مجلـــة العلـــوم التربـــوية والدراســـات الإنســـانيـــة
Humanities and Educational Sciences Journal
ISSN: 2709-0302 (online)
ISSN: 2617-5908 (print)

ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي في منصات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانيةٌ على طلبة الإعلام بجامعة إقليم سبأ(*)

د/ ناصر عرّام
أستاذ الصحافة والنشر بقسم الإعلام والفنون
كلية الآداب والعلوم الإنسانية
جامعة إقليم سبأ، مأرب - اليمن
Naserarram17@gmail.com

*) تاريخ تسليم البحث 3/7/2025 تاريخ قبوله للنشر 25/9/2025
*) موقع المجلة: http://hesj.org/ojs/index.php/hesj/index

ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي في منصات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانيةٌ على طلبة الإعلام بجامعة إقليم سبأ

د/ ناصر عرّام
أستاذ الصحافة والنشر بقسم الإعلام والفنون
كلية الآداب والعلوم الإنسانية
جامعة إقليم سبأ، مأرب - اليمن

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي في منصات التواصل الاجتماعي، والكشف عن أبرز المعوقات التي تحد من هذه الممارسة، وتقديم مقترحات وحلول لتفعيلها، ولتحقيق هذه الأهداف، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بمدخله المسحي، وتم تطبيق استبانة على عينة عشوائية، مكونة من (52) طالبًا وطالبة، من قسم الإعلام، بجامعة إقليم سبأ، بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع (5) من الطلبة (العينة المبحوثة)، الذين اتجهت ميولهم نحو التحرير الصحفي، وإعداد المواد الإعلامية، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها أن نسبة ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي في منصات التواصل الاجتماعي لا تزال دون المستوى المأمول، حيث بلغت(46%)، وأن معظم المحتوى المنشور هو محتوى مُعاد نشره من وسائل إعلامية أخرى، كما كشفت الدراسة أن المجال الفني هو أكثر المجالات التي اتجه اليها طلبة الإعلام أكثر من مجال التحرير الصحفي وإعداد المواد الإعلامية، وأن أبرز المعوقات تتمثل في "التحديات المرتبطة بضيق الوقت والموازنة بين متطلبات الدراسة والحياة"، تليها "التحديات التقنية، وقلة التدريب والتأهيل، وفي ضوء هذه النتائج، قدمت الدراسة عددًا من التوصيات، أهمها ضرورة دمج مهارات الصحافة الرقمية في المناهج الدراسية، وتوفير برامج تدريبية متخصصة للطلبة حول الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية.

الكلمات المفتاحية: ممارسة العمل الصحفي، طلبة الإعلام، منصات التواصل الاجتماعي، تحرير وإعداد المواد الإعلامية.

Journalistic Practice of Media Students on Social Media Platforms: A Field Study on Media Students at University of Saba Region

Dr. Nasser Ali Nasser Aram
Assistant Professor of Journalism and Media
Department of Media and Arts, Faculty of Arts and Humanities
University of Sabaa Region, Marib - Yemen

Abstract

This study aimed to identify the factors related to the insufficient engagement of mass media students in journalistic practices on social media platforms, It also aimed to provide suitable methods to solve this situation, The research utilised many methodological techniques, including an analytical descriptive method for data analysis and interpretation, a documentary descriptive method for information collection from pertinent sources, and an inductive approach, The researcher developed and disseminated a questionnaire to a random sample of 52 participants for data collection and analysisk To strengthen the findings, interviews were performed with five participants exhibiting a pronounced attraction for journalistic editing and media content production, The study disclosed several significant findings, particularly that the percentage of media students practising journalistic work on social media platforms was below the expected level, as it reached (46%), and that most of the published content was republished content from other media outlets, The study also revealed that media students exhibited an increased interest in the artistic field over journalistic editing and media content production, The proportion of media students engaging in journalism on social media platforms was low at (46%), with most published information being reused from other media organisations and journalists, The study identified the main factors contributing to this disengagement as academic and life concerns, time limitations, and technical issues, One of the suggested solutions was the provision of training resources to improve journalistic competencies on social media platforms, The study finished with supplementary results and recommendations to tackle the identified difficulties.

