاجتماعي، والدفاع من وراء الاشتراك في هذه المواقع. وتكون المجتمع الدراسي جميع طالبات كلية الاقتصاد بجامعة النجاح الوطنية وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة مماثلة من مجتمعات الدراسة وقد اجرت الباحثة دراسة ميدانية على ٣٦٠٠ طالب واعتمدت الدراسات على منهج المسح. وقد خلصت الدراسات الى وجود علاقة معنوية وذات دلالة احصائيات بين دور مقدار التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي السياسي . ووجود تأثير مهم ومعنوي لدور مقدار الثقة في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي السياسي . وايضا وجود علاقة معنوية وتأثير كبير بين الدافع وراء الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي السياسي.

٩. دراسة علي بن علي محمد ٢٠١٢ بعنوان " تأثير انواع التفاعل المختلفة في الشبكات الاجتماعية".

دراسة تحليلية واستهدفت الدراسة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك ، تويتر، حول منصات التعلم الالكتروني وتكوين التعلم الالكتروني وبعض المهارات المتواجدة في

التواصل الاجتماعي. وخلصت الدراسة الى قلة وندرة المستخدمين للمواقع بالشكل المطلوب في عملية التطوير ويتضح من النتائج ان عدم وجود الدعم من الاعلانات والمواد التي تجذب المستخدمين للدخول في الفعاليات الايجابية.

١٠. دراسة حماد والبهبهياني (٢٠١١) بعنوان اتجاهات المعلمين نحو الدورات المقدمة من وزارة التربية والتعليم .

وهدفت الى التعرف على الاتجاهات من المحاور التالية ( محتوى البرامج التدريبية، تدريبي البرامج، البيئة التدريبية، وقت تنفيذ البرامج التدريبية ) حيث استخدم الباحث اداة الاستبانة وتكون مجتمع الدراسة من ٦٥٥٩ معلما ومعلمة وعينة الدراسة من ٣١٤ معلما ومعلمة في محافظة غزة وتوصلت الدراسي الى عدة نتائج منها:

- كانت اتجاهات المعلمين نحو الدورات التدريبية المقدمة لهم من خدمة وزارة التربية والتعليم العالي بمحافظة غزة اتجاهات ايجابية. نحو محوري ( محتوى البرامج – ومدربي البرامج).
- اتجاهات محايدة نحو محوري ( البيئة التدريبية – وقت تنفيذ البرامج).

المجموع الكلي للمحاور ايجابية ولا توجد فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات المعلمين نحو الدورات التدريبية اثناء الخدمة تبعا ( الجنس والمؤهل العملي وسنوات الخدمة) وتوجد فروق ودلالات احصائية تبعا لمتغيرات المرحلة التعليمية لصالح الاساسية فقط في المجال الثالث وهو البيئة التدريبية اما البقية والمجموع الكلي للمجالات فلا توجد فروق في اتجاهات المعلمين نحو الدورات التدريبية اثناء الخدمة.

١١. دراسة سارة هازن، ٢٠١٢ بعنوان: العلاقات العامة استكشاف الاتصالات الاستراتيجية في المشهد الإعلامي المتغير.

أوضحت الدراسة خصائص المشهد الإعلامي الرقمي الحديث، محددة ممارسات العلاقات العامة الحالية، اعتمدت الدراسة في جمعها للمعلومات على الاستبيان وتطبيقه على مرحلتين، وكانت العينة عبارة عن لجنة من الخبراء في ميدان الإعلام والعلاقات العامة، وقد جاءت أهم النتائج على النحو الآتي:

١. إن خلق قنوات اتصالية وتفاعلية مع المجتمع والجمهور سيصبح أكثر سهولة.



٢. ترى الدراسة بأنه إذا أراد الناس أن يحصلوا على المعلومات من مصدرها فإن العلاقات العامة هي الوحيدة المعنية بذلك كونها الصوت الناطق باسم المؤسسة.
٣. دراسة جين يان، ٢٠١٢ بعنوان : القيادة العاطفية كبعد رئيسي للعلاقات العامة القيادية.

هدفت الدراسة إلى معرفة الخصائص والمهارات العاطفية المهمة التي يتمتع بها قادة العلاقات العامة الفاعلين، وذلك من خلال إجراء مسح ميداني شامل تضمن عدداً من مدراء أقسام العلاقات العامة، وقد جاءت أهم نتائج الدراسة على النحو الآتي :

١. حددت الدراسة القدرة على التحكم بالعواطف بعدا ضروريا يجب توفره في مدير العلاقات العامة القيادي.
٢. طورت الدراسة الكيفية التي تستطيع من خلالها المهارات الحسية العاطفية أن تدعم موظف العلاقات العامة.
٣. دراسة حسن طاهر ٢٠١١ بعنوان قياس اثر الدورات التدريبية وفعاليتها في القطاع الصحي: دراسة استكشافية على المستشفيات الحكومية.

هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر الدورات التدريبية وفعاليتها، وقد استعرض الباحث بإيجاز مفهوم قياس العائد من الاستثمار في التدريب كأداة يمكن للعاملين في هذه المجال الاستفادة من تطبيقاتها لتقييم فعالية التدريب وفقاً لأحد أهم النماذج المستخدمة عالمياً، وتطبيق ذلك على قياس أثر الدورات التدريبية وفعاليتها في القطاع الصحي السوري. شارك في هذه الدراسة (٣٥٧) عاملاً أجابوا عن استبانة مكونة من (٧٠) فقرة أعدها الباحث، موزعة على خمس مستويات لقياس الأثر والفعالية وفقاً لنموذج كيرك باتريك. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى حصول المستوى الأول (مستوى رد الفعل) على الاهتمام الرئيسي في ترتيب الأولويات لقياس فعالية البرامج التدريبية مقارنة بالمستويات الأخرى كالتهليل، والسلوك، والنتائج، وقياس العائد على الاستثمار. كما أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بقياس العائد على الاستثمار في التدريب وبين فعالية الدورات التدريبية في المستشفيات الحكومية. وأوصت الدراسة بضرورة حث الجهات ذات العلاقة على الاهتمام بوضع البرامج التدريبية المناسبة للمسارات الوظيفية في المؤسسات الصحية، وضرورة اعتماد نموذج للتقييم ومتابعته في كل مراحل العملية التدريبية.

١٢. دراسة الباحثة "نهى محمد بهاء الدين" (٢٠٠٥) بعنوان "الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات والجمعيات المهنية العربية على الانترنت.

دراسة تقييمية، حيث تم تقييم المواقع وفقا لستة معايير هي : الهدف ، المسؤولية ، لغة الموقع، توثيق المحتوى، الخدمات التفاعلية، تسهيلات البحث، وخلصت على نتائج من اهمها:

- معظم الجمعيات المكتبية العربية ليس لها مواقع على شبكة الانترنت.
- وجود اهداف بصورة واضحة على صفحات مواقعها الالكترونية وهي صورة جيدة تحسب لها.
- افتقرت جميع مواقع الجمعيات العربية على الانترنت للخدمات على تزايد من فاعلية الموقع.

### تعليق الباحث حول الدراسات السابقة:

تم الاستفادة من الدراسات السابقة في دراستها من خلال الوقوف على كيفية الاستفادة من مناهجها وادواتها واهدافها واسلوب اختيار العينة مما ساهم في بلورة فكرة وعنوان هذا الموضوع والوقوف على محاور وأبعاد الدراسة الحالية.

### مشكلة الدراسة :

أدى الاهتمام بمشاركة كل ما هو جديد إلى نقلة نوعية لدى الأفراد والمجتمعات لترقب أية صورة أو فيديو أو منتج أو تصريح، حيث ابتعد الكثيرون عن ملامسة الجوانب الايجابية في النشر والمساهمة في التطوير والتنمية من خلال مشاركة مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة بتفعيل الدورات التدريبية والمشاركة بإعلانات الدورات التدريبية عن طريق استخدام مواقع تواصل اجتماعيه اخرى، وبقي معظم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على عيش لحظات حياتهم بعفوية، فهم دائمو البحث عن أشياء جديدة لمشاركتها والتعليق عليها بنقص كبير في الاتجاه الايجابي. وبذلك يمكن تحديد المشكلة البحثية في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل المشاركة في الدورات التدريبية.

ويمكن ذلك من خلال صياغتها في شكل التساؤل التالي:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة في الدورات التدريبية ؟

## أهمية الدراسة:

إن من أهم وسائل الاعلام الجديد مواقع التواصل الاجتماعي التي يقبل على استخدامها الافراد والمجتمعات وتزايد اهتماماتها عند المستخدمين واصبحت من اساسيات تحقيق مستويات التواصل الاجتماعي والاقتصادي وباتت عنصرا يجب وجوده عند الافراد والمجتمعات مع تحول الحياة الى قرية كونية صغيرة، والغرض من اهمية البحث تطوير وتنمية الجانب الايجابي في الاستخدام ولاسيما ان من يواكب هذا الحدث هي (مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل المشاركة في الدورات التدريبية ) وتدرج هذه الدراسة تحت استخدام:

- مواقع التواصل الاجتماعي التي تشارك في الدورات التدريبية بالإعلانات.
- مواقع التواصل الاجتماعي القائمة بتفعيل الدورات التدريبية الالكترونية.

## أهداف الدراسة :

- التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة في الدورات التدريبية.
- التعرف على اسباب ودوافع استخدام الافراد والمجتمعات لمواقع التواصل الاجتماعي المهمة بالدورات التدريبية.
- معرفة الاساليب وسهولة المحتويات المقدمة من مواقع التواصل الاجتماعي.
- توضيح المهارات والميزات المكتسبة من الدورات التدريبية المقدمة من مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على اسباب قصور المبحوثين في عدم المشاركة في الدورات التدريبية المقدمة من بعض مواقع التواصل الاجتماعي.

## تساؤلات الدراسة:

- ما مدى اقبال الطلاب على مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ما مزايا استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ما مدى مشاركة المبحوثين في الدورات التدريبية الالكترونية التي يتم نشرها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أسباب مشاركة المبحوثين في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين من خلالها المشاركة في الدورات التدريبية؟
- ما أهم إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكتسابها الدورات التدريبية للمبحوثين؟
- ما درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات حول المشاركة في الدورات التدريبية؟
- ما مدى رضا المبحوثين عن مواقع التواصل الاجتماعي في تقديمها للدورات التدريبية؟
- ما مقترحات المبحوثين لتفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية؟

## منهج الدراسة وإجراءاتها:

### أولاً: منهج الدراسة :

إن المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي الذي يصف الظاهرة كما توجد في الواقع ، ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً ، ويؤدي إلى استنتاجات يتم التوصل عن طريقها إلى معرفة جوانب القوة والضعف. والعمل على وضع الاقتراحات التي تسهم في تعزيز جوانب القوة وإصلاح جوانب الضعف.<sup>(١)</sup>

وبناء على ذلك فإن المنهج المقترح للتطبيق، والذي يناسب أهداف هذه الدراسة هو المنهج الوصفي الذي يعنى بجمع البيانات، ثم مناقشتها وتفسيرها وتحليلها.

وحيث سيسعى الباحث من خلال تطبيق هذا المنهج الحصول على النتائج من فئة معينة من فئات مجتمع طلاب جامعة أم القرى وهم الباحثون والمقبلين للمشاركة في الدورات التدريبية بهدف الحصول على معلومات وبيانات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في رفع قدرات وكفاءات الطلاب وتعزز الدور الإيجابي الذي من شأنه تلبية متطلبات الرؤية ٢٠٣٠ التي أطلقت العنان لتتقدم المنظمات في سير عملها وتلبي احتياجات سوق العمل وتُهيئ الأدوار التي تكمن فيها الموهبة والابتكار وتطوير الذات والاتقان وكل ما يعتبر من مشاركات إيجابية في موسوعة الإعلام وأسواقه.

(١) العربي، عثمان محمد ( مصداقية الصحافة العربية لدى الجمهور السعودي، صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية. ١٤ع )

## ثانياً: مجتمع الدراسة :

يشمل مجتمع الدراسة جميع طلاب جامعة ام القرى ب مكة المكرمة ذكور وإناث.  
دفعه١٤٣٩هـ.

## ثالثاً: عينة الدراسة وحدودها:

نظرا لكبر حجم مجتمع الدراسة وهو طلاب جامعة ام القرى قام الباحث باختيار عينة عشوائية بسيطة يبلغ عددها ٢٠٠ مفردة تم توزيعهم ١٠٠ ذكورا و١٠٠ اناث كذلك ١٠٠ وفق الكليات العلمية و١٠٠ للكليات الانسانية.

## رابعاً: أداة الدراسة:

تم الاعتماد على صحيفة استبيان ورقية تضمنت اسأله فرعية واستيقت عن اهداف الدراسة وتم تقسيمها الى محاور فرعية من خلالها تم تجميع البيانات والمعلومات حول دور مواقع التواصل الاجتماعي وتفعيل الشراكة في الدورات التدريبية.

## أساليب المعالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" Statistical Package for the Social Science " SPSS ".

وتم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
٣. اختبار كاي<sup>٢</sup> Chi Square Test.
٤. لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢ واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل اقل من ٠,٣٠ ومتوسطة إذا تراوحت بين ٠,٣٠ - ٠,٧٠ وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.
٥. معامل كرامرز في V.rCramme's.

والذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢ واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل اقل من ٠,٣٠ ومتوسطة إذا تراوحت بين ٠,٣٠ - ٠,٧٠ وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.

٦. اختبار Test -T وهو أسلوب إحصائي بارامترى.

لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة ( Interval Or Ratio).

اختبار Z Test لفحص الفرضيات المتعلقة بمتوسط عينتين مستقلتين.

## مصطلحات الدراسة:

تتخصر مصطلحات الدراسة حول مفهومي:

مواقع التواصل الاجتماعي، الدورات التدريبية.

## • مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media)

عرفها الدكتور عباس مصطفى صادق بأنها .. مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي<sup>(١)</sup>.

وعرفها كابلان وهانلين KAPLAN&HAELEIN .. بأنها مجموعة من تطبيقات الانترنت التي تبنى على اسس ايدولوجية وتكنولوجية من الويب والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي يتم انشاؤه بواسطة المستخدم<sup>(٢)</sup>.

ويقصد بها في هذه الدراسة مجموعة من التقنيات التي اثارت ضجة ضخمة في عالم التكنولوجيا وتعتبر متاحة على الشبكة العنكبوتية يستعملها الناس لغايات كثيرة واشباع رغبات لا محدودة من خلال توسعها وانتشارها وتعرف أيضا :

بأنها : شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، والتي كان اول ظهور لها على شبكة الانترنت منذ بدايتها مع ظهور الهاتف منذ عام ١٩٥٠م ، والتي كان سبب ظهورها مجموعة (Phone break).

التي استغلت نظام الهاتف وكيفية التسلل إليه، وبسبب ارتفاع تكلفة إجراء مكالمات هاتفية، قاموا باختراق خطوط الهاتف لإجراء وعقد المجموعات الافتراضية. (السعو، ٢٠١٨)

(١) صادق، عباس مصطفى. (٢٠٠٨). (٢٠١٨). الاعلام الجديد والوسائل والتطبيقات. دار الشروق للنشر. عمان.  
(٢) الدوي، ابراهيم احمد. (٢٠١٥). "شبكات التواصل الاجتماعي". المنظمة العربية للهلال الاحمر والصليب الاحمر.

هذا الظهور الذي مكن قفزة كبيرة أيضا من التواصل المرئي وتبادل الصور والفيديو وغيرها من الإمكانيات التي توّدت العلاقة الاجتماعية والاقتصادية بين المستخدمين.

## • الدورات التدريبية (Training Courses)

وهي تعني فعل معين يؤدي الى رد فعل في اتجاه جديد ملاحظ<sup>(١)</sup>. وتعرف الدورات التدريبية بأنها شكل من أشكال التعليم قصير المدى لتحسين المهارات وتطوير المعارف والاداء بشكل أفضل، وكما يعرف بأنه عملية منظمة لتغيير سلوك المعلومات والدافعية للعاملين تتم في ضوء تحديد احتياجات العمل<sup>(٢)</sup>.

والتدريب كلمة مشتقة من كلمة "درب" والدرب هو الطريق، فأن ذلك يعني وضع الافراد والجماعات المستهدفة على الطريق السليم كي يسيرو فيه ويتعودوا عليه<sup>٣</sup>.

وعرفها Mondy&Noe ,2005 :

"النشاطات المصممة لتقدم للمتدرب المعرفة والمهارة التي يحتاجها لوظيفته الحالية".

يقصد بها في هذه الدراسة: فعاليات منظمات مقصودة ومبادرات مهنية وتقنية تهدف الى تمكين المتدرب من المهارات والخبرات اللازمة التي يحتاجها الفرد والتي تسهم في رفع كفاءة الأداء، وهنا يتحقق هدف التوافق بين مخرجات التعليم وسوق العمل بقدرات المشاركين، التي تعتمد مناهج و برامج التدريب والتأهيل على المستوى الوطني والتمكن من ممارسة المهنة التي يطوّقها الميول بفاعلية.

- 
- (١) راشد، عبدالرحمن عفاف. (٢٠٠٥). (ص٢٩٥). تقديم الدورات التدريبية للأخصائيين الاجتماعيين. مجلة الدراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية، مصر.
  - (٢) عبدالحكيم، عامر. (٢٠١٣). (ص٦٣). مواقع التواصل ودورها في رفع مستوى الكفاية المهنية للمعلم، دار الزاوية للكتاب، ليبيا.
  - (٣) نابتي، سامي. (٢٠٠٨ - ٢٠٠٩). (ص ١٤). دور برامج تدريب الموارد البشرية في تحسين نوعية الخدمة بالمؤسسة. جامعة منتوري - قسنطينة. الجزائر.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري

المبحث الأول: نظرية المسؤولية الاجتماعية

- الدور الوظيفي لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
- سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- العلاقات والفروق بين الاعلام الالكتروني والاعلام التقليدي

المبحث الثالث: الدورات التدريبية

- مفهوم الدورات التدريبية
- انواع الدورات التدريبية
- خصائص الدورات التدريبية
- مقارنة بين آلية عمل الدورات التدريبية التقليدية والالكترونية



## المبحث الأول: نظرية المسؤولية الاجتماعية

### تمهيد:

من خلال نتائج البحوث في الدراسات السابقة وبعض العلوم الانسانية تعد المسؤولية الاجتماعية من اهم القيم الاجتماعية لما نالت من اهتمام الباحثين الذين أكدوا انها مسؤولية اجتماعية تكلفية بتطبيق الانظمة والقوانين والاخلاقيات والواجبات التي تشمل كافة نواحي الحياة، وصنفها العلماء والمختصون بأنها تقدم للفرد والقدرة على تحمل نتائج كل ما يصدر عنه من تصرفات وأفعال وتعتبر أيضا مسؤولية نابعة من ضمير الانسان ومرتبطة ارتباطا وثيقا في النمو بالأخلاق الانسانية والارتقاء بها.

وجاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية لردع النزاعات الاحتكارية لما فيها من تسويق ينتج الثقافة الزهيدة وكذلك سياسات انانية خطيرة. وفي المقابل تثبت المسؤولية الاجتماعية النزاهة الصحية والتوازن الذي ينشئ اجيال تتحلى بالقيم الدينية والاجتماعية والاخلاقيات والممارسات الراقية لما فيها من غرس وتلقيح بالوعي والادراك وجلب المنفعة العامة.

ويقع على عاتق المسؤولية الاجتماعية التزويد بأي تطورات تساعد في النمو والمساهمة في تنمية المجتمع البناء وإظهار اشكال الازدهار المنشود للمجتمع باعتبارها خطوات اولية للتقدم والرفي.

لا شك أن المسؤولية الاجتماعية باتت اليوم تشكل رقماً مهماً في معادلة التنمية والبناء وهي عنوان تقدّم المجتمعات ورفيها، وبالنسبة لنا نحن المجتمع المسلم فهي جزء من ثقافتنا، بل عقيدتنا؛ لأنها مستمدة من التعاون والتكافل والتراحم بين الناس، وهي قيم إسلامية حض عليها الدين في الكتاب والسنة. والملاحظ أنه في السنوات الأخيرة تنامي الاهتمام بهذا الجانب، سواء من القطاع الخاص أو من المؤسسات الحكومية، التعليمية منها والصحية والخدمية، كما تنامت ثقافة المسؤولية الاجتماعية بشكل لافت، على الرغم من أنها ما زالت في بداية الخطوات مقارنة مع الدول التي سبقتنا كثيراً في هذا المضمار. وحينما ننظر إلى مفهوم ومردود المسؤولية الاجتماعية فهي نماء، وبناء، وتكافل، وتكامل، وتعاون بين أطراف المجتمعات.

سواء كانت مؤسسات أو افراد، حينما تقوم بدورها تجاه المجتمع والوطن فإن ذلك يعني أنها تدرك مسؤوليتها وواجبها، وأنها تعلم بوجود ثغرة تستطيع أن تسهم في سدها والتصدي لها، كواجب تعتر به وتفخر، وليس إجراء روتينياً أو ممارسة مفروضة. من مظاهر المسؤولية

الاجتماعية: الإسهام في كل الأعمال التي تنمي المجتمع، وتساعد على الارتقاء بواقعه الاقتصادي والاجتماعي والصحي والتعليمي، وكذلك كل ما يعزز الوطنية والذود عن حياض الوطن بمسؤولية ووعي وإخلاص ووفاء وصدق، وفق أسس سليمة إيجابية، تحقق الأمن والاستقرار والنماء بعيداً عن الجهوية والمناطقية والمذهبية والعصبية. .

ومن أشكالها المشاركة في برامج التدريب والتأهيل، والاحتفال بالتخرج والتوظيف، وكذلك المشاركة في المناسبات الخاصة بالفئات ذات المراحل البدائية، ولاسيما الطلاب الذين يشكلون شريحة مهمة في المجتمع، لها إسهامها وطموحها وتطلعاتها، إضافة إلى البرامج الاجتماعية الهادفة، مثل التوعية بأضرار التأخر والغياب عن المحاضرات او التوعية بأضرار فوائد استخدام الانترنت، وغيرها من السلوكيات السلبية. وهذا يفرز سلوكيات إيجابية، مثل الانضباط والمواظبة أو تحسين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ولا شك أنها قيم ترفد زيادة الإنتاج والتنمية، وتجسد أخلاقيات العمل. وهنا يكون التوازن بين تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية وتنفيذ الاستراتيجية الخاصة بالمؤسسات<sup>(١)</sup>.

المسؤولية تبدأ بالوعي والارتقاء بالحس الاجتماعي والوطني، ثم التطبيق الذي يصب في البناء وخدمة المجتمع من نواح عدة. وفي إطار مسؤوليتنا تجاه المجتمع ينبغي التركيز على الفئات الدارسة الذين هم في واقع الأمر طلاب للعلم.

هذه الفئة تحتاج فقط إلى أن تتبناها الجهات الممارسة للمسؤولية الاجتماعية؛ فهم لديهم الروح الوطنية العالية، ولديهم الحماس للإبداع والإنتاج والإسهام في البناء، وقد أثبتوا كفاءتهم وقدرتهم بجدارة في مختلف المجالات، فهؤلاء رفعوا أسهم السعودية عاليًا في كثير من الانجازات والبطولات، ولاسيما المنافسات الدولية.

فتدريب مثل هذه الفئات وتوظيفهم فيهما إضافة نوعية مهمة للإنتاج وللإبداع، وفيهما نقلة لمردود المسؤولية الاجتماعية. وقد بدأت بوادر ذلك تظهر لدى كثير من الجهات التي تنبت العديد من البرامج التي تحقق هذه الأهداف، حيث أكدت الدراسات السابقة بأن كل جهة أو فرد أو كيان لو أدى مسؤوليته الاجتماعية كاملة سوف تصبح ثقافة اجتماعية راسخة، وحنماً سوف يتغير الكثير من الأشياء، وسوف تقل السلبيات، وتوظف الطاقات، ويصحح الكثير من السلوكيات والممارسات، ويتطور الفهم الاجتماعي، والحس الوطني، ويتعزز تلاحم المجتمع ونسيجه، وتكثر مظاهر البناء والنماء، وتتجسد ملامح التنمية المستدامة بوضوح.

(١) إبراهيم المعطش (المسؤولية الاجتماعية ثقافة مجتمع، صحيفة سبق الالكترونية، الرياض، ٢٠١٦).

إدًا، فالمسؤولية الاجتماعية ليست شعارًا فضفاضًا، ولا مجرد تظاهرة إعلامية، ولا يمكن أن تصبح مزايده بأي حال من الأحوال، بل هي سلوك وممارسة إيجابية نابعة من شعور عميق ومفهوم واسع، يستجيب لنداء الضمير والواجب تجاه المجتمع والوطن.. فكيف نحيتها بالشكل الذي يجعل إسهامها أساسيًا في التنمية في زمن التحول الوطني؟

### وفيما يلي تعريفات نظرية المسؤولية الاجتماعية:

عرفها الباحث احمد عبادة العربي بأنها "التزام اصحاب المؤسسات بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال تحسين اوضاع العملاء وذويهم والمجتمع المحيط اجتماعيا وصحيا وعلميا"<sup>(١)</sup>.

وفيما سبق توضيح الالتزام من الجهات المسؤولة بتحسين نوعية ظروف المعيشة للقوى العاملة وتسهيل الخدمات بتوفيرها او تيسيرها لما يعكس الاخلاقيات التي ترفع من مستوى التنمية الاجتماعية.

وعرفها الباحث نجاح عايد بأنها المسؤولية الاجتماعية مصدر القدرة على الابرار والتنافس خصوصا مع ظهور التكنولوجيا والاعلام الحديث وهو ما يشكل الصورة الذهنية للمجتمعات والافراد حيث توضح مدى المعرفة والتطور على كل الاصعدة<sup>(٢)</sup>.

يبين الباحث الحيز الذي اخذته المسؤولية الاجتماعية من اهمية كبيرة باعتبارها حالة يكون فيها الانسان متيقنا للمؤاخذه على اعماله وملزما بتبعاتها المختلفة.

ونشرت أكاديمية **INVESTOPEDIA** تعريفا لنظرية المسؤولية الاجتماعية بـ أنها

Social responsibility is the idea that businesses should balance profit-making activities with activities that benefit society. It involves developing businesses with a positive relationship to the society in which they operate. The International Organization for Standardization (ISO) emphasizes that a business's relationship to

(١) العربي، احمد عباده. (١٩٧٠). مقالة حول المسؤولية الاجتماعية واحتياجات المجتمع.  
(٢) بشار، نجاح عايد. (٢٠١٧). مفهوم المسؤولية الاجتماعية واثرها على السلطة الفلسطينية.

its society and environment is a critical factor in operating efficiently and effectively<sup>(1)</sup>.

المسؤولية الاجتماعية هي فكرة أن الشركات يجب أن توازن أنشطة صنع الربح مع الأنشطة التي تفيد المجتمع. وهو ينطوي على تطوير أعمال تجارية ذات علاقة إيجابية بالمجتمع الذي تعمل فيه. تؤكد المنظمة الدولية للتوحيد القياسي على أن علاقة العمل بمجتمعها وبيئتها هي عامل حاسم في التشغيل بكفاءة وفعالية.

تتفق توجهات نظرية المسؤولية الاجتماعية في جميع المجالات بأنه على الافراد والشركات التصرف بما يحقق افضل مصالح بيئتهم والمجتمع بما يعزز معنويات نشاط المنشأة وبذلك يمكن التحول الى التفاني في التنظيم والصناعات التي تنتجها الشركات.

### ويعرفها موقع Workplace ب أنها

the obligation an organization's management team has towards the interests and welfare of the society or community that provides it with resources and environment to not only survive but flourish. At the same time society is affected by the policies and the actions of the company. In other words, social responsibility is the way your company gives back to and takes care of the community it is located in and the greater society we are all a part of<sup>(2)</sup>.

التزام فريق إدارة المنظمة تجاه مصالح ورفاهية المجتمع أو المجتمع الذي يزودها بالموارد والبيئة ليس فقط من أجل البقاء بل وتزدهر. في الوقت نفسه يتأثر المجتمع بسياسات وأعمال الشركة. بعبارة أخرى، إن المسؤولية الاجتماعية هي الطريقة التي تعيدها شركتك وتهتم بالمجتمع الذي توجد فيه والمجتمع الأكبر الذي نحن جزء منه.

يوضح هذا المفهوم مدى أهمية الطريقة التي تعمل بها الشركة بشكل يومي وأنه في الامكان تدوير بعض الامور في ساعات العمل اليومية حتى لو كانت طرق صغيره ولكنها في المقابل تظل

---

(1) Social responsibility, (1999). INVESTOPEDIA ،NEW YORK.

(2) موقع يقتبس عن الاتصالات والمشاريع والعلاقات العامة في مكان العمل.  
www.workplace-communication.com 2008-2017

طرق فعالة لدعم وفرض المسؤولية الاجتماعية في المجتمع، في حال تعاون العملاء الداخليين والخارجيين على القيام بتلك الطرق فذلك يؤثر ايجابيا في سير تقدم المنشأة وتدرجها.

### **وتعرف المسؤولية الاجتماعية الاعلامية بـ:**

مجموعة الوظائف التي يجب ان تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجاتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة ان يتوافر للإعلام حرية حقيقية تجعلها مسؤولة امام القانون والمجتمع<sup>(١)</sup>.

### **ويقصد بها في هذه الدراسة:**

التزام الجهات المعنية بتزويد الافراد والمجتمع التابعين لهم بالمسؤوليات والواجبات التي تنتسب للمنشأة والمساعدة او التحفيز إن صح التعبير في تأهيلهم بكافة الوسائل والطرق وتزويدهم بالمبادرات الاختيارية التي تكسب الافراد المهارات والاشكال المطلوبة وتمكن المجتمع بالقيام بأنماط مطلوبة في التخصصات التابعة لهم لتتم الجاهزية وابرار صورة من الصور الملائمة الاجتماعية الواجبة على المؤسسات.

### **الدور الوظيفي لمواقع التواصل الاجتماعي:**

تضع المنظمات ضوابط قانونية يتبعها قواعد إدارية وتنظيمية حول أساليب ممارستها التي تتخذ أشكالاً عدة متباينة لتحقيق إنتاج رفيع من المؤسسات وتتجسد هذه المعايير في الحقوق والواجبات حيث أن أسلوب ممارسة المؤسسة يكشف عن القيم النموذجية التي تضعها قيادات النظم الوطنية لتوجيه سلوك القائمين بالاتصال.

وكذلك المؤسسات التي تعمل على غرس الأسس المساهمة في بناء المجتمع وترقيته بين مصاف المجتمعات الأخرى إذ تعكس وتحدد حقوق و ضمانات يتعين توفيرها للمجتمع أو البيئة التي تمارس فيه العملية الاتصالية وبذلك لن تصبح المؤسسات عاجزة عن مواجهة التحديات لأنها تكلفت بالعمل والإبداع من جميع الجوانب وجعلت نفوذ الإمكانيات إلى أبعد مدى من ما

(١) مفهوم المسؤولية الاجتماع في السياسة الاعلامية. (٢٠١٥). (ص٣٠). المجتمع الشبكي، المركز العربي للأبحاث والدراسات، بيروت.

يظهر العامل الإيجابي في الإطار الذي يتفاعل في داخله الأفراد ويقدمون بواسطته الأفكار والتطورات حول القضايا التي تكون محل العمل والتدرج<sup>(١)</sup>.

من هنا يتبين لنا الجوهر الذي يخرج بنتيجة مفادها القدرة على الإسهام في تقديم التسويات أو التطورات إلى كافة فئات المجتمع والاسباب المساعدة تكمن في إعطاء الآليات الموضوعية والحركية التي تظهر إمكانياتهم في سعيهم الدائم وراء تمكين المجتمع من مشروع متكامل يعبر عن أصالة الانتماء ويدفع بالأفراد إلى تقديم حلول للمعضلات التي تواجههم ومنها:

١. المشاركة في إعادة الإصلاح البيئي وهو ما يجعل المؤسسة تواكب التطور والترويج للتنمية المستدامة فيما يتعلق بالمنتجات والظواهر والخدمات والأنشطة الأخرى ودمجها في الواجبات اليومية.
٢. الربط بالقيم والأخلاق وهو ما تهدف له المؤسسات من تطور وتنفيذ المواصفات حسب الأنظمة المفروضة بدون مبالغة أو تقصير وتمسكها بالممارسات الإسلامية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب الحق والمصلحة.
٣. التحفيز والنتائج، وهو ما يقدمه الدعم للمساهمين بمبالغ مالية أو نقاط ربحية يمكن استخدامها كعائد تنافسي مع الحفاظ على الممتلكات والأصول.
٤. مواصفات طريقة الإنتاج، وهو ما تجهزه المؤسسة من أنشطة لترقية القوى العاملة والأفراد على المستوى الشخصي والمهني باعتبار أنهم يمثلون شركاء قيمين فيما يستوجب توفر الحقوق وعدم مزاولة العدالة في العمل والأجور التنافسية والمنافع.
٥. العلاقات التعاونية، وهو ما يقبل عليه الفرد أو المجتمع مع شركاء العمل من خلال المتابعة والتقييم.
٦. جودة الخدمات والمنتجات، وهو ما يعنى باستجابة المنشأة لاحتياجات السوق واحتياجات المجتمع ورفع ماهية مستوى الخدمة المتقدمة لتعمل على تقديم مستوى عالي في الإنتاج.
٧. التواصل الاجتماعي: تعمد المؤسسة على تعميق علاقات مفتوحة مع المجتمع الذي تتعامل معه، وتمثل حركة عقارب الساعة في التلبية والتزويد للبيئة وتتميز بالإيجابية التي تبعث ثقافة وتعاون ومشاركة لمخرجات متماسكة واعية تماشيا مع مقولة "المجتمع مكان مهم لممارسة الحياة وأعمالها".

(١) المجتمع الشبكي: الهوية الشبكية ، مرجع سابق ص ١٧٧.

## المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

ظهرت مواقع التواصل مع بدء ظهور الهاتف عام ١٨٧٦م وهو ما أعد كجهاز اتصال ينقل الصوت من مكان إلى مكان آخر عن طريق الطاقة الكهربائية والتقاط الذبذبات حيث سجل ألكسندر جراهام بل عام ١٨٧٦م أول وسيلة تواصل إلكترونية للتحويل إلى عصر يوظد العلاقات بين الناس ويقرب المسافات. الأمر الذي جعل من هذه الظاهرة إنجاب الكثير من الشغف لوجود وسائل إتصال أخرى لها إمكانية في نقل معلومات أكثر وأنتشر بعد ذلك ظاهرة الكمبيوتر في عام ١٩٤٦م على يد العالم الألماني كونراد دوس الذي وضح للعالم مدى القدرة في تبسيط أكثر الأعمال الصعبة أو التي تحتاج وقتاً طويلاً لإتمامها، بدأت التكنولوجيا في التطور السريع في القرن التاسع عشر وهذا ما حظى باهتمام الباحثين والعلماء لإنشاء شبكات التواصل بين هذه الكمبيوترات التي أنتجت إقتراح الإنترنت عام ١٩٦٠م بجهود عدد من المساهمين الذين اعتمدوا دراسة البحث الشهير " تدفق المعلومات في شبكة الاتصالات الكبيرة في تاريخ ١٩٦٢م للعالم ليوناردو كلينروك والذي يعد البحث الأول له. وبمساعدة أفكار من ليكيدر وكلينروك استطاعوا إنشاء فكرة الشبكة التي أطلق عليها اسم "ARPANET"<sup>(١)</sup>.

شكل الإنترنت باب واسع لتبسيط الملاحه فيه، ففي عام ١٩٨٠م بدأ انتشار الإنترنت الفعلي داخل البيوت والمنشآت وبدأت مواقع التواصل الاجتماعي بالظهور بالخدمات الأولية لها مثل خدمة الإيميل والشات حيث ظهر أول موقع تواصل اجتماعي في عام ١٩٩٠م على يد تيم بيد نزلدي البريطاني الذي حرص (CERN) على توفير معلومات يمكن الوصول لها والتنقل بينهما في مستندات وصفحات على الإنترنت عن طريق عناوين متصلة ببعضها البعض في روابط تشعبية، وقال " عندما نربط المعلومات في شبكة الإنترنت نتمكن من كشف الحقائق وخلق الأفكار وشراء وبيع الأشياء وإقامة علاقات جديدة في السرعة والحجم الذي كان يصعب نقله من مكان لآخر"<sup>(٢)</sup>.

تعددت مفاهيم مواقع التواصل الاجتماعي مع تعدد آراء العلماء في الحقل الإعلامي فهناك من صنفه كشبكة تواصل اجتماعي تعمل لجمهور واسع من المتلقين ويلعبون دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات من خلال الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والطبيعية بإيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية والصور ومقاطع الفيديو وتبادل الآراء عن الأحداث التي تحصل في المجتمعات<sup>(٣)</sup>.

- (١) عفيفي، علاء الدين. (٢٠١٥). (ص١٠١). الاعلام والاتصال في ظل المتغيرات العالمية. الاعلام وشبكات التواصل، دار التعليم الجامعي، القاهرة .
- (٢) ويكيبيديا، الموسوعة الحرة ( بداية ظهور الانترنت).
- (٣) المجتمع الشبكي، الاعلام الاجتماعي ، مرجع سابق ص١٩.

## ويستعرض الباحث عدة تعريفات حول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

عرفها الباحث احسان حمود الحسان أنها (مواقع الكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متقدمة الخيارات مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين الخطي والصوتي والمرئي ومشاركتها مع الآخرين<sup>(١)</sup>).

وعرفها الدكتور مصطفى المحمودي على أنها (منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والمبادرات والهوايات او جمعه مع الأصدقاء<sup>(٢)</sup>).

Social media is the collective of online communications channels dedicated to community-based input, interaction, content-sharing and collaboration.<sup>(3)</sup>

هي مجموعة قنوات الاتصال عبر الإنترنت المخصصة للمدخلات المجتمعية والتفاعل وتقاسم المحتوى والتعاون.

forms of electronic communication (such as websites for social networking and microblogging) through which users create online communities to share information, ideas, personal messages, and other content.<sup>(4)</sup>

أشكال من الاتصالات الإلكترونية (مثل مواقع الويب للتواصل الاجتماعي والمدونات الصغيرة) والتي من خلالها يقوم المستخدمون بإنشاء مجتمعات إلكترونية لمشاركة المعلومات والأفكار والرسائل الشخصية والمحتويات الأخرى.

(١) الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، تبني وسائل الاعلام لأخلاقيات الدعاية ص٦٥.

(٢) المحمودي، مصطفى. (٢٠١٥). مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي. موقع موضوع، مقالة.

(3) MARGARET ROUSE. (2013) techtarget.com .

(4) Chirs thilk . (2018). Merriam website .



## ويقصد بها في هذه الدراسة:

مجموعة شبكات اجتماعية تؤسسها وتبرمجها المنشأة لجميع المستخدمين من افراد المجتمع والأصدقاء لمشاركة الأنشطة التدريبية و المبادرات والاهتمامات والبحث من خلالها عن تكوين العلاقات التعاونية بهدف تواصل بناء وتقديم خدمات جديدة وإخراج كفاءات عالية ومنتج يحدث تغيير كبير في كيفية الاتصال.

وقد رصدت البحوث العلمية والدراسات السابقة عدة سلبيات وايجابيات في عملية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث اصبحت الوسائل الاعلامية وضوابطها وانواعها واساليبها الرقابية تابعة للنظام السياسي السائد في كل دولة ومع مرور الزمن تبين الى حد ما ان خير ما يمثل المجتمعات هي وسائل الاعلام من خلال حسن استخدامها ونقل الثقافات فتعتبر اللسان الناطقة للأنظمة التي تحكمها وتتحكم فيها وبذلك نتفق ان خصائص الاعلام ووظائفه في مجتمع ما، تشكل علاقة ذات اهمية في كل الابعاد المطبقة على المجتمع.

## سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- الاستخدام المفرط وهدر ساعات طويلة في العمل عليها مما يؤدي الى العزلة عن المجتمع كالأسرة والجيران والأصدقاء.
- الانجراف خلف التيارات الهدامة والمجون في طياتها التخريبية عمدا او بغير عمد.
- نشر الشائعات التي تؤدي الى البغض والتفكك المجتمعي.
- انتهاك خصوصية الأفراد وتشجيع ظاهرة الأسماء والشخصيات الوهمية التي تشكل عكس الصور الغير صحيحة واتهامات مخلة بالقيم والاخلاق الاسلامية<sup>(١)</sup>.

## ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:-

- من العوامل الأولية في تطوير الذات وتنمية القدرات واكتساب المهارات من خلال التواصل مع الآخرين وتبادل الخبرات
- قوة الترابط الاجتماعي وما يعكسه على البيئة من تكوين علاقات متجددة في شتى المجالات.
- توفير الجهد وتطوير الكثير من الإجراءات التقليدية

(١) محمد، أبو الوفا. (٢٠١٥). وسائل الاعلام الغير منضبطة عوامل اجرامية خارجية، دور وسائل الاعلام والسلوك الاجرامي. المكتب الجامعي الحديث، القاهرة.

- الفوائد الاقتصادية ك سرعة الإنجاز وخفض النفقات وتغيير اساليب العمل نحو الأفضل والطرق المتجددة وتوفير الخدمات اكثر والرفع من كفاءة الأداء.
- تفعيل المشاركة من خلال تلاقي اصحاب الهوايات والمواهب عن طريق صقل الشخصيات للثقافات والمبادرات بالاندماج في المحيط الثقافي الكترونياً
- تحقيق المتعة عن طريق مسابقة الأحداث الماضية واخر المستجدات في كل انحاء العالم وتلبية الاحتياجات والميول من خلال البحث في الاهتمامات.
- تسهيل عملية البحث عن وجود فرص عمل وامكانية التسويق الشخصي او المنتج او تيسير عملية البيع والشراء<sup>(١)</sup>.

بصفة عامة تأخذ ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي الحيز الاكبر في التقييم بعكس السلبيات لما لها من اثار وفاعلية في تطوير الخدمات التقليدية وزيادة معايير الإبداع والتميز في اكثر المجالات ، رغم ذلك يتحتم على المستخدمين الاتزان في تقسيم الأوقات بين الانخراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمواظبة في ممارسة عمليات الاتصال الطبيعية.

### خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

- اتاحة الامكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة تهم مشاركين اخرين في نفس الموقع وتخدم مصالحهم المشتركة.
- ففي كل مواقع التواصل الاجتماعي تتوفر امكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، وهذا ما يدفع المشاركين لـ الدلو بـ دلوهم والتعريف بأنفسهم وكتابة اشياء عن تخصصهم واهتماماتهم.
- تسجل بعض مواقع التواصل الاجتماعي تخصصها او نشاطها في مجالات او محددة مثل منتديات اعلامية او مقاطع الفيديو او الصور او التجارة او التسويق او التدريب وهي أيضا تهم شريحة من الناس يرتادونها ويتفاعلون معها ومنها.
- الصفحات الشخصية تعد من ابرز الخصائص في مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها تمثل الافراد او المؤسسات داخل شبكة الاتصال ويتم الاعتماد عليها عند إنشاء المحتوى والمشاركة وبناء العلاقات، لأن النظام الذي يعمل على تشغيل مواقع التواصل الاجتماعي يعرف يتعامل مع الاشخاص خلف الشاشات باعتماد كبير على الصفحة الشخصية والتي تظل من جهة اخرى نقطة انطلاق التفاعل.

(١) احمد، محمد مصطفى. (٢٠١٦). التطور التكنولوجي فن صناعة الاعلام الحديث، مكتبة الوفاء القانونية، القاهرة.

- المحتوى المتغير الذي تميزت فيه مواقع التواصل الاجتماعي بشكل بارز عن بقية الشبكات الاجتماعية الأخرى ذات المحتوى الواحد أو المتغير بحركة بطيئة حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد على المشاركة لأن المحتوى الذي يظهر عند تشغيل الموقع يختلف من مستخدم لأخر باختلاف اهتماماتهم وعلاقاتهم ومنشورات الأصدقاء والصفحات التي يتابعها كل مستخدم<sup>(١)</sup>.

## الفروق بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي:

### الإعلام التقليدي:

جاءت العصور متتالية بالمتغيرات لتعلن في كل حقبة ما قدمت من صحاح إعلامية والظهور بوسائل لنشر الأخبار المتداولة والثقافات بالرغم من أننا نعلم أن كل وسيلة إعلامية ظهرت تعتبر متطورة عن الوسيلة السابقة ففي كل الأحوال الإنسان هو أول وسيلة إعلامية ويعتبر أداة لتشغيل أي وسيلة ستأتي. سجلت وسائل الإعلام التقليدية أرقام تاريخية في استقطاب جمهور واسع لمنتجاتها فالصحيفة الورقية باهضة الثمن وسهلة الاستعمال وكذلك المذياع الآلة المدهشة للأميين والاكفاء من ذوي القدرات الخاصة، حيثما شكلت هذه الوسائل استثمارات وصناعة كبيرة وأصبحت مصدر رزق للكثير من الأفراد والأسر في المجتمعات البسيطة، ولكنها مع تسارع التكنولوجيا لن تبيت إلا بتمويل ضخم وبمقاومة المد في الاتصال الجماهيري وبالاستعانة أيضاً بوسائل الإعلام الإلكتروني الجديد لدعم التقنية التقليدية وإبقائها صامدة.

يعرف الإعلام التقليدي بوسائل الاتصال القديمة التي كانت قبل الإعلام الجديد ولا زالت تعتبر جزءاً من صناعات العولمة الضخمة مثل التلفزيون والاستديوهات والمذياع والسينما والصحف والمجلات والكتب والمنشورات المطبوعة ورقياً.

### الإعلام الإلكتروني:

غداً واضحاً أن نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تلغي ما سبقها من وسائل، فالمذياع لم يبلغ الصحيفة والتلفاز لم يبلغ المذياع، ولكن الملاحظ أن كل طرق الإعلام المستحدثة يخضع الكثير من جمهور الطرق القديمة ويغير أنماط الاستخدام وفقاً لإمكانيات الوسيلة الجديد<sup>(٢)</sup>.

(١) فن صناعة الإعلام الحديث، خصائص الإعلام في الإنترنت ص ٢٩٣.  
 (٢) فيصل. عبد الأمير. (٢٠١٤). (ص ١١). انعكاسات المجتمع الافتراضي وعلاقته بالقيم الاجتماعية، دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي، العين.

هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الالكترونية وعلى رأسها الإنترنت، يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في السوق الإعلامي وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية تعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة الأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الالكتروني الحديث.

### يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص ومنها:

١. التفاعلية حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين.
٢. التزامنية وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.
٣. المشاركة والانتشار يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين.
٤. الحركة والمرونة حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.
٥. الكونية حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
٦. اندماج الوسائط في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد وغيرها من الميزات.
٧. الانتباه والتركيز نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً وسطحياً.
٨. الحفظ والتخزين حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص توفرها الوسيلة بذاتها<sup>(١)</sup>.

### أوجه الاتفاق بين وسائل الاعلام التقليدي ووسائل الاعلام الالكتروني:

- جميعهم عرضة للانتقاد والرقابة والقيود.

(١) دراسات في الاعلام الالكتروني، مزايا النشر الرقمي ص ١٦٨.

- إمكانية القدرة والشهرة والخبرة لإعادة تكوين نفسها.
- ظهور موجات جديدة وأفكار تعطي ادوار قادرة على الجذب والانتباه.
- القدرة على التفاعل مع المنشور ونقله وتوثيقه رغم اختلاف النسب.
- معرفة الاتجاهات والاستقصاء عن اهتمامات واستطلاعات الاخرين.

### أوجه الفروق التي نتجت من وسائل الاعلام الالكتروني :

- اتاحة الاستخدام لجميع شرائح المجتمع وافراده.
- الاستفادة من خدمة التعبير بالأراء ونشر الافكار بحرية مطلقة.
- سرعة تلقي الاخبار ومعرفة الاحداث وابرز التطورات حول العالم.
- ظهور تقنيات حديثة مخصصة في بعض المجالات.
- القدرة على التفاعل السريع والمباشر وهذا ما يتيح سرعة النقل والمشاركة.
- اتاحة خاصية التفاعل الفوري مثل الاستجابة للمحادثات بين شخصين وأكثر في زمن واحد وباستخدام كل الوسائل صور، صوت، فيديو، ادوات عرض.
- اتاحة خدمة البحث للزائر او المستخدم لاختيار ما يشاء من خدمات او مواضيع.
- تدشين وسائل الكترونية لبعض الوسائل التقليدية مثال الصحف الورقية بالصحف الالكترونية والكمبيوتر بجهاز الجوال الذكي المتنقل<sup>(١)</sup>.

ونستنتج من ما سبق ان مما سبق دوافع كبيرة وتفاعليه وتشاركية للتعلم والتطوير من خلال ربط الصناعة بالصناعة ولاكتساب المهارات ولتحويل الهواية الى احتراف عن طريق توظيف الوقت الكافي رغم اختلافات الاماكن.

(١) دراسات في الاعلام الالكتروني ومتطلبات التسويق الالكتروني من الناحية الفنية- إنشاء موقع ص ٢٨٩.

### المبحث الثالث: الدورات التدريبية

تشير كلمة التدريب الى الاكتساب للمعرفة او الكفاءة والخبرات وهي عبارة عن مهارات عملية تتصل مع بعضها البعض لتفيد المتدرب وبعيدا عن العمل الذي نقوم به، فانه من اللازم أن يكون لنا القدرة الكافية لتعلم الاخرين او تعلم من اخرين. ولأن هناك العديد من ذوي الخبرات العلمية والعملية في كل المجالات الذين لا ينقصهم سواء تفعيلهم مع المجتمع لتصبح عملية متداولة بين الافراد والمؤسسات لترقية الخدمات.

الكثير من دول العالم تمر بمرحلة تغيير سياسية واقتصادية واجتماعية لتحل محل النشاطات السابقة ويعتبر التغيير مطلب لتحديد وحل القضايا وتطويرها، ونظرا للتخطيط الاستراتيجي للتحول الوطني وتحقيق رؤية ٢٠٣٠ تنبعت الفكرة الاساسية التي تقدم الاعمال الابداعية والخدمات ذات الجودة العالية لتكون مساهمة في التطور وتواجه أي تحديات تطرأ على البيئة والمجتمع لنتميز بالرقمي والمرونة. حيث تقوم الدورات التدريبية ب إعداد الكوادر المتميزة والمتخصصة في شتى المجالات التي يطلبها سوق العمل ويستدعي الامر هياكل اساسية من اجل اقامة شبكة متواصلة وموسعه لاستخدام بروتوكول الدورة التدريبية الذي يحقق التأهيل والجاهزية.

#### يعرفها معهد الادارة بأنها:

برامج موجهة إلى تطوير مهارات موظفي الأجهزة الحكومية. وهي برامج موجهة لموظفي المستويات التنفيذية الوسطى بهدف تلبية احتياجاتهم التدريبية، ورفع كفاءتهم الإنتاجية، وتزويدهم بالمعارف والمهارات والاتجاهات السلوكية الإيجابية التي تؤدي إلى تطوير العمل الإداري. وتقوم الجهة بتصميم هذه البرامج وتنفيذها وفقاً لاحتياجات الأجهزة فيها بشكل عام، ويتم الترشيح لها من جميع الاقسام<sup>(١)</sup>.

يبين معهد الادارة قدرة الدورات التدريبية في تنمية المهارات التي تحتاجها الاقسام والتخصصات لترقية الكوادر وحصولهم على قدرات عالية التي من شأنها ابراز مؤهلات الافراد وتحسين سمعة وسير نشاط المؤسسة وخدماتها.