Keywords: Journalistic Practice, Media Students, Social Media Platforms, Media Content Editing and Producting.

مقدمة الدراسة:

منصـــات التواصـــل الاجتماعي من أهم الوســـائل في الإعلام الجديد، والتي هي في متناول الجميع، وسهلت عملية النشر لجميع الناس على مختلف فئاتهم؛ فلم يعد الأمر كما كان سابقًا أن النشر مسموح للنخبة فحسب بل أصبح متاحًا للجميع بفضل منصات التواصل الاجتماعي، هذا التفاعل فرضه التطور التكنولوجي على جميع فئات المجتمع فضلًا عن طلبة الإعلام المتخصصين فيه، حيث أصبحت أداة لا غنى عنها في حياة الناس، وهي فرصـــةٌ كبيرةٌ للاســـتفادة منها واســـتخدامها فيما يفيد المجتمع على المســـتوى الشخصي أو الصالح العام.

وقد شـــهدت منصـــات التواصـــل الاجتماعي تغيرات كبيرة في وظائفها وميزاتها على مر الزمن، بدأت هذه المنصات كأدوات بسيطة للتواصل والتفاعل، ولكنها تطورت لتشمل مجموعة متنوعة من الميزات، ومن بين هذه الميزات إمكانية مشـــاركة المحتوى المتعدد الوســـائط، مثل الصـــور ومقاطع الفيديو، وإمكانية البث المباشر، وأصبح من السهل على طلبة الإعلام ممارسة العمل الصحفي في هذه المنصات الافتراضية، فلم يعد الامر صعبًا كما كان في السابق؛ إذ إنه في السابق – في عهد الإعلام الكلاسيكي – كان لا بد من ذهاب الطالب إلى صـــحيفة من الصـــحف أو وســـيلة إذاعية أو تلفزيونية؛ لكي يتلقى التطبيق العملي، ويمارس العمل الصـــحفي، وقد يجد الموافقة من إدارة الوســـيلة الإعلامية، وقد لا يجدها، أما اليوم وبفضـــل منصات التواصل الاجتماعي؛ فبإمكان كل طالب من طلبة الإعلام أن يمارس العمل الصحفي من مكانه الذي هو فيه، دون أي صعوبة.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من الأهمية المتزايدة لمنصات التواصل الاجتماعي، كأدوات للممارسة الصحفية، يُلاحظ وجود ضعف في استغلال طلبة الإعلام لهذه المنصات بشكل فعال ومنهجي؛ لتطوير مهاراتهم الصحفية، وبناء خبراتهم العملية أثناء فترة دراستهم، وتنبع هذه المشكلة من فجوة محتملة بين المعارف النظرية التي يتلقاها الطلبة في قاعات الدراسة، ومتطلبات الممارسة العملية في بيئة الإعلام الرقمي دائمة التغير؛ لذا، تسعى هذه الدراسة إلى تشخيص واقع هذه الممارسة، والكشف عن أسباب ضعفها، وسبل تطويرها.

وبناءً على ما سبق، يمكن بلورة المشكلة البحثية في التساؤل الرئيس التالي:

– ما واقع ممارســة طلبة الإعلام في جامعة إقليم ســبأ للعمل الصــحفي في منصــات التواصــل الاجتماعي، وما أبرز المعوقات التي تواجههم، وسبل التغلب عليها؟

ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس، التساؤلات الفرعية التالية:

1–ما درجة ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي في منصات التواصل الاجتماعي؟

2-ما هي أبرز المعوقات (الأكاديمية، المهنية، التقنية، الذاتية) التي تحدّ من ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي، عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

3-هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة ممارسة العمل الصحفي، تُعزى لمتغيرات (الجنس، المستوى الدراسي)؟

4-ما هي المقترحات والحلول اللازمة لتفعيل دور طلبة الإعلام لممارسة العمل الصحفي في منصات التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

1-تشخيص واقع ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي في منصات التواصل الاجتماعي.