(١) معهد الادارة العامة، (٢٠١٦). البرامج التدريبية، الرياض.

## المعهد البريطاني:

الدورة عبارة عن طريقة متفق عليها للقيام بالأشياء. وقد يتعلق الأمر بإنتاج منتج، أو إدارة عملية، أو تقديم خدمة، أو توريد مواد - ويمكن أن تغطي هذه المعايير مجموعة ضخمة من الأنشطة والأهداف تضطلع بها المؤسسات والتي ويستخدمها عملاؤها<sup>(١)</sup>.

## Collins

A training course is a series of lessons or lectures teaching the skills that you need for a particular job or activity<sup>(2)</sup>.

هي عبارة عن سلسلة من الدروس أو المحاضرات التي تدرس المهارات التي تحتاجها لوظيفة أو نشاط معين.

## Cambridge dictionary

a series of lessons to teach the skills and knowledge for a particular job or activity<sup>(3)</sup>.

سلسلة من الدروس لتعليم المهارات والمعرفة لوظيفة ما أو نشاط معين.

### ويقصد بها في هذه الدراسة:

عملية تعليمية مكثفة ومكاملة للتعليم التقليدي يستهدف فئات من الافراد والمؤسسات الذين لديهم الرغبة في التزويد بالمهارات والخبرة العلمية والعملية وهم على دراية بالسياق التعليمي، وتبنى هذه العملية على خبرات وقدرات اساسية ويشار اليها بالتحفيز الذي يأخذ محل البنان من الادارة التنفيذية التي تقوم بتقديمها باستخدام التقنيات الجديدة.

### خصائص الدورات التدريبية:

١. تتميز البرامج التدريبية بالابتكار الفكري مما يؤدي الى استشارات ناجحة وتدريب ذكي وعمل بفعالية تعزز التنوع بين اطياف المجتمع في الافكار وتزرع الصدق والاحترام والاخلاق في التعامل.

---

(١) المعهد البريطاني. (٢٠١٠). الدورات التدريبية، ابو ظبي.  
(٢) Collins website. (٢٠١٢). قاموس وناشر للمحتو التعليمي.  
(٣) Definition of business& course training, 'Cambridge dictionary ، قاموس اللغة الانجليزية.

٢. الخصوصية والتفرد.
  ٣. المرونة في صياغة المحتوى.
  ٤. زيادة الولاء والانتماء للمؤسسة.
  ٥. اعداد كوادر بشرية قادرة على شغل مناصب عليا في المستقبل.
  ٦. نشاط متغير ومتجدد.
  ٧. نشاط يمارس بهدف التطوير وزيادة الاداء.
  ٨. نظام متكامل يتكون من مجموعة اجزاء وعناصر مترابطة يكون بينها علاقات منفعة.
- وباعتبار الدورات التدريبية عملية ثققل من قلق وتوتر ناجم من نقص الخبرات والمهارات عند الافراد هناك مبادئ في الدورات التدريبية تقع على الجهة التنفيذية:
- ١- الوضوح: اتاحة كل ما يلزم من الوقت لمجموعات العمل والفرق القائمة بالاتصال والوضوح في عدة امور منها / الغرض من الدورة - المجموعة المستهدفة - الاهداف - النتائج - الخطة العلمية المسؤوليات - التجارب والتقييم.
  - ٢- القدرة : تقييم القدرات الواجب توافرها في روزنامة الدورة التدريبية واعدادها وتقييم من سيشاركون فيها والخدمات اللوجستية وبما انها تختلف عن بعضها البعض فأن الامور السابقة اساسية لما فيها من مهارات وخبرات متميزة على اساس كل سياق منها.
  - ٣- الاتساق : يحافظ اتساق النهج علة جودة علمية تصميم الدورة مع وضوح الاهداف والغايات وانتقال الفريق المنفذ لتفاصيل الوسائل ونهج اساليب التدريب.
  - ٤- الالتزام : هو المبدأ الذي يصنع مؤشر قوة الدورة التدريبية وضعفها ويكون الالتزام من جميع اصحاب المصلحة المشتركة في دعم الجهود المعنوية والمالية والادارية واللوجستية<sup>(١)</sup>.

(١) حمزه، محمد. (٢٠١٤). دليل اعداد مواد التدريب، وكالة الطوارئ المدنية، قسم التنسيق والعمليات السويسرية.



## أنواع الدورات التدريبية:

انقسمت الدورات التدريبية في وقتنا الحالي الى نوعين ويكاد النوع الثاني ان يتميز ويطمس هوية النوع الاول الى حد ما، رغم ان لكل نوع اشكال وميزات.

### • الدورات التدريبية التقليدية:

البرامج التي تكون في اماكن محددة من الجهة المنفذة سواء قاعات ذكية مزودة بالوسائل التعليمية او قاعات الاجتماعات ويتم التسجيل والحضور فيها عن طريق الاعلانات من خلال الجهة المسؤولة باستخدام ملصقات او توجيه من المعلم وتقوم مواقع التواصل الاجتماعي بالمشاركة في تفعيلها من خلال الاعلان في صفحاتها الاجتماعية العامة التي تعرف بـ مواقع تواصل اجتماعي عامة : المواقع التي تبادل المعلومات ونشر الاخبار والثقافات وتتيح عملية التواصل المباشر بين المستخدمين والبحث عن اصدقاء جدد ومشاركة الاعمال اليومية وتفتح مجال للخوض في القضايا والاحداث التي تطرا في كل انحاء العالم ونظراً لكثرة المستخدمين لهذه المواقع تعتبر الاكثر تفاعلاً من خلال المشاركة في الفعاليات والاهتمامات والمجالات المفتوحة للترفيه بنسبة عالية مثل الالعاب والعالم الافتراضي ويأخذ هذه النوع اكثر البرامج شهرة في الاستخدام والتداول على راسها:

١. فيس بوك ٢٠٠٣ / الذي بدا مقتصراً في بداية الامر على طلبة جامعة هارفرد لمشاركة بعضهم البعض الامور المتعلقة بالبيئة الجامعية ولكن امتدت عضوية الموقع لتصل الى المجتمع المحيط المجاور ك كل وتزايدت شعبية المواقع اكثر واكثر من خلال توظيف خدمات جديدة يسعى لها أي شخص بعفوية ويضم حوالي مليار مستخدم.
٢. تويتر ٢٠٠٦ / هو ثاني مواقع التواصل الاجتماعي شهرة ويقدم خدمة التدوين المصغر ويسمح بإرسال التغريدات وتداولها التي من شأنها تلقي اعجاب مستخدمين اخرين ويسمح ايضاً بإرسال الصور والمقاطع الفيديو ويتقارب نشاطه مع نشاط الفيس بوك.
٣. بينترست ٢٠١٠ / وهو موقع يتيح لمستخدميه تحديد صفحة او موقع معين وتعليق على لائحة ويستخدم للتخزين والجمع والتبادل والحفظ وهو ما يعكس اهتمامات الاصدقاء وافراد العائلة ، ويضم ٤٨ مليون مستخدم.

وتأتي بعدها بقية مواقع التواصل الاجتماعي التي يتشابه مضمونها الى حد ما وتتطابق عناصرها في بعض النشاطات مثل جوجل بلس، تلمبر، انستقرام، فلكير<sup>(1)</sup>.

يرصد الباحث ان هذا النوع من انواع مواقع التواصل الاجتماعي بأنها فعلاً الاكثر اقبالاً على مستوى المشاركة الاجتماعية ولكن تقل نسبة التغذية الايجابية فيها بالنسبة للنوع الثاني من مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة ، لمشاركتها المحدودة بالإعلانات او المعلومات العابرة حيث تظهر نوافذ كثيرة تبحر فيها بعيداً عن الهدف المحدد او النقطة المراد الوصول اليها.

### • الدورات التدريبية الالكترونية:

بات العصر الحالي يتميز بالتطور في كل المجالات نتيجة تطور وسائل التواصل الاجتماعي السريع التي اتاحت لجميع افراد المجتمع المشاركة في الدورات التدريبية بدون حدود، حيث اخذ مجال الاعلام الالكتروني الجديد المركز الاول في نقل المعلومات والحصول على المعرفة والعلوم ب أسهل الطرق وتعرف الدورات التدريبية الإلكترونية ب امتلاك القدرة على التعلم دون أي موانع سواء مكان او زمان. ويعتبر التعلم المباشر من الشبكة سواء كان من خلال قنوات المدرب الاجتماعية او برامج المحاكاة مثل مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة وهي ما تعرف ب مواقع تواصل اجتماعي بناءة ومنمية للحياة المجتمعية فتهدف الى خلق بيئة فعالة تشاركية ومحفزة من خلال ما تقدمه من محتوى مفيد ومحدد وتقدم خدمات تكون فرق عمل وتعاون مستمر لتبرز الجوانب المهنية التي ترقى المستخدم وتوله الى سوق العمل ويثمر هذا النوع من المواقع بالأبداع المستمر الذي يكتسبه المستخدم من مهارات او لتنمية المواهب في عدة مجالات. ويتقدم في هذا النوع عدة مواقع يأتي في أولها:

**لينكد إن ٢٠٠٣:** وهو موقع موجه للمحترفين وابرزهم لشغرات احتياجات سوق العمل وهو يتميز بالنسبة الكبيرة في محتواه ل يجاد فرص العمل. ويوجه المستخدمين للمشاركة في عدة نشاطات منها ، تحسين السيرة الذاتية ودفعهم للمشاركة في الدورات التدريبية والاطلاع على انجازات الافراد او المنشآت.

ومن ما يقدمه هذا الموقع دورات الاعمال والادارة وخدمة التسجيل في المبادرات الوطنية او الفعاليات الاجتماعية.

(1) ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.

**ادراك:** هو مساق تعليمي حديث وناشئ في مجال التعلم عن بعد ويستخدم موقع التواصل الاجتماعي ك اسلوب تعليمي من اساسيته السماح بمشاركة عدد ضخم من المتعلمين وخلق ميدان نقاش وتخابط تعليمي بين المشاركين من طلاب ومعلمين ومساعدين.

ومن ما يقدم تخصص الابداع في العمل ،مهارات النجاح وتطوير الذات ، التوازن بين العمل والحياة، فن الخطابة واللقاء وغيرها.

**دروب:** عبارة عن موقع تواصل اجتماعي متخصص للتدريب الالكتروني وتطوير المهارات الشخصية والوظيفية عبر الدورات الالكترونية والمسارات التدريبية ويسعى هذا الموقع من تمكين القوى العاملة الوطنية في تطوير قدراتهم وترقية امكانياتهم عن طريقة المحتوى الذي يقدم دورات الكترونية في جميع التخصصات تصل الى ٧ ملايين دورة مكملة من امثلتها دورات اللغات، دورات المهارات، ودورات التصاميم والتوجه الحديث ويقدم دعم المشاريع لهواة الاعمال والتميزين بشخصية القائد ويقدم الموقع شهادات معتمدة ل أصحاب الخبرات والمشاركين في الدورات الالكترونية من باب التحفيز والزيادة في التنمية الاجتماعية ويقدم ايضاً جلسات تفاعلية مباشرة وتوظيف في المبادرات والفعاليات والبرامج لإكساب المشاركين المؤهلات العلمية والعملية الاساسية الملائمة لسوق العمل السعودي<sup>(١)</sup>.

ومن المهارات التي تقدمها هذه المواقع التدريبية، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي مهارات التصوير الفوتوغرافي وتحرير الصور ، وتعلم مبادئ التصوير. تتعدد منصات التعلم عن بعد والتدريب الالكتروني مثل رواق ونتاج وتصميم وموقع دورات جميعها من المواقع التي تتخصص في المجالات التدريبية ذات الطابع التعليمي الاكاديمي الجديد.

---

(١) ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.

## مقارنة بين آلية عمل الدورات التدريبية التقليدية والالكترونية:

وجه المقارنة	التدريب التقليدي	التدريب الالكتروني
المدرّب والمتدرب	المدرّب ناقل للمعرفة وملقّن	المدرّب مشارك واحيانا متعلم
	المدرّب هو الاساس	المتدرب هو الاساس
المتدرب	دور المتلقي	دور تفاعلي ومشارك
المحتوى	ثابت لفترة طويلة	متغير ومتجدد باستمرار
المعرفة	حفظ- تراكم الحقائق- تذكّر	استفسار- ابتكار- تخزين
التركيز	على كمية المادة المقدمة	على نوعية المادة المقدمة
الوصول والانتشار	محدود جغرافيا	واسع الانتشار زمنيا ومكانيا
التكلفة	مرتفعة	متوسطة

### الفصل الثالث

- عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها
- ملخص النتائج
- التوصيات

## نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها:

تم تحليل النتائج من خلال

- ثلاث محاور بعد البيانات الديموغرافية على النحو التالي :
  - كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
  - مدى المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
  - دوافع و اسباب المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- ١٦ سؤال ، توضح الفروق الاحصائية بجدولين لكل سؤال. توضح دلالات الفروق بين نوعية الجنس من افراد العينة و بين نوعية التخصصات العلمية والانسانية لأفراد العينة ونستعرض فيها الفروق ذات الدلالة باستخدام الرمز كا ٢١.
- جدولي ١٧ و ٣٢ ، توضح التكرارات و النسب المئوية لتفضيلات افراد العينة حول مواقع التواصل الاجتماعي و المشاركة بالدورات التدريبية فيها، و توضح تكرارات و النسب المئوية لمقياس دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ونستعرض فيها الدلالة برمزي ت و Z.
- تحت كل جدول شرح و ايضاحات من ما اشارت اليه و تضمنته هذه الجداول.

اولاً: كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

١. متوسط الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(١- أ) فروق الدلالة (ذكور - إناث)

جدول رقم (١)

الفروق بين الذكور والإناث

في متوسط الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح ٣	كا ٢	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠ دالة	٤٨,٣٤	٩,٥	١٩	٥	٥	١٤	١٤	متوسط الساعات
		٣٨,٥	٧٧	١٩	١٩	٥٨	٥٨	أقل من ساعه
		٢١	٤٢	٢٧	٢٧	١٥	١٥	من ساعه الى اقل من ٣ ساعات
		٣١	٦٢	٤٩	٤٩	١٣	١٣	من ثلاث ساعات الى اقل من ٥ ساعات
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	من ٥ ساعات فأكثر
								المجموع

## يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٣٨,٥%) من أفراد العينة يستخدمون من ساعه الى اقل من ٣ ساعات ، بينما يستخدمها (٣١%) منهم من ٥ ساعات فأكثر، في حين يستخدمها نسبة (٢١%) من ثلاث ساعات الى اقل من ٥ ساعات ، بينما (٩,٥%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعه ،

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة توضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية متوسطة بين أفراد العينة (ذكور – إناث) في عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

### (١- ب) فروق نوعية كليات افراد العينة .

#### جدول رقم (٢)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم ومتوسط الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الدلالة د ح ٣	ك <sup>٢</sup>	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات متوسط الساعات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٩٧٣ غيردالة	٠,٢٢٥	٩,٥	١٩	١٠	١٠	٩	٩	أقل من ساعه
		٣٨,٥	٧٧	٣٨	٣٨	٣٩	٣٩	من ساعه الى اقل من ٣ ساعات
		٢١	٤٢	٢٢	٢٢	٢٠	٢٠	من ثلاث ساعات الى اقل من ٥ ساعات
		٣١	٦٢	٣٠	٣٠	٣٢	٣٢	من ٥ ساعات فأكثر
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

## يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٣٨,٥%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعه الى اقل من ٣ ساعات موزعة بنسبة (٣٩%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٣٨%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، في حين يستخدمها (٣١%) منهم من ٥ ساعات فأكثر موزعة بنسبة (٣٢%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٣٠%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية،

يستخدمها نسبة (٢١%) من ثلاث ساعات الى اقل من ٥ ساعات موزعة بنسبة (٢٠%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٢٢%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

## ٢. الجهاز الذي تستخدمه عينة الدراسة لاستعمال الانترنت:

(٢- أ) – فروق الدلالة ( ذكر – أنثى ).

جدول رقم (٣)

الفروق بين الذكور والإناث

في الجهاز المستخدم لاستعمال الانترنت

الدلالة د ح ٣	كا	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الجهاز
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠ دالة	١٩,٩٨٣	٦٨,٥	١٣٧	٧٥	٧٥	٦٢	٦٢	جوال
		١٢	٢٤	٢	٢	٢٢	٢٢	اللاب توب
		٢,٥	٥	٢	٢	٣	٣	الحاسوب المكتبي
		١٧	٣٤	٢١	٢١	١٣	١٣	جميع ما سبق
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٦٨,٥%) من أفراد العينة يستخدمون الجوال اثناء استعمالهم للانترنت ، بينما يستخدم (١٢%) منهم اللاب توب ، في حين يستخدم الحاسوب المكتبي نسبة (٢,٥%) من افراد العينة، بينما يستخدم (١٧%) منهم جميع ما سبق.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة توضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية متوسطة بين أفراد العينة (ذكور – إناث) في الجهاز المستخدم لاستعمال الانترنت.



(٢- ب) الفروق بين كليات افراد العينة.