2-تحديد أبرز المعوقات التي تحول دون استثمار طلبة الإعلام لهذه المنصات بشكلٍ فعال.

3-الكشف عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الممارسة، تعزى لبعض المتغيرات الديموغرافية.

4-تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات لصنَّاع القرار الأكاديمي- وللطلبة أنفسهم- بهدف تعزيز الممارسة الصحفية الرقمية.

أهمية الدراسة:

الممارسة التطبيقية للعمل الصحفي من الأمور المهمة في نجاح طلبة الإعلام في تخصصهم، ودراسة هذه المشكلة، وكشف الأساليب الحديثة منها أمام طلبة الإعلام من الأمور المهمة، وخاصةً مع تطور الإعلام ووسائله؛ التي تختصر عليهم الكثير من الوقت والجهد، وتيسر لهم الوصول إلى نجاحهم في تخصصهم بأقرب الطرق وأيسر الوسائل، وأقل التكاليف والجهد، خصوصًا وأن فئة الطلبة يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي بنسبةٍ كبيرة، كما أثبتته دراسة خليفة (2019، ص6)، أنّ استخدام المبحوثين الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي مرتفعٌ جدًا، حيث بلغت درجة المتابعة الدائمة (76.7%) من إجمالي (300) طالبٍ وطالبةٍ، تصدّر موقع "الفيس بوك" قائمة المواقع التي يفضلها الطلبة، وهذه النتيجة تتفق مع ما خرجت به دراسة (بلعيد؛ زيدان، 2025، ص11)، جاء موقع واتس أب في المرتبة الثانية بعد موقع "الفيس بوك".

منهجية الدراسة:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعد من أنسب المناهج لوصف الظواهر الاجتماعية، وتشخيص واقعها، وتحليل متغيراتها، وهو ما يتفق مع طبيعة هذه الدراسة التي تهدف إلى وصف وتحليل واقع ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي، عبر منصات التواصل الاجتماعي.

أدوات الدراسة:

عمدت الدراسة إلى استخدام استبانة جمع وتحليل البيانات؛ حيث تم إعداد الاستبانة، ثم توزيعها على عينةٍ عشوائيةٍ، مكونة من (52) مبحوثًا، بغرض معرفة آراء طلبة الإعلام حول ممارسة العمل الصحفي والإعلامي، عبر منصات التواصل الاجتماعي.

وحجم عينة الدراسة يتناسب تمامًا مع إجمالي الطلبة؛ حيث إنه يمثل أكثر من (10%) من إجمالي طلبة الإعلام المتخصصين في الإذاعة والتلفزيون، وتخصص العلاقات العامة من قسم الإعلام والفنون، بجامعة إقليم سبأ، منذ تأسيس القسم، وحتى نهاية العام الجامعي (2023-2024م).

كما أنه تم استخدام أداة المقابلة لبعض لعدد (5) طلاب من العينة المستخدمة في الدراسة، الذين اتجهت ميولهم نحو التحرير، وإعداد المواد الإعلامية.

الصدق والثبات

أولًا: الصدق

الصدق الظاهري: يعتمد الصدق الظاهري عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين، الخبراء المختصين في مجال الدراسة، وفي هذه الدراسة تم عرض الاستبيان على (3) من الخبراء المختصين في مجال الإعلام.

صدق البناء: اعتمدت الدراسة لإيجاد صدق البناء على حساب معامل الارتباط بين متوسط المحور والمتوسط العام للاستبانة، كما في الجدول الآتي الذي يبين صدق البناء لفقرات الاستبانة.

جدول (1)

صدق البناء لمحاور الاستبيان

م	المحور	معامل الارتباط
1	الأول	0.784**
2	الثاني	0.695**
3	الثالث	0.726**

من جدول (1) معاملات الارتباط بين متوسط المحاور والمتوسط العام لفقرات الاستبانة عالية، وذات دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.01)، وهذا يدل أن الاستبانة تتمتع بصدق بناء.

ثانيًا: الثبات

في هذه الدراسة تم الاستعانة بمعادلة كرونباخ ألفا لإيجاد الثبات، وتم حساب ثبات كل محور، ثم الثبات الكلي للاستبانة، كما هي في الجدول الآتي:

جدول (2)

ثبات محاور الاستبانة والثبات الكلي

م	المحور	الثبات
1	الأول	.309
2	الثاني	.879
3	الثالث	.625
	الثبات الكلي	.760

من خلال جدولين (1) (2) تتمتع الأداة بخصائص سيكومترية مقبولة (الصدق والثبات) لتطبيقها في هذه الدراسة.

مجتمع الدراسة:

لقد وقع اختيارنا لطلبة الإعلام في جامعة إقليم سبأ، كمجتمع لبحثنا؛ لاعتبارين، الأول: كون الباحث متخصص في الإعلام، وبشكلٍ دقيق في تخصص الصحافة والنشر، المعنية بالعمل الصحفي، والآخر: أن طلبة الإعلام هم المعنيون بدرجةٍ أساسيةٍ بالعمل الصحفي والنشر في منصات التواصل الاجتماعي، وهم المعنيون باستخدامها، كميدانٍ لهم في النشر الصحفي.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائيةً، تمثل جميع طلبة الإعلام من الجنسين، بما فيهم الطلبة المتخرجون، لتضمن الدراسة معرفة نسبة الضعف الحقيقية لممارسة طلبة الإعلام لمنصات التواصل الاجتماعي، في العمل الصحفي، واستكشاف الأسباب وراء ذلك، سواءٌ كانوا من الفئة المتقدمة، أو الفئة المبتدئة، أو حتى فئة الخريجين، وقد كانت خصائص عينتنا، كما يلي:

الجنس: تتكون عينة دراستنا من (52) طالبًا وطالبةً، بحسب الجدول أدناه، على النحو الآتي:

جدول (3)

نسبة العينة بحسب متغير الجنس

الجنس	ذكور	إناث	الإجمالي
العدد	33	19	52
النسبة	%63	%37	%100

من نتائج الجدول أعلاه اتضح أن نسبة الذكور (63%) ونسبة الإناث (37%)، وهي نسبةٌ مقبولة مقابل إجمالي إعداد الطالبات للدفعات من الأولى إلى الدفعة الخامسة، مقارنةً بإعداد الطلاب الذكور لنفس الدفعات، وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها قنيفي (2018، ص92) في دراستها: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية التعلمية، ومدى فاعليتها لدى الطلبة".

المستوى الدراسي:

مثّل الخريجون أعلى نسبةٍ في عينة الدراسة، بنسبة (25%)، تلاهم طلبة المستوى الرابع بنسبة (23%)، وبلغ طلبة المستوى الثاني في الحد الأدنى، بنسبة (12%)، وهذا دليل على أن المستوى الدراسي له دور كبير في التأثير على للاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، وهو أن الطالب كلما تقدم مستواه الدراسي في تخصص الإعلام، كلما كان أقدر على استخدام منصات التواصل الاجتماعي في مجال تخصصه، وهذه النتيجة تؤكد ما أثبتته دراسة قنيفي (2018، ص93).

الدراسات السابقة:

1- دراسة قنيفي، سهام، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية التعلمية ومدى فاعليتها لدى الطلبة (دراسة ميدانية على عينةٍ من طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة محمد خيضر بسكرة) الفيسبوك نموذجًا، هدفت إلى إلقاء الضوء على استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال (بجامعة محمد خيضر بسكرة) لموقع "الفيس بوك" لأغراض التعلم، إلى جانب التعرف على مختلف الأساليب التي يتبعها الطالب من أجل تحقيق هدف التعلم، كما تلقي الضوء على مدى فاعلية الموقع في عملية التعلم، وقد توصلت الدراسة إلى جملةٍ من النتائج، منها استخدام الطلبة لموقع "الفيس بوك" للتعلم بنسبةٍ عاليةٍ جدًا، وأنه لا توجد فروق بين الجنسين في ذلك الاستخدام، غير أن المستوى التعليمي له أثر في استخدام الطلبة للموقع، وسجلت الدراسة أهمية كبيرة للموقع، من خلال مساهمته في زيادة الرصيد المعرفي للطلبة حول تخصصهم، وزيادة تحصيلهم الدراسي.