جدول رقم (٤)

نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم والجهاز المستخدم لاستعمال الانترنت

الدلالة د ح ٣	كا	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات الجهاز
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٧٥٤ غيردالة	١,١٩٥	٦٨,٥	١٣٧	٧٢	٧٢	٦٥	٦٥	جوال
		١٢	٢٤	١١	١١	١٣	١٣	اللاب توب
		٢,٥	٥	٢	٢	٣	٣	الحاسوب المكتبي
		١٧	٣٤	١٥	١٥	١٩	١٩	جميع ما سبق
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٦٨,٥%) من أفراد العينة يستخدمون الجوال اثناء استعمالهم للانترنت موزعة بنسبة (٦٥%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٧٢%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما يستخدم (١٧%) منهم جميع ما سبق موزعة بنسبة (١٩%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١٥%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما يستخدم (١٢%) منهم اللاب توب موزعة بنسبة (١٣%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١١%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في الجهاز المستخدم لاستعمال الانترنت.

٣- اقبال الطلاب (عينة الدراسة) على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(١ - أ) فروق الدلالة (ذكور – إناث).

جدول رقم (٥)

الفروق بين الذكور والإناث

في درجة اقبالهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح ٢	كا	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع درجة الاقبال
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠ دالة	٢٩,٤٩٩	٧٧	١٥٤	٩٣	٩٣	٦١	٦١	كبير
		١٩,٥	٣٩	٥	٥	٣٤	٣٤	متوسط
		٣,٥	٧	٢	٢	٥	٥	ضئيل
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٧٧%) من أفراد العينة يقبلون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة ، بينما يقبل (١٩,٥%) منهم بدرجة متوسطة، في حين يقبل على استخدامها نسبة (٣,٥%) بدرجة.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة تشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية متوسطة بين أفراد العينة (ذكور – إناث) في درجة اقبالهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(٣- ب) الفروق بين كليات افراد العينة.

جدول رقم (٦)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم ودرجة اقبالهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح ٢	٢ ك	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات درجة الاقبال
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٢٣ دالة	٧,٥٧٤	٧٧	١٥٤	٨٥	٨٥	٦٩	٦٩	كبير
		١٩,٥	٣٩	١٢	١٢	٢٧	٢٧	متوسط
		٣,٥	٧	٣	٣	٤	٤	ضئيل
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٧٧%) من أفراد العينة يقبلون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة موزعة بنسبة (٦٩%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٨٥%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما يقبل (١٩,٥%) منهم بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (٢٧%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١٢%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، في حين يقبل على استخدامها نسبة (٣,٥%) بدرجة منخفضة موزعة بنسبة (٤%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٣%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة توضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في درجة اقبالهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

٤- مزايا مواقع التواصل الاجتماعي للطلاب.

وتتضمن الجداول الآتية:

(١ - أ) فروق الدلالة (ذكور - إناث)

جدول رقم (٧)

الفروق بين الذكور والإناث

في مزايا مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح ه	كا	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المزايا
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠ دالة ١	٢١,٤٥٤	٤٢	٨٤	٥٤	٥٤	٣٠	٣٠	سرعة تلقي الاخبار ومعرفة الاحداث
		١٨,٥	٣٧	١٢	١٢	٢٥	٢٥	الاستفادة من خدمة التعبير بالآراء ونشر الافكار
		٨,٥	١٧	٧	٧	١٠	١٠	اتاحة خدمة البحث للزائر لاختيار ما يشاء من موضوعات او خدمات
		١٤	٢٨	٧	٧	٢١	٢١	الحفظ والتخزين للمعلومات التي سوف ارجع لها واستفيد منها
		١٦	٣٢	١٨	١٨	١٤	١٤	التزامنية إمكانية التفاعل مع العلمية الاتصالية في أي وقت مناسب
		١	٢	٢	٢	٠	٠	أخرى تذكر
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

المرتبة الاولى ميزة سرعة تلقي الاخبار بنسبة ٤٢% من أفراد العينة، و المرتبة الثانية  
ميزة الاستفادة من خدمة التعبير بالآراء بنسبة ١٨,٥% وفي المرتبة الثالثة ميزة التزاميه بنسبة  
١٦% والمرتبة الرابعة ميزة الحفظ والتخزين للمعلومات بنسبة ١٤% ونسبة ٨,٥% لميزة  
إتاحة خدمة البحث للزائر ونسبة ١% للمزايا الأخرى.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة تشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية متوسطة بين أفراد  
العينة (ذكور - إناث) في رأيهم حول مزايا مواقع التواصل الاجتماعي.

(٤- ب) الفروق بين كليات افراد العينة.

جدول رقم (٨)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم  
ومزايا مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح	ك <sup>٢</sup>	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات المزايا
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٧٥٨ غيردالة	٢,٦٢١	٤٢	٨٤	٤٧	٤٧	٣٧	٣٧	سرعة تلقي الاخبار ومعرفة الاحداث
		١٨,٥	٣٧	١٦	١٦	٢١	٢١	الاستفادة من خدمة التعبير بالأراء ونشر الافكار
		٨,٥	١٧	٩	٩	٨	٨	اتاحة خدمة البحث للزائر لاختيار ما يشاء من موضوعات او خدمات
		١٤	٢٨	١٢	١٢	١٦	١٦	الحفظ والتخزين للمعلومات التي سوف ارجع لها واستفيد منها
		١٦	٣٢	١٥	١٥	١٧	١٧	التزامنية إمكانية التفاعل مع العلمية الاتصالية في أي وقت مناسب
		١	٢	١	١	١	١	أخرى تذكر
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة ٤٢% من أفراد العينة يرون ميزة سرعة تلقي الاخبار ومعرفة الأحداث موزعة بنسبة ٣٧% من أفراد الكليات العلمية و ٤٧% أفراد كليات إنسانية، ونسبة ١٨,٥% يرون ميزة الاستفادة من خدمة التعبير موزعة بين أفراد الكليات العلمية بنسبة ٢١% والكليات الانسانية ١٦%، بينما يرى ١٦% من أفراد العينة ميزة التزامنية موزعة ١٧% من كليات علمية و ١٥% كليات إنسانية، في حين يرى ١٤% ميزة الحفظ وتخزين المعلومات موزعة ١٦% كليات علمية و ١٢% كليات إنسانية، ونسبة ٨,٥% لميزة إتاحة خدمة البحث موزعة ٨% كليات علمية و نسبة ٩% لأفراد العينة في الكليات إنسانية.

يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في رأيهم حول مزايا مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: مدى المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

٥. مشاركة الطلاب (عينة الدراسة) في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

(١ - أ) فروق الدلالة (ذكور - إناث).

جدول رقم (٩)

الفروق بين الذكور والإناث

في درجة المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح ٢	ك٢	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع درجة المشاركة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠ دالة ٠	١٧,١٦٤	٣٧,٥	٧٥	٢٤	٢٤	٥١	٥١	دائماً
		٤٣	٨٦	٤٩	٤٩	٣٧	٣٧	أحياناً
		١٩,٥	٣٩	٢٧	٢٧	١٢	١٢	نادراً
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

نجد أن أحياناً تأخذ أعلى نسبة ٤٣% من أفراد العينة، وتأخذ درجة دائماً المرتبة الثانية بنسبة ٣٧,٥% من أفراد العينة وتأخذ درجة نادراً أقل نسبة ١٩,٥% من أفراد العينة.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة توضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في درجة المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

(٥- ب) الفروق بين كليات افراد العينة.

جدول رقم (١٠)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم ودرجة المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

الدلالة ح د	٢ ك	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات درجة المشاركة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٦٥٧ غير دالة	٠,٨٤٠	٣٧,٥	٧٥	٣٧	٣٧	٣٨	٣٨	دائما
		٤٣	٨٦	٤١	٤١	٤٥	٤٥	أحيانا
		١٩,٥	٣٩	٢٢	٢٢	١٧	١٧	نادرا
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة ٤٣% من أفراد العينة يشاركون بدرجة متوسطة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي موزعة بين افراد العينة من الكليات العلمية بنسبة ٤٥% ونسبة ٤١% لافراد العينة من الكليات الانسانية، بينما يشارك ٣٧,٥% منهم في الدورات التدريبية بشكل دائم موزعة ٣٨% افراد كليات علمية و٣٧% افراد كليات إنسانية، ويشارك نسبة ١٩,٥% بدرجة منخفضة موزعة افراد كليات علمية ١٧% و افراد كليات إنسانية ٢٢%.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية –

الإنسانية) في درجة المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

٦- درجة نصح الطلاب (عينة الدراسة) في المشاركة بالدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

(١ - أ) فروق الدلالة (ذكور - إناث).

جدول رقم (١١)

الفروق بين الذكور والإناث

في النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح	كا	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع النصح
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٧٤١ غير دالة	٠,١١٠	٧٦	١٥٢	٧٧	٧٧	٧٥	٧٥	نعم
		٢٤	٤٨	٢٣	٢٣	٢٥	٢٥	لا
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٧٦%) من أفراد العينة ينصحون بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي موزعة بنسبة (٧٥%) الذكور ونسبة (٧٧%) الإناث، بينما لا ينصح (٢٤%) منهم بالمشاركة موزعة بنسبة (٢٥%) الذكور ونسبة (٢٣%) لأفراد العينة الإناث .

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في نصحهم بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

(٦- ب) الفروق بين كليات افراد العينة.

جدول رقم (١٢)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم والنصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

الدلالة د ح	كا	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات درجة النصح
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٥٠٨ غير دالة	٠,٤٣٩	٧٦	١٥٢	٧٨	٧٨	٧٤	٧٤	نعم
		٢٤	٤٨	٢٢	٢٢	٢٦	٢٦	لا
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

## يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٧٦%) من أفراد العينة ينصحون بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي موزعة بنسبة (٧٤%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٧٨%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما لا ينصح (٢٤%) منهم بالمشاركة موزعة بنسبة (٢٦%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٢٢%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في نصحتهم بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

٧. أسباب نصح الطلاب (عينة الدراسة) في المشاركة بالدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

### (١ - أ) فروق الدلالة (ذكور - إناث)

جدول رقم (١٣)

الفروق بين الذكور والإناث

في أسباب النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح ع	كأ	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الاسباب
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٣٨ دالة	١٠,١٧٠	٢١,١	٣٢	١٥,٦	١٢	٢٦,٧	٢٠	أثق في المعلومات التي تقدمها
		٢٣,٧	٣٦	٣١,٢	٢٤	١٦	١٢	سهولة الدخول عليها
		٣١,٦	٤٨	٣٦,٤	٢٨	٢٦,٧	٢٠	كثرة المعلومات وتنوع طرق ايصالها من خلال الخبراء والمختصين
		٦,٦	١٠	٥,٢	٤	٨	٦	لأنها عديمة التكلفة
		١٧,١	٢٦	١١,٧	٩	١٧	١٧	سرعة انتشار معلومات الدورة التدريبية بخلاف الاعلانات التقليدية
		١٠٠	١٥٢	١٠٠	٧٧	١٠٠	٧٥	المجموع

## يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة ٣١,٦% من أفراد العينة يرون أن من أهم الأسباب كثرة المعلومات ونوع طرق إيصالها بينما يرى ٢٣,٧% منهم سهولة الدخول عليها، في حين يرى ١٢,١% منهم الثقة في المعلومات التي تقدمها هذه المواقع، في حين يرى ١٧,١% منهم سرعة انتشار معلومات الدورة التدريبية، حيث في الترتيب الأخير نسبة ٦,٦% يرون أن عديمة التكلفة.



ومن ثم نجد أن قوة العلاقة تشر الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في رأيهم حول اسباب النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

#### (٧- ب) الفروق بين كليات افراد العينة.

#### جدول رقم (١٤)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم  
واسباب النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح	ك <sup>٢</sup>	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات الاسباب
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٩٢٨ غيردالة	٠,٨٧٩	٢١,١	٣٢	٢٣,١	١٨	١٨,٩	١٤	أثق في المعلومات التي تقدمها
		٢٣,٧	٣٦	٢٣,١	١٨	٢٤,٣	١٨	سهولة الدخول عليها
		٣١,٦	٤٨	٢٩,٥	٢٣	٣٣,٨	٢٥	كثرة المعلومات وتنوع طرق إيصالها من خلال الخبراء والمختصين
		٦,٦	١٠	٧,٧	٦	٥,٤	٤	لأنها عديمة التكلفة
		١٧,١	٢٦	١٦,٧	١٣	١٧,٦	١٣	سرعة انتشار معلومات الدورة التدريبية بخلاف الاعلانات التقليدية
		١٠٠	١٥٢	١٠٠	٧٨	١٠٠	٧٤	المجموع

#### يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة ٣١,٦% من أفراد العينة يرون كثرة المعلومات وتنوع طرق إيصالها موزعة بين افراد كليات علمية ٣٣% وافراد كليات إنسانية ٢٣,١%, وترى في الترتيب الثاني نسبة ٢٣,٧% سهولة الدخول عليها موزعة بين افراد كليات علمية ١٨,٩% وافراد كليات إنسانية ٢٣,١% وفي المرتبة الثالثة نسبة ٢١,١% ترى الثقة في المعلومات التي تقدمها موزعة بين افراد العينة كليات علمية ١٨,٩% و نسبة ٢٣,١% كليات إنسانية، و الترتيب الاخير نسبة ١٧,١% منهم سرعة انتشار المعلومات موزعة بين افراد كليات علمية ١٧,٦% وافراد كليات إنسانية بنسبة ١٦,٧%.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية - الإنسانية) في رأيهم حول اسباب النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

٨. أسباب عدم نصح الطلاب (عينة الدراسة) في المشاركة بالدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

(١ - أ) فروق الدلالة (ذكور - إناث).

جدول رقم (١٥)

الفروق بين الذكور والإناث

في أسباب عدم النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح ٤	كأ	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الاسباب
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٢٧ دالة	١٠,٩٦٧	١٤,٦	٧	١٣	٣	١٦	٤	لأنها لا تعتبر ضرورية
		٣٣,٣	١٦	٢٦,١	٦	٤٠	١٠	الاعتماد عليها غير كافي في الحصول على المعلومات
		١٨,٨	٩	٢١,٧	٥	١٦	٤	المعلومات المقدمة ليست ذات مصداقية
		١٨,٨	٩	٨,٧	٢	٢٨	٧	لا أحد يحفزني للمشاركة في هذه الدورات
		١٤,٦	٧	٣٠,٤	٧	٠	٠	لا اجد ما يناسبني في انواع الدورات او العناوين في الاعلانات
		١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٣	١٠٠	٢٥	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٣٣,٣%) منهم الاعتماد عليها غير كافي في الحصول على المعلومات، بينما يرى (١٨,٨%) منهم المعلومات المقدمة ليست ذات مصداقية ، بينما يرى (١٨,٨%) منهم لا أحد يحفزني للمشاركة في هذه ، في حين يرى (١٤,٦%) منهم لا اجد ما يناسبني في انواع الدورات او العناوين في الاعلانات و انها لاتعتبر ضرورية.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة تشير الى فروق ذات دلالة إحصائية متوسطة بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في رأيهم حول اسباب عدم النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

(٨- ب) الفروق بين كليات افراد العينة.

جدول رقم (١٦)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم وأسباب عدم النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح ٤	ك <sup>٢</sup>	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات الاسباب
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٨٨١ غيردالة	١,١٨٣	١٤,٦	٧	١٨,٢	٤	١١,٥	٣	لأنها لا تعتبر ضرورية
		٣٣,٣	١٦	٢٧,٣	٦	٣٨,٥	١٠	الاعتماد عليها غير كافي في الحصول على المعلومات
		١٨,٨	٩	٢٢,٧	٥	١٥,٤	٤	المعلومات المقدمة ليست ذات مصداقية
		١٨,٨	٩	١٨,٢	٤	١٩,٢	٥	لا أحد يحفزني للمشاركة في هذه الدورات
		١٤,٦	٧	١٣,٦	٣	١٥,٤	٤	لا اجد ما يناسبني في انواع الدورات او العناوين في الاعلانات
		١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٢	١٠٠	٢٦	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٣٣,٣%) من افراد العينة يرون من اسباب عدم النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أن الاعتماد عليها غير كافي موزعة بنسبة (٣٨,٥%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٢٧,٣%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، في حين يرى (١٨,٨%) منهم المعلومات المقدمة ليست ذات مصداقية موزعة بنسبة (١٥,٤%) لأفراد الكليات العلمية ونسبة (٢٢,٧%) لأفراد الكليات الإنسانية، بينما يرى (١٨,٨%) منهم لا أحد يحفزني موزعة بنسبة (١٩,٢%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١٨,٢%) لأفراد الكليات الإنسانية، في حين يرى (١٤,٦%) منهم لا اجد ما يناسبني في انواع الدورات موزعة بنسبة (١٥,٤%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١٣,٦%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، و يرى (١٤,٦%) من أفراد العينة انها لا تعتبر ضرورية موزعة بنسبة (١١,٥%) لأفراد الكليات العلمية ونسبة (١٨,٢%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في رأيهم حول اسباب عدم النصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

٩. ما يفضله الطلاب (عينه الدراسة) من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية.

(٩- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لما يفضله الطلاب (عينه الدراسة) من المواقع أو منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية.