2- دراسة (صدام حسين قيراد؛ بادية سي يوسف، 2023) مشاركة طلبة الإعلام في إنتاج ونشر وسائل الإعلام الصحفية (دراسة ميدانية على عينة من الطلاب الجزائريين المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي)، هدفت إلى معرفة كيفية مشاركة طلبة الإعلام في إنتاج ونشر الصحف الإعلامية، ودوافع هذه المشاركة، وتسليط الضوء على المجالات التي يقوم الطلاب بتغطيتها، والوسائل المستخدمة لذلك، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت على العديد من أدوات البحث، منها: الاستبانة، والمقابلة، والملاحظة، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها: أن طلبة الإعلام يمارسون الصحافة المواطنية، كوسيلة لتدريب أنفسهم على حياتهم المهنية المستقبلية، وأن طلبة الإعلام يستخدمون الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك لتغطية الأحداث المختلفة، وأن الصحافة المواطنية توفر نشرًا تفاعليًا وفوريًا للأخبار، ورقابةً محدودة، وحريةً واسعة للنشر، وهذه كلها ميزات جذابة للطلاب.

3- دراسة (فهد عوض الله السلمي؛ مروه عطية محمد، 2024) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز مهارات طلاب الإعلام في إنتاج المحتوى الرقمي، هدفت إلى تقييم كيفية استخدام طلاب الإعلام من المتخصصين في شبكات التواصل الاجتماعي ومهاراتهم الإعلامية، بالإضافة إلى تحليل الأدوات والقنوات التي يعتمدون عليها في تعلم صناعة المحتوى، وقد استخدم الباحثان في دراستهما أداة المنهج المسحي بالعينة، واعتمدًا على أداة الاستبيان، وقد أسفرت الدراسة عن العديد من النتائج والتوصيات، أهمها: أن التكنولوجيا الرقمية، وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، تؤثر بشكلٍ كبيرٍ على اكتساب طلاب الإعلام مهارات إنتاج المحتوى الرقمي، وأن الطلاب يفضّلون منصة يوتيوب للتعلم الذاتي، ويركزون على المهارات البصرية، مثل إنشاء الفيديو، وتوصي الدراسة بدمج التكنولوجيا الرقمية في المناهج التعليمية.

4- دراسة (مفتاح محمد اجعيه بلعيد؛ سليمة حسن سعد زيدان، 2025) استخدام طلاب كليات الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقته بالمشاركة الطلابية (دراسة ميدانية)، هدفت إلى معرفة مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الطلاب في جامعتي مصراته وبنغازي، وقد استخدمت الدراسة أداة الاستبانة، وتوصلت لعدد من النتائج، أهمها: أن معدلات استخدام الطلبة لمنصات التواصل الاجتماعي متوسطة، وأن الفيسبوك أكثر منصات التواصل استخدامًا، وأن الدوافع الأساسية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي هو التعبير عن الآراء، والتواصل مع الأقران والمعلمين.

تعقيب على الدراسات السابقة:

تتفق الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في تناولها لأهمية منصات التواصل الاجتماعي بالنسبة لطلبة الإعلام، فقد أكدت جميعها على كثافة الاستخدام، وأثر هذه المنصات في التعلم واكتساب المهارات، وتتقاطع الدراسة الحالية، مع دراسة قنيفي (2018، ص96)، ودراسة (بلعيد وزيدان، 2022، ص11)، في استخدام المنهج المسحي، والاستبانة كأداة رئيسة.