جدول رقم (١٧)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لما يفضله الطلاب من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن = ٢٠٠		ما يفضله الطلاب من المواقع أو منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية
			%	ك	
١	٠,٤٨٠	٠,٣٥	٣٥,٥	٧١	واتس اب
٢	٠,٤٧٨	٠,٣٥	٣٥	٧٠	تويتر
٣	٠,٣٣٢	٠,١٢	١٢,٥	٢٥	ادراك
٤	٠,٣٢٦	٠,١٢	١٢	٢٤	فيس بوك
٥	٠,٣٠١	٠,١٠	١٠	٢٠	دورات
٦	٠,٢٨٧	٠,٠٩	٩	١٨	دروب
٧	٠,٢٣٨	٠,٠٦	٦	١٢	رواق
٨	٠,٢٠٨	٠,٠٥	٤,٥	٩	لينكد إن
٨	٠,٢٠٨	٠,٠٥	٤,٥	٩	نتحول

يتضح من الجدول السابق:

أن موقع الواتس اب جاء في مقدمة ما يفضله الطلاب من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية بنسبة (٣٥,٥%)، يليها في الترتيب الثاني تويتر بنسبة (٣٥%)، بينما جاء ادراك في الترتيب الثالث بنسبة (١٢,٥%)، في حين جاء الفيس بوك في الترتيب الرابع بنسبة (١٢%)، يليها في الترتيب الخامس دورات بنسبة (١٠%)، بينما جاء دروب في الترتيب السادس بنسبة (٩%)، في حين جاء رواق في الترتيب السابع بنسبة (٦%)، جاء لينكدإن و نتحول في الترتيب الثامن والآخر بنسبة (٤,٥%).

(٩- ب) قيمة Z لما يفضله الطلاب الذكور والإناث (عينة الدراسة).

جدول رقم (١٨)

قيمة Z لما يفضله الطلاب الذكور والإناث (عينة الدراسة) من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية.

مدى الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	١,٣٢٧	٣٥,٥	٧١	٤٠	٤٠	٣١	٣١	واتس اب
غير دالة	٠,٥٩٢	٣٥	٧٠	٣٣	٣٣	٣٧	٣٧	تويتر
غير دالة	١,٩١٩	١٢,٥	٢٥	١٧	١٧	٨	٨	ادراك
دالة**	٣,٩٠٧	١٢	٢٤	٣	٣	٢١	٢١	فيس بوك
غير دالة	١,٨٨١	١٠	٢٠	١٤	١٤	٦	٦	دورات
دالة	٢,٤٦٥	٩	١٨	١٤	١٤	٤	٤	دروب
غير دالة	٠,٥٩٤	٦	١٢	٧	٧	٥	٥	رواق
غير دالة	٠,٣٤٠	٤,٥	٩	٥	٥	٤	٤	لينكدان
غير دالة	٠,٣٤٠	٤,٥	٩	٥	٥	٤	٤	نتحول
		٢٠٠		١٠٠		١٠٠		جملة من سئلوا

أوضحت بيانات الجدول السابق أن ما يفضله الطلاب الذكور والإناث (عينة الدراسة) من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:

أن موقع الواتس اب جاء في مقدمة ما يفضله الطلاب من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية بنسبة (٣٥,٥%) ، يليها في الترتيب الثاني تويتر بنسبة ٣٥% ، بينما جاء ادراك في الترتيب الثالث بنسبة (١٢,٥%) ، في حين جاء الفيس بوك في الترتيب الرابع بنسبة (١٢%) ، يليها في الترتيب الخامس دورات بنسبة (١٠%) ، بينما جاء دروب في الترتيب السادس بنسبة (٩%) ، في حين جاء رواق في الترتيب السابع بنسبة (٦%) ، جاء لينكدان و نتحول في الترتيب الثامن والاخير بنسبة (٤,٥%).

وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) فيما يفضلونه من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية على النحو الآتي:

- تزداد نسبة تفضيل الذكور والإناث لموقع الفيس بوك للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية بنسبة بلغت (١٢%) موزعة بنسبة (٢١%) للذكور في مقابل (٣%) للإناث، ومن ثم فالفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (٣,٩٠٧) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٩%).
- تزداد نسبة تفضيل الذكور والإناث لموقع دروب للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية بنسبة بلغت (٩%) موزعة بنسبة (٤%) للذكور في مقابل (١٤%) للإناث، ومن ثم فالفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (٢,٤٦٥) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٩%).

وأشارت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) فيما يفضلونه من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية على النحو الآتي:

- تتقارب نسبة تفضيل الذكور والإناث لموقع الواتس اب للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية بنسبة بلغت (٣٥,٥%) موزعة بنسبة (٣١%) للذكور في مقابل (٤٠%) للإناث، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (١,٣٢٧) وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٥%).

(٩- ج) قيمة Z لما يفضله الطلاب من المواقع او منصات بين كليات افراد العينة.

جدول رقم (١٩)

قيمة Z لما يفضله الطلاب من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية باختلاف نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم.

مدى الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات المواقع والمنصات
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٤٤٢	٣٥,٥	٧١	٣٤	٣٤	٣٧	٣٧	واتس اب
غير دالة	٠,٠٠٠	٣٥	٧٠	٣٥	٣٥	٣٥	٣٥	تويتر
غير دالة	٠,٢١٣	١٢,٥	٢٥	١٣	١٣	١٢	١٢	ادراك
غير دالة	٠,٨٦٨	١٢	٢٤	١٠	١٠	١٤	١٤	فيس بوك
غير دالة	٠,٤٧٠	١٠	٢٠	١١	١١	٩	٩	دورات
غير دالة	٠,٠٠٠	٩	١٨	٩	٩	٩	٩	دروب
غير دالة	٠,٠٠٠	٦	١٢	٦	٦	٦	٦	رواق
غير دالة	٠,٣٤٠	٤,٥	٩	٤	٤	٥	٥	لينكدان
غير دالة	١,٠٢١	٤,٥	٩	٦	٦	٣	٣	نحول
		٢٠٠		١٠٠		١٠٠		جملة من سنلوا

أوضحت بيانات الجدول السابق أن ما يفضله الطلاب الذكور والإناث (عينة الدراسة) من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية جاءت مرتبة وفقاً لما أحرزته من تكرارات كالآتي:

أن موقع الواتس اب جاء في المقدمة للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية بنسبة (٣٥,٥%) موزعة بنسبة (٣٧%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٣٤%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، يليها في الترتيب الثاني تويتر بنسبة (٣٥%) موزعة بنسبة (٣٥%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٣٥%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما جاء ادراك في الترتيب الثالث بنسبة (١٢,٥%) موزعة بنسبة (١٢%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١٣%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، و جاء الفيس بوك في الترتيب الرابع بنسبة (١٢%) موزعة بنسبة (١٤%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١٠%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، يليها في الترتيب الخامس دورات بنسبة (١٠%) موزعة بنسبة (٩%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١١%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما جاء دروب في الترتيب السادس بنسبة (٩%) موزعة بنسبة (٩%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٩%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، في حين جاء رواق في الترتيب السابع بنسبة (٦%) موزعة بنسبة (٦%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٦%) لأفراد العينة بالكليات

الإنسانية، جاء لينكد إن وتتحول في الترتيب الثامن والآخر بنسبة (٤,٥%) موزعة بنسبة (٥%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٤%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية للينكد إن وموزعة بنسبة (٣%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٦%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية لتتحول.

كما أوضحت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) فيما يفضلونه من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية على النحو الآتي:

- تتقارب نسبة تفضيل العينة بالكليات العلمية والإنسانية لموقع الواتس اب للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية بنسبة بلغت (٣٥,٥%) موزعة بنسبة (٣٧%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٣٤%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (١,٣٢٧) وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٥%).

ثالثاً: دوافع واسباب المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

١٠. رأى الطلاب (عينه الدراسة) في أهم ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية.

(١٠- أ) فروق الدلالة (ذكور - إناث).

جدول رقم (٢٠)

الفروق بين الذكور والإناث

في رأيهم حول أهم ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية

الدلالة د ح ٤	ك <sup>٢</sup>	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠ دالة	٢١,٢٥٥	٢٥	٥٠	٣٦	٣٦	١٤	١٤	الايجابيات
		٢١,٥	٤٣	١١	١١	٣٢	٣٢	أنها بدون قيود مكان وزمان
		١٣	٢٦	١٥	١٥	١١	١١	أن تكلفة البرامج فيها بأسعار رمزية
		٢٧	٥٤	٢٤	٢٤	٣٠	٣٠	إمكانية التسجيل في عدة باقات تدريبية حول التخصص المرغوب
		١٣,٥	٢٧	١٤	١٤	١٣	١٣	المرونة في اكتساب المعلومات والمهارات
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	تنوع اساليب تقديم الدورات وتميز اختيار المدربين
								المجموع



## يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٢٧%) منهم المرونة في اكتساب المعلومات والمهارات ، و يرى (٢٥%) من أفراد العينة ان من أهم ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في الاكساب أنها بدون قيود مكان وزمان، بينما يرى (٢١,٥%) منهم أن تكلفة البرامج فيها بأسعار رمزية، بينما يرى في حين يرى (١٣,٥%) منهم تنوع اساليب تقديم الدورات وتميز اختيار المدربين في حين يرى (١٣%) منهم إمكانية التسجيل في عدة باقات تدريبية حول التخصص المرغوب.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة توضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية متوسطة بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في رأيهم حول أهم ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية.

## (١٠- ب) الفروق بين كليات افراد العينة.

### جدول رقم (٢١)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم

و رأيهم حول أهم ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية

الدلالة د ح ٤	ك <sup>٢</sup>	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات الإيجابيات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٥ دالة	١٤,٨٨٨	٢٥	٥٠	٣٢	٣٢	١٨	١٨	أنها بدون قيود مكان وزمان
		٢١,٥	٤٣	١٤	١٤	٢٩	٢٩	أن تكلفة البرامج فيها بأسعار رمزية
		١٣	٢٦	١٨	١٨	٨	٨	إمكانية التسجيل في عدة باقات تدريبية حول التخصص المرغوب
		٢٧	٥٤	٢٢	٢٢	٣٢	٣٢	المرونة في اكتساب المعلومات والمهارات
		١٣,٥	٢٧	١٤	١٤	١٣	١٣	تنوع اساليب تقديم الدورات وتميز اختيار المدربين
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

## يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٢٧%) يرون ان من أهم ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية المرونة في اكتساب المعلومات والمهارات موزعة بنسبة (٣٢%) لأفراد بالكليات العلمية و نسبة(٢٢%) افراد بالكليات الإنسانية، و المرتبة الثانية نسبة (٢٥%) من الأفراد يرون أنها بدون قيود مكان وزمان موزعة بنسبة (١٨%) لأفراد العينة بالكليات العلمية

ونسبة (٣٢%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما يرى (٢١,٥%) منهم أن تكلفة البرامج فيها بأسعار رمزية موزعة بنسبة (٢٩%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١٤%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، في حين يرى (١٣,٥%) منهم تنوع اساليب تقديم الدورات وتميز اختيار المدربين موزعة بنسبة (١٣%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١٤%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية. وفي المرتبة الاخيرة يرى (١٣%) منهم إمكانية التسجيل في عدة باقات تدريبية حول التخصص المرغوب موزعة بنسبة (٨%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١٨%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة تشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في رأيهم حول أهم ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية.

١١. رأى الطلاب (عينة الدراسة) حول أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية.

(١١- أ) فروق الدلالة (ذكور – إناث).

جدول رقم (٢٢)

الفروق بين الذكور والإناث

في رأيهم حول أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية

الدلالة د ح ٤	ك٢	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع السلبيات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,١٣٤ غيردالة	٧,٠٤٢	٢٢	٤٤	٢٣	٢٣	٢١	٢١	المتدرب لا يتقابل وجها لوجه مع الآخرين
		٢١	٤٢	١٤	١٤	٢٨	٢٨	ارتباط بعضها بإجادة استخدام الحاسوب او الجهاز المستخدم
		٢٨,٥	٥٧	٣٢	٣٢	٢٥	٢٥	بعض البرامج تحتاج في تقديمها لبيئة علمية وليس جهاز الكتروني
		٢١,٥	٤٣	٢٥	٢٥	١٨	١٨	صعوبة تقييم المتدربين
		٧	١٤	٦	٦	٨	٨	تلاشي دور المدرب (الانسان) كمؤثر في التواصل المباشر
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

### يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٢٨,٥%) من افراد العينة يرون بعض البرامج تحتاج في تقديمها لبيئة علمية وليس جهاز الكتروني، و يرى (٢٢%) منهم ان من أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية المتدرب لا يتقابل وجها لوجه ، في حين يرى (٢١,٥%) منهم صعوبة تقييم المتدربين ، بينما يرى (٢١%) منهم ارتباط بعضها بإجادة استخدام الحاسوب او الجهاز المستخدم، اخيرا يرى (٧%) منهم تلاشي دور المدرب ( الانسان ) كمؤثر في التواصل المباشر.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور – إناث) في رأيهم حول أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية.

### (١١- ب) الفروق بين كليات افراد العينة.

#### جدول رقم (٢٣)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم

ورأيهم حول أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية

الدلالة د ح ٤	ك٢	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات السلبيات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٣٤٤ غيردالة	٤,٤٨٨	٢٢	٤٤	٢٦	٢٦	١٨	١٨	المتدرب لا يتقابل وجها لوجه مع الاخرين
		٢١	٤٢	١٦	١٦	٢٦	٢٦	ارتباط بعضها بإجادة استخدام الحاسوب او الجهاز المستخدم
		٢٨,٥	٥٧	٢٧	٢٧	٣٠	٣٠	بعض البرامج تحتاج في تقديمها لبيئة علمية وليس جهاز الكتروني
		٢١,٥	٤٣	٢٣	٢٣	٢٠	٢٠	صعوبة تقييم المتدربين
		٧	١٤	٨	٨	٦	٦	تلاشي دور المدرب (الانسان) كمؤثر في التواصل المباشر
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

### يتضح من الجدول السابق:

جاءت في المرتبة الاولى نسبة (٢٨,٥%) منهم يرون بعض البرامج تحتاج في تقديمها لبيئة علمية وليس جهاز الكتروني بنسبة (٣٠%) افراد الكليات العلمية (٢٧%) افراد الكليات الإنسانية، و جاء في الترتيب الثاني (٢٢%) يرون ان المتدرب لا يتقابل وجها لوجه مع الاخرين بنسبة (١٨%) افراد الكليات العلمية (٢٦%) افراد كليات الإنسانية، بينما يرى (٢١,٥%) منهم صعوبة تقييم المتدربين موزعة بنسبة (٢٠%) لأفراد العينة بالكليات العلمية

ونسبة (٢٣%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، في حين يرى (٢١%) منهم ارتباط بعضها بالإجادة موزعة بنسبة (٢٦%) لأفراد الكليات العلمية ونسبة (١٦%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما يرى (٧%) منهم تلاشي دور المدرب كمؤثر في التواصل موزعة بنسبة (٦%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٨%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في رأيهم حول أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابهم الدورات التدريبية.

١٢. رأى الطلاب (عينة الدراسة) في درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات حول المشاركة في الدورات التدريبية.

وتتضمن الجداول الآتية:

(١٢- أ) فروق الدلالة (ذكور – إناث).

جدول رقم (٢٤)

الفروق بين الذكور والإناث

في رأيهم حول درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات حول المشاركة في الدورات التدريبية

الدلالة د ح ٤	كأ	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع درجة المساهمة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٢١٨ غيردالة	٥,٧٥٥	٣٩	٧٨	٤٦	٤٦	٣٢	٣٢	تسهم بدرجة كبيرة جدا
		٣٢,٥	٦٥	٢٧	٢٧	٣٨	٣٨	تسهم بدرجة كبيرة
		١٧,٥	٣٥	١٨	١٨	١٧	١٧	تسهم الى حد ما
		٧,٥	١٥	٧	٧	٨	٨	تسهم بدرجة منخفضة
		٣,٥	٧	٢	٢	٥	٥	تسهم بدرجة منخفضة جدا
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٣٩%) من أفراد العينة يرون ان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر المعلومات حول المشاركة في الدورات التدريبية بدرجة كبيرة ، و يرى (٣٢,٥%) منهم انها تساهم بدرجة، و الترتيب الثالث (١٧,٥%) منهم انها تساهم بدرجة متوسطة ، بينما يرى (٧,٥%) منهم انها تساهم بدرجة منخفضة، في حين يرى (٣,٥%) منهم انها تساهم بدرجة منخفضة جدا.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور – إناث) في رأيهم حول درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات حول المشاركة في الدورات التدريبية.

## (١٢- ب) الفروق بين كليات أفراد العينة.

### جدول رقم (٢٥)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم ورأيهم حول درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات حول المشاركة في الدورات التدريبية

الدلالة د ح ٤	ك٢	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات درجة المساهمة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٩٦٥ غيردالة	٠,٥٨٢	٣٩	٧٨	٣٧	٣٧	٤١	٤١	تسهم بدرجة كبيرة جدا
		٣٢,٥	٦٥	٣٤	٣٤	٣١	٣١	تسهم بدرجة كبيرة
		١٧,٥	٣٥	١٨	١٨	١٧	١٧	تسهم الى حد ما
		٧,٥	١٥	٧	٧	٨	٨	تسهم بدرجة منخفضة
		٣,٥	٧	٤	٤	٣	٣	تسهم بدرجة منخفضة جدا
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

### يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٣٩%) من أفراد العينة يرون ان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر المعلومات حول الدورات التدريبية بدرجة كبيرة جدا موزعة بنسبة (٤١%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٣٧%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما يرى (٣٢,٥%) منهم انها تساهم بدرجة كبيرة موزعة بنسبة (٣١%) لأفراد الكليات العلمية ونسبة (٣٤%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، في حين يرى (١٧,٥%) منهم انها تساهم بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (١٧%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١٨%) لأفراد الكليات الإنسانية، بينما يرى (٧,٥%) منهم انها تساهم بدرجة منخفضة موزعة بنسبة (٨%) لأفراد الكليات العلمية ونسبة (٧%) لأفراد الكليات الإنسانية، في حين يرى (٣,٥%) منهم انها تساهم بدرجة منخفضة جدا موزعة بنسبة (٣%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٤%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في رأيهم حول درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات حول المشاركة في الدورات التدريبية.

١٣. رأى الطلاب (عينة الدراسة) في درجة الحرص على مشاركة اصدقائهم هذه المواقع.

وتتضمن الجداول الآتية:

(١٣- أ) فروق الدلالة (ذكور – إناث).

جدول رقم (٢٦)

الفروق بين الذكور والإناث

في رأيهم حول درجة الحرص على مشاركة اصدقائهم هذه المواقع

الدلالة د ح ٢	كا	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع درجة الحرص
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٣٩٢ غيردالة	١,٨٧٣	٤٦	٩٢	٤٣	٤٣	٤٩	٤٩	احرص على نشر معلوماتها بدرجة كبيرة
		٤٥,٥	٩١	٤٦	٤٦	٤٥	٤٥	احرص على متابعتها بدرجة متوسطة
		٨,٥	١٧	١١	١١	٦	٦	احرص على متابعتها بدرجة منخفضة
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٤٦%) من أفراد العينة يحرصون على مشاركة مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالدورات التدريبية مع اصدقائهم بدرجة كبيرة ، في حين يرى (٤٥,٥%) منهم انهم يحرصون بدرجة متوسطة ، بينما يرى (٨,٥%) منهم يحرصون بدرجة.

يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور – إناث) في رأيهم حول درجة الحرص على مشاركة اصدقائهم هذه المواقع.

(١٣- ب) الفروق بين كليات أفراد العينة.

جدول رقم (٢٧)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم  
ورأيهم حول درجة الحرص على مشاركة اصدقائهم هذه المواقع

الدلالة د ح ٢	ك٢	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات درجة الحرص
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٩٦٥ غيردالة	٠,٥٨٢	٤٦	٩٢	٤٢	٤٢	٥٠	٥٠	احرص على نشر معلوماتها بدرجة كبيرة
		٤٥,٥	٩١	٤٩	٤٩	٤٢	٤٢	احرص على متابعتها بدرجة متوسطة
		٨,٥	١٧	٩	٩	٨	٨	احرص على متابعتها بدرجة منخفضة
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٤٦%) من أفراد العينة يحرصون على مشاركة مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالدورات التدريبية مع اصدقائهم بدرجة كبيرة موزعة بنسبة (٥٠%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٤٢%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، في حين يرى (٤٥,٥%) منهم يحرصون بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (٤٢%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٤٩%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما يرى (٨,٥%) منهم يحرصون بدرجة منخفضة موزعة بنسبة (٨%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٩%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في رأيهم حول درجة الحرص على مشاركة اصدقائهم هذه المواقع.

١٤. رأى الطلاب (عينة الدراسة) في درجة الرضا عن مواقع التواصل الاجتماعي في تقديمها لمحتوى الدورات التدريبية.  
(١٤- أ) فروق الدلالة (ذكور - إناث).

جدول رقم (٢٨)

الفروق بين الذكور والإناث

في رأيهم حول درجة الرضا عن مواقع التواصل الاجتماعي في تقديمها لمحتوى الدورات التدريبية

الدلالة د ح ٢	ك٢	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع درجة الرضا
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,١١٦ غيردالة	٤,٣١٧	٣٥	٧٠	٢٨	٢٨	٤٢	٤٢	راضي الى حد كبير
		٦١,٥	١٢٣	٦٨	٦٨	٥٥	٥٥	راضي الى حد ما
		٣,٥	٧	٤	٤	٣	٣	غير راضي
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٣٥%) من أفراد العينة راضيين عن مواقع التواصل الاجتماعي في تقديمها لمحتوى الدورات التدريبية بدرجة كبيرة ، في حين يرضى (٦١,٥%) منهم بدرجة متوسطة ، بينما لا يرضى (٣,٥%) منهم عن المواقع.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في رأيهم حول درجة الرضا عن مواقع التواصل الاجتماعي في تقديمها لمحتوى الدورات التدريبية.  
(١٤- ب) الفروق بين كليات أفراد العينة.

جدول رقم (٢٩)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم

ورأيهم حول درجة الرضا عن مواقع التواصل الاجتماعي في تقديمها لمحتوى الدورات التدريبية.

الدلالة د ح ٢	ك٢	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات درجة الرضا
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٤٨٣ غيردالة	١,٤٥٦	٣٥	٧٠	٣١	٣١	٣٩	٣٩	راضي الى حد كبير
		٦١,٥	١٢٣	٦٥	٦٥	٥٨	٥٨	راضي الى حد ما
		٣,٥	٧	٤	٤	٣	٣	غير راضي
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٦١,٥%) من أفراد العينة راضيين عن مواقع التواصل الاجتماعي في تقديمها لمحتوى الدورات التدريبية بدرجة كبيرة موزعة بنسبة (٥٨%) لأفراد العينة بالكليات العلمية



ونسبة (٦٥%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، في حين يرضى الى حد ما (٣٥%) منهم بدرجة متوسطة موزعة بنسبة (٣٩%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٣١%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما لا يرضى (٣,٥%) منهم موزعة بنسبة (٣%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٤%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في رأيهم حول درجة الرضا عن مواقع التواصل الاجتماعي في تقديمها لمحتوى الدورات التدريبية.

١٥. رأى الطلاب (عينة الدراسة) في المقترحات من أجل تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية.

وتتضمن الجداول الآتية:

(١٥- أ) فروق الدلالة (ذكور – إناث).

جدول رقم (٣٠)

الفروق بين الذكور والإناث

في رأيهم حول أهم المقترحات من أجل تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية

الدلالة د ح ٣	ك <sup>٢</sup>	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المقترحات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,١٨٢ غيردالة	٤,٨٥٩	٣٢	٦٤	٢٧	٢٧	٣٧	٣٧	التحفيز عن طريق أعضاء هيئة التدريس وربطها بواجبات المقرر
		٢٩,٥	٥٩	٣٥	٣٥	٢٤	٢٤	الترويج للدورات التدريبية الالكترونية من خلال أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما
		٢٥	٥٠	٢٧	٢٧	٢٣	٢٣	إنشاء موقع تواصل اجتماعي خاص للطلاب والتخصصات الأكاديمية
		١٣,٥	٢٧	١١	١١	١٦	١٦	التحفيز بالجوائز الرمزية أو علمية جمع النقاط (Credit)
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٣٢%) من أفراد العينة يرون ان من أهم المقترحات من أجل تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية التحفيز عن طريق أعضاء هيئة التدريس وربطها بواجبات المقرر ، بينما يرى (٢٩,٥%) منهم الترويج للدورات التدريبية الالكترونية

من خلال أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما ، في حين يرى (٢٥%) منهم إنشاء موقع تواصل اجتماعي خاص للطلاب والتخصصات الاكاديمية ، بينما يرى (١٣,٥%) منهم التحفيز بالجوائز الرمزية او علمية جمع النقاط ( Credit ).

يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية متوسطة بين أفراد العينة (ذكور – إناث) في رأيهم حول أهم المقترحات من أجل تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية

#### (١٥ - ب) الفروق بين كليات افراد العينة.

#### جدول رقم (٣١)

الفروق بين نوعية الكليات التي يتلقى بها عينة الدراسة تعليمهم

ورأيهم حول أهم المقترحات من أجل تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية.

الدالة ح د	كا	الإجمالي		إنسانية		علمية		الكليات المقترحات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٩٢٠ غيردالة	٠,٤٩٣	٣٢	٦٤	٣١	٣١	٣٣	٣٣	التحفيز عن طريق أعضاء هيئة التدريس وربطها بواجبات المقرر
		٢٩,٥	٥٩	٣٠	٣٠	٢٩	٢٩	الترويج للدورات التدريبية الالكترونية من خلال أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما
		٢٥	٥٠	٢٤	٢٤	٢٦	٢٦	إنشاء موقع تواصل اجتماعي خاص للطلاب والتخصصات الاكاديمية
		١٣,٥	٢٧	١٥	١٥	١٢	١٢	التحفيز بالجوائز الرمزية او علمية جمع النقاط ( Credit )
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

#### يتضح من الجدول السابق:

أن نسبة (٣٢%) من أفراد العينة يرون ان من أهم المقترحات من أجل تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية التحفيز عن طريق أعضاء هيئة التدريس وربطها بواجبات المقرر موزعة بنسبة (٣٣%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٣١%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما يرى (٢٩,٥%) منهم الترويج للدورات التدريبية الالكترونية موزعة بنسبة (٢٩%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (٣٠%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، في حين يرى (٢٥%) منهم إنشاء موقع تواصل اجتماعي خاص للطلاب والتخصصات الاكاديمية موزعة بنسبة (٢٦%) افراد الكليات العلمية ونسبة (٢٤%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية، بينما يرى (١٣,٥%)

التحفيز بالجوائز او علمية جمع النقاط ( Credit ) موزعة بنسبة (١٢%) لأفراد العينة بالكليات العلمية ونسبة (١٥%) لأفراد العينة بالكليات الإنسانية.

ومن ثم يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات (العلمية – الإنسانية) في رأيهم حول أهم المقترحات من أجل تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية.

١٦. النتائج المتعلقة بمقياس دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتضمن الجداول الآتية:

(١٦- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لمقياس دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٣٢)

يوضح التكرارات والنسب المئوية

على مقياس دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

الترتيب	المتوسط المرجح	عدد النقاط	معارض	معارض	محايد	مؤيد	مؤيد	العبارة
			بشدة ك	ك	ك	ك حد ما كبير	ك	
١	٤,١٧	٨٣٤	٤	١٠	٢٠	٨٠	٨٦	تطورني هذه المواقع وترفع من ادائي
٢	٤,١٢	٨٢٤	١	١٦	٣٨	٤٨	٩٧	اكتسب مهارات وخبرات عالية
٣	٤,٠٨	٨١٥	٥	٥	٤٤	٦٢	٨٤	يمكنني مشاركة اصدقائي ببعض المعلومات
٤	٤,٠٧	٨١٤	٤	٤	٥١	٥٦	٨٥	تقدم مواقع التواصل الاجتماعي الدورات بطريقة مرنة وسهلة ومحبية
٥	٤,٠١	٨٠١	٤	٩	٤٤	٦٨	٧٥	علمية الدورات المبسطة تغذي عقلي وتثري افكاري
٦	٣,٩٤	٧٨٨	١١	٢٣	٥٨	٤٣	٩٥	تدفعني للرقى والادراك والالمام والتطور
٧	٣,٩٢	٧٨٤	٣	١٧	٥٢	٤٩	٧٩	استطيع ان اعود لأي معلومة من خلال هذه المواقع
٨	٣,٨٦	٧٧٢	١٢	١٩	٣١	٦١	٧٧	يزيد ولائي لمؤسستي اذا تفاعل الجميع مع المهارات الاضافية المقدمة من المؤسسة
٩	٢,٤٥	٤٩٠	٤٧	٦٧	٤٩	٢٣	١٤	ارى في دورات مواقع التواصل الاجتماعي التغيير للمواضيع والتصاميم

## يتضح من الجدول السابق:

تطورني هذه المواقع وترفع من ادائي جاء في مقدمة دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة بمتوسط (٤,١٧)، يليه في الترتيب الثاني اكتسب مهارات وخبرات عالية بمتوسط (٤,١٢)، بينما جاء يمكنني مشاركة اصدقائي في الترتيب الثالث بمتوسط (٤,٠٨)، وفي الترتيب الرابع تقدم مواقع التواصل الدورات بطريقة مرنة وسهلة محببة بمتوسط (٤,٠٧)، وجاء في الترتيب الخامس علمية الدورات المبسطة تغذي عقلي بمتوسط (٤,٠١)، وجاء في الترتيب السادس تدفني للرقى والادراك والتطور بمتوسط (٣,٩٤).

(١٦- ب) فروق الدلالة (ذكور - إناث).

### جدول رقم (٣٣)

الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث

على مقياس دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

الدلالة د-ح ١٩٨	ت	إناث (ن = ١٠٠)		ذكور (ن = ١٠٠)		النوع المتغير
		ع	م	ع	م	
٠,٠٠٠ داله	٧,٩٨٠	٠,٤٨٥	٤,١٧	٠,٦٥٦	٣,٥٢	دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

## يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كدرجة كلية.

مما سبق نلاحظ:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لصالح أفراد العينة الإناث.

١٦- ج) الفروق بين كليات افراد العينة.

جدول رقم (٣٤)

الفروق بين متوسطي درجات الكليات العلمية والانسانية

على مقياس دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

الدلالة د-ح ١٩٨	ت	انسانية (ن = ١٠٠)		علمية (ن = ١٠٠)		المتغير
		ع	م	ع	م	
٠,٧٢٣ غير داله	-٠,٣٥٥	٠,٦٧١	٣,٨٦	٠,٦٥٤	٣,٨٢	دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة بالكليات العلمية وأفراد العينة بالكليات الإنسانية في دوافع المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كدرجة كلية.

## ملخص نتائج الدراسة:

١. هناك اقبال كبير على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بنسبة ٧٧% ومن خلال عدد ساعات الاستخدام بنسبة ٣٨,٥% من ساعه الى اقل من ٣ ساعات و حصل الجوال على أعلى نسبة كجهاز مستخدم للإنترنت بنسبة ٦٨,٥%.
٢. اشارت النتائج الى ان ٤٢% من افراد العينة يرون ان من مزايا مواقع التواصل الاجتماعي سرعة تلقي الاخبار و معرفة الاحداث.
٣. اوضحت النتائج فروق ذات دلالة متوسطة في درجة المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٤٣%.
٤. جاءت كثرة المعلومات و تنوع طرق ايصالها من خلال الخبراء و المختصين بنسبة ٣١,٦% كأعلى سبب للمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، و يأتي السبب الثاني سهولة الدخول عليها بنسبة ٢٣,٧%.
٥. رصدت اسباب عدم المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي نسبة ٣٣,٣% في الاعتماد عليها غير كافي في الحصول على المعلومة، و نسبة ١٨,٨% يرون ان لا أحد يحفزهم للمشاركة في هذه الدورات.
٦. جاء موقع الواتس اب في مقدمة ما يفضله الطلاب من المواقع او منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية بنسبة (٣٥,٥%)، و يرى اخرون من الطلاب في المرتبة الثانية موقع تويتر بنسبة ٣٥%.
٧. أوضحت النتائج أن نسبة ٢٧% من أفراد العينة يرون ان من أهم ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي المرونة في اكتساب المعلومات و المهارات، و وضحت من السلبيات نسبة ٢٨,٥% من افراد العينة يرون ان بعض البرامج التدريبية تحتاج في تقديمها لبيئة علمية و ليس جهاز الكتروني فقط.
٨. اشارت النتائج الى ان مواقع التواصل الاجتماعي تسهم بدرجة كبيرة جدا حول نشر المعلومات و المشاركة في الدورات التدريبية بنسبة ٣٩%. و تسهم بدرجة كبيرة بنسبة ٣٢,٥%، و تسهم الى حد ما بنسبة ١٧,٥%.
٩. توضح النتائج نسبة (٤٦%) من أفراد العينة يحرصون على مشاركة مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالدورات التدريبية مع اصدقائهم بدرجة كبيرة ، و نسبة (٤٥,٥%) منهم يحرصون بدرجة متوسطة.

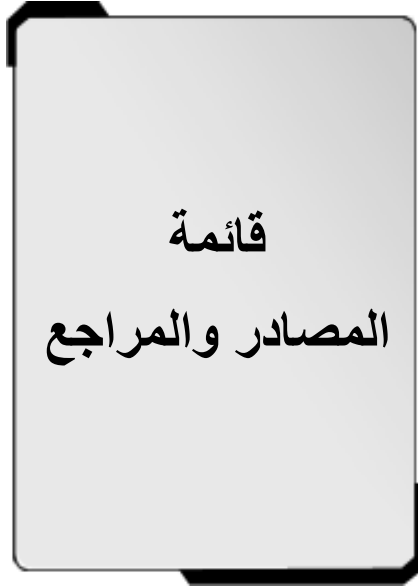
١٠. اشارات النتائج الى ان نسبة (٦١,٥%) من أفراد العينة راضيين عن مواقع التواصل الاجتماعي في تقديمها لمحتوى الدورات التدريبية بدرجة كبيرة.
١١. رصدت النتائج نسبة (٣٢%) من أفراد العينة يرون ان من أهم المقترحات من أجل تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية التحفيز عن طريق أعضاء هيئة التدريس وربطها بواجبات المقرر، و يرى (٢٩,٥%) منهم الترويج للدورات التدريبية الالكترونية من خلال أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما.