إلا أن الدراسة الحالية تتميز بمحاولة تقديم صورة متكاملة للواقع، من خلال الجمع بين قياس "درجة الممارسة"، و"أنماط المحتوى"، و"المعوقات" في إطار واحد، كما أنها تجرى في بيئة مختلفة، وهي بيئة جامعة إقليم سبأ في الجمهورية اليمنية، مما قد يضيف أبعادًا جديدة مرتبطة بالسياق المحلي، وستستفيد الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في بناء إطارها النظري، وتصميم أدواتها، ومقارنة نتائجها بالنتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات.

مصطلحات الدراسة:

الممارسة:

الممارسة مصطلح يشير إلى انتهاج سلوك معين، وهو أعم من مصطلح "استخدام"؛ حيث ترى نور الدين أن مفهوم الاستخدام مفهومٌ ضيقٌ، يشير إلى مجرد استعمال عشوائي أو غير منتظم في حين أن الممارسة هي أكثر صياغة، ولا تخص التقنيات فقط، بل تعطي أيضًا سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم وتمثلاتهم، التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة (نور الدين، 2008، ص12)، وهذا المعنى هو المراد الذي أراده الباحث وقَصَدَهُ، وقد ركزت دراسات (قيراد، 2023، ص10)، (السلمي، 2024، ص10-11)، (قنيفي، 2018، ص9-22) على مصطلح "الممارسة الصحفية" تحديدًا.

وقد عرّف الباحثُ الممارسةَ إجرائيًا بأنها: عملية تنمية المهارات الصحفية، عن طريق القيام بنشر المحتوى الإعلامي بشكلٍ مستمرٍ، عبر منصات التواصل الاجتماعي، وهي وسيلةٌ فعالّة لتحسين أداء الطلبة، وتطوير قدراتهم في العمل الصحفي خصوصًا، والإعلامي بشكلٍ عام.

منصات التواصل الاجتماعي:

هي منظومة حسب ما ذكرت (عبد العال، 2015، ص12) من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقعٍ خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين، لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات، أو جمعه مع أصدقائه، ومن ثم إتاحة الفرصة لإنشاء رسائل إلكترونية ونشرها بين أعضاء الموقع والمواقع المشتركة على الشبكات، بحريةٍ تامة، وتعرف بأنها: تلك المواقع الإلكترونية ووسائط التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت، مثل: الفيسبوك، تويتر، الإنستجرام، الواتساب، والمدونات الألكترونية، وغيرها من التطبيقات، التي أحدثت تفاعلًا اجتماعيًا وسياسيًا في كل الجوانب الحياتية (العبودي، 2015، ص12).

ونظرًا للتطور التقني السريع، فلمنصات التواصل الاجتماعي مصطلحات كثيرة، منها: شبكات التواصل الاجتماعي، المواقع الاجتماعية، منصلت التواصل الاجتماعي، شبكات الإعلام الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي... (منصور، 2022، ص12).

وقد عرفها الباحثُ إجرائيًا بأنها: تلك التطبيقات والمواقع التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب، تسمح للمشترك فيها إنشاء حسابٍ خاصٍ به، يُتيحُ له التواصل مع زملائه أو أبناء بلدته، يسمح له بإنشاء المحتوى ومشاركته، والتفاعل معه دون موافقةٍ مسبقةٍ من هيئةِ تحريرٍ، أو إدارةٍ معينةٍ، لا يحكمه في النشر إلا المعايير الرقابية للشركة المالكة للموقع.

الإطار النظري للبحث:

أهمية وسائل التواصل الاجتماعي:

أحدث تطور وسائل الاتصال في نهايات القرن العشرين وبدايات القرن الحادي والعشرين تحولًا عالميًا، عمل على تشكيل واقعٍ جديد لعمليات التواصل وتفاعل الثقافات الإنسانية، بفعل قدرته على الانتقال واختراق الحدود والعقول، ودخلت البشرية من بوابة الإعلام الجديد إلى حالة تفاعلية، قادتها الثورة المعلوماتية وتطور تكنولوجيا الاتصال، وتسارعت وتيرة انتشار الشبكة العنكبوتية، حسب ما ذكر عفيفي (2015، ص68-69) بظهور المواقع الإلكترونية، ووسائط التواصل الاجتماعي، مثل: الفيسبوك، تويتر، الإنستجرام، الواتساب، والمدونات الإلكترونية، وغيرها من التطبيقات؛ محدثةً تفاعلًا اجتماعيًا وسياسيًا في كل الجوانب الحياتية.