## التوصيات:

استهدف الباحث في الدراسة الحالية معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة في الدورات التدريبية لدى طلاب جامعة ام القرى وانتهت الدراسة الى وجود عدة من التوصيات منها.

١. الحرص على توفير برامج تدريبية للطلاب حسب التخصصات الموجودة في جامعة ام القرى خصوصا التخصصات الاكثر مهنية تزيد من مهارة الطلاب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي .
٢. إنشاء موقع تواصل اجتماعي تعود ملكيتها لوكالة الانشطة التدريبية بجامعة ام القرى بمحتوى متخصص للمشاركة في الدورات التدريبية وتبادل المحتويات الاعلانية التدريبية والمبادرات الوطنية التي تساهم في التنمية المستدامة.
٣. توفير خانة جديدة في صفحة موقع جامعة ام القرى الالكترونية عبارة عن أيقونة بمسمى وسائل الاعلام او وسائل التواصل مكونة من مركز معلومات يعمل بالعلاقات الاعلامية.
٤. التعاون مع وسائل الإعلام وتحديدا مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر استخداما لغرض إبلاغ الجمهور عن رسالة المنظمة وسياساتها وممارساتها بطريقة إيجابية ومتسقة وذات مصداقية.
٥. توظيف المشاركة الاعلانية عبر البرامج التوعوية الخاصة بالتدريب في برامج الفيس بوك والواتس آب حسب اكثر الاستخدام وهي عبارة عن فيديوهات او روابط انفوجرافيك او الاشارات الاعلانية للفت انتباه فضول المستخدم.
٦. ترقية مستويات المقبلين على موقع التواصل الاجتماعي التدريبي إما عن طريق تأهيلهم للمؤسسات الاعلامية او المؤسسات ذات الصلة من خلال العلاقات العامة.
٧. تطوير إجراءات العلاقات العامة الاستراتيجية في منصات ومواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالدورات التدريبية.
٨. تسويق الحملات الاعلانية الإبداعية التي تغطي الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات والتقنيات الجديدة والناشئة.





قائمة

المصادر والمراجع

## المراجع العربية:

- ١.
٢. أبو زيد، عبد الباقي عبدالمنعم، أبو الفتوح، عمار . (٢٠٠٦) . استراتيجيات التطوير في المؤسسات العربية. المنظمة العربية للتنمية الإدارية. القاهرة، مصر.
٣. أبو شهاب، سناء. (٢٠١٧). مدخل الى التربية والتعليم واثارهما المترتبة على إنماء المجتمع، دار المعتز للنشر، عمان.
٤. أحمد، محمد مصطفى. (٢٠١٦). التطور التكنولوجي، فن صناعة الاعلام الحديث، مكتبة الوفاء القانونية ، القاهرة.
٥. بارني، دارن. (٢٠١٥). المسؤولية الاجتماعية في السياسة الاعلامية، المجتمع الشبكي، المركز العربي للأبحاث والدراسات، بيروت. ( أجنبي مترجم)
٦. بشار نجاح عايد، (٢٠١٧). المسؤولية الاجتماعية وأثرها على السلطة الفلسطينية، دراسة ماجستير، جامعة غزة.
٧. الحمودي، مصطفى. (٢٠١٥) "مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي". موقع موضوع، مقالة.
٨. الدوي، إبراهيم أحمد. (٢٠١٥). شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الاحمر والصليب الاحمر.
٩. راشد، عبدالرحمن عفاف. (٢٠١٥). تقديم الدورات التدريبية للأخصائيين الاجتماعيين، مجلة الدراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية ، مصر.
١٠. السميح، فهد. (٢٠١٧). رسالة ماجستير غير منشورة، جامعه الامام سعود.
١١. صادق، عباس مصطفى. (٢٠٠٨). الاعلام الجديد والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر، عمان.
١٢. عبدالحكيم، عامر. (٢٠١٣). مواقع التواصل ودورها في رفع مستوى الكفاية المهنية للمعلم، دار الزاوية للكتاب، ليبيا.
١٣. العربي، أحمد عباده. (٢٠١٧). المسؤولية الاجتماعية واحتياجات العمل، مقالة، المركز الدولي للأبحاث والدراسات.
١٤. عفيفي، علاء الدين. (٢٠١٥). الاعلام والاتصال في ظل المتغيرات العالمية، الاعلام وشبكات التواصل، دار التعليم الجامعي، القاهرة.
١٥. فيصل، عبد الأمير. (٢٠١٤). انعكاسات المجتمع الافتراضي وعلاقته بالقيم الاجتماعية. دراسات في الاعلام الالكتروني، دار الكتاب الجامعي، العين.

١٦. المجتمع الشبكي، الاعلام الاجتماعي.
١٧. محمد حمزه، دليل اعداد مواد التدريب، وكالة الطوارئ المدنية، قسم التنسيق والعمليات السويسرية، ٢٠١٤.
١٨. محمد، ابو الوفا. (٢٠١٥). وسائل الاعلام الغير منضبطة عوامل اجرامية خارجية، دور وسائل الاعلام والسلوك الاجرامي، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة ٢٠١٥.
١٩. نابتي، سامي. (٢٠٠٨ - ٢٠٠٩). دور برامج تدريب الموارد البشرية في تحسين نوعية الخدمة بالمؤسسة. جامعة منتوري - قسنطينة. الجزائر.

#### المراجع الأجنبية:

1. Investopedia, social responsibility, NEW YORK, 1999.
2. WORKPLACE.COM موقع يقدم عن الاتصالات والمشاريع والعلاقات في المكان العمل ، ٢٠١٧.
3. MARGARET ROUSE, techtarget.com , 2013.
4. Chirs thilk, Merriam website 2018.

#### المؤتمرات:

١. مداخلة الدكتورة سامية عواج. (٢٠١٦). ( كلية الاعلام والاتصال، طرابلس، المؤتمر الدولي الحادي عشر لمركز البحث العلمي حول التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية.

#### المواقع الالكترونية:

١. معهد الادارة العامة. (٢٠١٦). البرامج التدريبية، الرياض.
٢. المعهد البريطاني، الدورات التدريبية أبو ظبي، ٢٠١٠.
٣. دراسات في الاعلام الالكتروني ومتطلبات التسويق الالكتروني من الناحية الفنية- إنشاء موقع.
٤. دراسات في الاعلام الالكتروني، مزايا النشر الرقمي.
٥. المعطش، إبراهيم. (٢٠١٦). المسؤولية الاجتماعية ثقافة مجتمع، صحيفة سبق الالكترونية، الرياض، ٢٠١٦.
٦. ويكيبيديا، الموسوعة الحرة ( بداية ظهور الانترنت).
٧. ويكيبيديا، الموسوعة الحرة
٨. Collins website. (٢٠١٢). قاموس وناشر للمحتوى التعليمي.

ملاحق الدراسة



وزارة التعليم  
جامعة ام القرى  
كلية العلوم الاجتماعية  
اعلام - دراسات عليا

## استبيان لدور مواقع التواصل الاجتماعي و تفعيلها للمشاركة في الدورات التدريبية بجامعة ام القرى

إعداد الباحث / احمد صالح الزهراني

استبانة تحكيم مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير  
في الإعلام

إشراف

الدكتور

سمير عبدالرحمن عبدالله توكل

أستاذ مساعد بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة ام القرى

١٤٤٠هـ - ٢٠١٨م

## تعليمات للمبحوث:

- يتكون الاستبيان من اربعة ابعاد مختلفة.
- عليك اختيار الإجابة المناسبة لكل مفردة.
- اختيار الإجابة المناسبة من وجهة نظرك هي التي تُعبر عن رأيك بصدق.
- تحري الدقة في الإجابة على جميع المفردات.
- إذا تركت مفردة نرجو الرجوع إليها مرة أخرى.
- نرجو وضع علامة (✓) أمام الإجابة التي تعبر عن رأيك.

## ملاحظة:

- يطمئنك الباحث بأن الاجابات التي تختارها تحاط بالسرية التامة ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

الباحث : أحمد صالح هلال

استبيان مواقع التواصل الاجتماعي و الدورات التدريبية الالكترونية

البيانات الديموغرافية

الجنس	<input type="checkbox"/> أنثى	<input type="checkbox"/> ذكر		
التخصص الدراسي	<input type="checkbox"/> علمي	<input type="checkbox"/> أدبي		
العمر	<input type="checkbox"/> من ١٨ الى ٢٠	<input type="checkbox"/> من ٢٤ الى ٢٦	<input type="checkbox"/> من ٢١ الى ٢٣	
المستوى الدراسي	<input type="checkbox"/> الاول	<input type="checkbox"/> الثاني	<input type="checkbox"/> الثالث	<input type="checkbox"/> الرابع

كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

1	ما متوسط الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟ <input type="checkbox"/> أقل من ساعة. - <input type="checkbox"/> من ساعة الى أقل من ٣ ساعات. <input type="checkbox"/> من ثلاث ساعات الى أقل من ٥ ساعات. <input type="checkbox"/> من ٥ ساعات فأكثر.
2	عادة ما هو الجهاز الذي تستخدمه لاستعمال الانترنت ؟ <input type="checkbox"/> جوال - <input type="checkbox"/> اللاب توب - <input type="checkbox"/> الحاسوب المكتبي <input type="checkbox"/> جميع ما سبق
3	ما مدى اقبال الطلاب على مواقع التواصل الاجتماعي ؟ <input type="checkbox"/> كبير - <input type="checkbox"/> متوسط - <input type="checkbox"/> ضئيل -

4 ما مزايا مواقع التواصل الاجتماعي للشباب السعودي ؟

- سرعة تلقي الاخبار و معرفة الاحداث.
- الاستفادة من خدمة التعبير بالاراء و نشر الافكار.
- اتاحة خدمة البحث للزائر لاختيار ما يشاء من موضوعات او خدمات.
- الحفظ و التخزين للمعلومات التي سوف ارجع لها و استفيد منها.
- التزامية إمكانية التفاعل مع العلمية الاتصالية في أي وقت مناسب.
- أخرى تذكر .....

مدى المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

1 هل تشارك في الدورات التدريبية الالكترونية التي يتم نشرها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ؟

-  دائما

-  احيانا

-  نادرا

2 هل تنصح بالمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ؟

-  نعم

-  لا

3 اذا كانت الاجابة بـ نعم في سؤال 2 فما هي الاسباب

-  أثق في المعلومات التي تقدمها.

-  سهولة الدخول عليها.

-  كثرة المعلومات و تنوع طرق ايصالها من خلال الخبراء و

المختصين.

-  لأنها عديمة التكلفة.

-  سرعة انتشار معلومات الدورة التدريبية بخلاف الاعلانات

التقليدية.

-  أخرى تذكر .....



<p>4 اذا كانت الاجابة ب لا في سؤال 2 فما هي الاسباب ؟</p> <p>- <input type="checkbox"/> لانها لا تعتبر ضرورية.</p> <p>- <input type="checkbox"/> الاعتماد عليها غير كافي في الحصول على المعلومات.</p> <p>- <input type="checkbox"/> المعلومات المقدمة ليست ذات مصداقية.</p> <p>- <input type="checkbox"/> لا أحد يحفزني للمشاركة في هذه الدورات.</p> <p>- <input type="checkbox"/> لا اجد ما يناسبني في انواع الدورات او العناوين في الاعلانات.</p> <p>- <input type="checkbox"/> اخرى تذكر .....</p>	4
<p>5 في أي المواقع او منصات التواصل الاجتماعي تفضل المشاركة في الدورات التدريبية الالكترونية ؟ اجابة او اكثر</p> <p>- <input type="checkbox"/> فيس بوك</p> <p>- <input type="checkbox"/> تويتر</p> <p>- <input type="checkbox"/> لينكدان</p> <p>- <input type="checkbox"/> دروب</p> <p>- <input type="checkbox"/> إدراك</p> <p>- <input type="checkbox"/> دورات</p> <p>- <input type="checkbox"/> واتس اب</p> <p>- <input type="checkbox"/> رواق</p> <p>- <input type="checkbox"/> نتحول</p>	5

### دوافع و اسباب المشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

<p>1 ما أهم ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابها الدورات التدريبية للطلاب ؟</p> <p>- <input type="checkbox"/> أنها بدون قيود مكان و زمان.</p> <p>- <input type="checkbox"/> أن تكلفة البرامج فيها بأسعار رمزية.</p> <p>- <input type="checkbox"/> إمكانية التسجيل في عدة باقات تدريبية حول التخصص المرغوب.</p> <p>- <input type="checkbox"/> المرونة في اكتساب المعلومات و المهارات.</p> <p>- <input type="checkbox"/> تنوع اساليب تقديم الدورات و تميز اختيار المدربين.</p>	1
---	---

2 ما أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في اكسابها الدورات التدريبية للطلاب ؟  
-  المتدرب لا يتقابل وجها لوجه مع الاخرين.

-  ارتباط بعضها بإجادة استخدام الحاسوب او الجهاز المستخدم.

-  بعض البرامج تحتاج في تقديمها لبيئة علمية و ليس جهاز الكتروني.

-  صعوبة تقييم المتدربين.

-  تلاشي دور المدرب ( الانسان ) كمؤثر في التواصل المباشر.

3 ما درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات حول

المشاركة في الدورات التدريبية ؟

-  تسهم بدرجة كبيرة جدا.

-  تسهم بدرجة كبيرة.

-  تسهم الى حد ما.

-  منخفضة.

-  منخفضة جدا.

4 ما درجة حرصك على مشاركة اصدقائك هذه المواقع ؟

-  احرص على نشر معلوماتها بدرجة كبيرة.

-  احرص على متابعتها بدرجة متوسطة.

-  احرص على متابعتها بدرجة منخفضة.

5 مدى رضاك عن مواقع التواصل الاجتماعي في تقديمها لمحتوى الدورات

التدريبية ؟

-  راضي الى حد كبير-  راضي الى حد ما -  غير راضي

من وجهة نظرك : ما مقترحاتك من أجل تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الدورات التدريبية ؟

- التحفيز عن طريق أعضاء هيئة التدريس و ربطها بواجبات المقرر.
- الترويج للدورات التدريبية الالكترونية من خلال أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما
- إنشاء موقع تواصل اجتماعي خاص للطلاب و التخصصات الاكاديمية
- التحفيز بالجوائز الرمزية او علمية جمع النقاط ( Credit )
- اخرى اذكرها .....

👉 الرجاء وضع علامة ✓ أمام العبارة الي تحدد دوافعك للمشاركة في الدورات التدريبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

الرقم	العبارات	مؤيد الى حد كبير	مؤيد الى حد ما	محايد	معارض	معارض بشدة
١	يزيد ولائي لمؤسستي اذا تفاعل الجميع مع المهارات الاضافية المقدمة من المؤسسة					
٢	تطورني هذه المواقع وترفع من ادائي					
٣	اكتسب مهارات وخبرات عالية					
٤	علمية الدورات المبسطة تغذي عقلي وتثري افكاري					
٥	ارى في دورات مواقع التواصل الاجتماعي التغيير للمواضيع و التصاميم					
٦	تقدم مواقع التواصل الاجتماعي الدورات بطريقة مرنة و سهلة و محببة					
٧	استطيع ان اعود لأي معلومة من خلال هذه المواقع					
٨	يمكنني مشاركة اصدقائي ببعض المعلومات					
٩	تدفعني للرقى والادراك والالمام والتطور					

## ملحق (٢)

### أسماء المحكمون لأداة الدراسة

م	اسم المحكم	الدرجة العلمية	الكلية	الجهة
١	وديع محمد سعيد العززي	أستاذ	العلوم الاجتماعية	جامعة أم القرى
٢	محمد علي محمد غريب	أستاذ	العلوم الاجتماعية	جامعة أم القرى
٣	أحمد منصور هيبه	أستاذ مساعد	العلوم الاجتماعية	جامعة أم القرى
٤	وجدي حلمي عبد الظاهر	أستاذ	العلوم الاجتماعية	جامعة أم القرى

## ملحق (٣)

ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

## Study Summary

### **Study Title: the role of social networking sites to activate participation in training Courses.**

Study on the role of social networking sites and activating participation in training courses. The study aimed to identify the role of social networking sites in activating participation in the training courses and to identify the reasons and motives of the use of individuals and communities for social networking sites interested in training courses and knowledge of methods and ease of content provided by social networking sites and to clarify the skills and features gained from the courses. The researcher used the survey method on a random sample of 200 students from Umm Al-Qura University, male and female. The study concluded some results, including:

1. There is a great demand for using social networking sites by 77% and through the number of hours of use by 38.5% from one hour to less than 3 hours and the mobile has the highest percentage as a user of the Internet by 68.5%. The study found that 42% of the respondents believe that the advantages of social networking sites are the speed of receiving news and knowledge of events.
2. The results showed that 27% of the respondents believe that one of the most important positives of social networking sites is the flexibility in acquiring information and skills. 28.5% of respondents believe that some training programs need to be provided to a practical environment and not an electronic device only. The study points out that social networking sites contribute a great deal to information dissemination and participation in training courses by 39%. And contribute significantly to 32.5%, contributing to some extent by 17.5%.
3. The results show that 32% of the respondents believe that one of the most important proposals for activating the role of social networking sites in providing training courses is through teaching staff members and linking them to the duties of the rapporteur, 29.5% of them believe that electronic training courses should be promoted through the most popular social networking sites.