نشأة وسائل التواصل الاجتماعي:

كانت البدايات الأولى لظهور مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي على يد عالم الاجتماع جون بارنز (john A. Barnes)، وكانت الولايات المتحدة الأمريكية سابقة العهد في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وكان ذلك عام (1995م)، من خلال إنشاء موقع (The globe.com)، الذي كان عبارة عن تجمع يربط الأفراد مع بعضهم البعض، من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات، وقد ظهر موقع (Class mute.com)، كأول موقع اجتماعي، يسمح لمستخدمي التواصل الاجتماعي مع بعضهم البعض عام (1995)، وبلغ عدد مستخدميه (40) مليون مستخدمٍ، خلال تلك الفترة، وأنشئ بعد ذلك موقع (Six Degree.com) عام (1997م)، وكان الموقع الأول من نوعه الذي يسمح لمستخدميه التواصل المباشر مع بعضهم، من خلال الرسائل، وإنشاء ملفات شخصية، أو قائمة أصدقاء، وهذا ما يميزه عن غيره من المواقع، وبشكلٍ عام كانت جميعًا مواقع تهتم بالتواصل الاجتماعي بين أفرادها، وبعد ذلك توالت الشبكات الاجتماعية في الظهور(سيد،2017، ص406)، وفي عام (2003م) أنشئ موقع (My Space. com)، والذي بلغ مستخدميه في تلك الفترة حوالي (247) مليون مستخدمٍ، وظهرت المواقع المختلفة بعد ذلك، مثل: فرنيد ستر، اليوتيوب، الفيسبوك، وتويتر، وظهور موقع الإنستجرام لاحقًا.

تطور منصات التواصل الاجتماعي:

شهدت منصات التواصل الاجتماعي تطورًا مذهلًا منذ ظهورها في أوائل الألفية الثالثة؛ حيث إنها بدأت كوسائل للتواصل الشخصي والاجتماعي، لكنها تطورت تدريجيًا؛ لتصبح منصات إعلامية مؤثرة، تنافس وسائل الإعلام التقليدية في نشر الأخبار والمعلومات، ووفقًا لدراسة حديثة من معمل نيمان (2020، ص15)، فقد تفوقت وسائل التواصل الاجتماعي لأول مرة على التلفزيون، كمصدر رئيس

للأخبار بين الأمريكيين، وذلك لما تتنوع به منصات التواصل الاجتماعي في خصائصها ووظائفها، مما يوفر فرصًا متعددة للاستخدام في التدريب الصحفي، فمنصة فيسبوك توفر بيئة شاملة للنشر والتفاعل، مع إمكانيات متقدمة للبث المباشر، والمجموعات المتخصصة، ومنصة تويتر (X)، تتميز بالإيجاز والسرعة في نقل الأخبار العاجلة والتفاعل الفوري مع الأحداث، ومنصة إنستغرام، تركز على المحتوى البصري، والقصص التفاعلية، وقنوات يوتيوب، توفر منصة للمحتوى المرئي طويل المدى والتعليمي، وتيك توك، يتخصص في المحتوى القصير والإبداعي، الذي يجذب الجمهور الشاب.

تأثير منصات التواصل الاجتماعي على العمل الصحفي:

أثرت منصات التواصل الاجتماعي بشكلٍ كبير على العمل الصحفي من عدة جوانب، على النحو الآتي:

سرعة انتشار الأخبار: فقد أثبتت دراسة (حوماني،2024، ص15) أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت المصدر الأول للأخبار للكثيرين، وهذا تأثيرٌ إيجابيٌ، يتطلب من الصحفيين سرعةً في الاستجابة والتغطية، وهذا النوع من أنواع العمل الصحفي، يسمى "الصحافة الإخبارية المباشرة"، وهو من أبرز أشكال الممارسة الصحفية التي يقوم بها طلبة الإعلام، عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومن سماته أنه يتضمن تغطية الأحداث الجارية، ونقل الأخبار بشكلٍ فوري ومباشر للجمهور، ويتميز هذا النوع من الصحافة بالسرعة والتفاعلية، حيث يمكن للطلاب نشر الأخبار، خلال دقائق من وقوع الحدث، والتفاعل مع تعليقات واستفسارات الجمهور بشكلٍ مباشر، ففي منصة تويتر، يمارس العديد من طلبة الإعلام دور المراسل المباشر، حيث يقومون بتغطية الأحداث المحلية والوطنية والدولية، من خلال سلسلة من التغريدات المترابطة، هذه الممارسة بحسب Mulrennan (2018) تتطلب مهارات متقدمة في الكتابة المقيدة، حيث يجب على الطالب تلخيص المعلومات المعقدة في (280) حرفًا أو أقل، مع الحفاظ على الدقة والوضوح، وهذا الأمر قد تم تطبيقه واقعيًا، ففي دراسة أجرتها جامعة كولومبيا (2024، ص16) على عينة من (500) طالب إعلام، يمارسون الصحافة، عبر تويتر، أظهرت أن (68%) منهم يقومون بتغطية الأحداث المحلية بشكل منتظم، و(45%) يغطون الأحداث الوطنية، و(23%) يتابعون الأحداث الدولية، وفي دراسة حديثة أجراها مركز الجزيرة للدراسات (2024) إلى أن (78%)من طلاب الإعلام في المنطقة العربية، يمارسون الصحافة الإخبارية الفورية، عبر تويتر وفيسبوك، كما أظهرت الدراسة أن (65%) من هؤلاء الطلاب، يعتمدون على مصادر متعددة للتحقق من صحة المعلومات قبل النشر، بينما (23%) يواجهون صعوبات في التحقق السريع من المعلومات، وهذه الأرقام تشير إلى أن طلبة الإعلام لا يكتفون بدور المتلقي للأخبار، بل يتحولون إلى منتجين فعليين للمحتوى الإخباري، ومن الأمثلة البارزة على هذا النوع من الممارسة في العالم العربي؛ طلبة الإعلام الذين غطوا

أحداث الربيع العربي، من خلال حساباتهم الشخصية على تويتر وفيسبوك، حيث قدموا تغطية مباشرة ومستمرة للأحداث، وأصبحوا مصادر موثوقة للمعلومات بالنسبة للجمهور المحلي والدولي، هذه التجربة أظهرت قدرة طلبة الإعلام على ممارسة دور صحفي حقيقي ومؤثر في اللحظات الحاسمة.

تطوير مهارات التحرير والكتابة لدى طلبة الإعلام: أثّرت منصات التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي على تطوير مهارات الكتابة والتحرير الرقمي لدى طلبة الإعلام، من خلال ممارسة العمل الصحفي من خلالها، وهي أهم مهارةٍ من مهارات العمل الصحفي، وهذه المهارات بحسب (Cho & Li، 2024، p16)، تختلف جوهريًا عن الكتابة التقليدية، حيث تتطلب فهمًا عميقًا لطبيعة كل منصة وخصائص جمهورها، فمن منصة تويتر، يتعلم الطلاب فن الإيجاز والتركيز، حيث يجب عليهم تلخيص الأفكار المعقدة في (280) حرفًا أو أقل، هذا القيد يطور لديهم قدرة استثنائية على اختيار الكلمات المناسبة، والتعبير بدقة ووضوح، ففي دراسة أجرتها جامعة ستانفورد (2024، ص16) أظهرت أن طلاب الإعلام الذين يمارسون الكتابة على تويتر بانتظام، يحققون تحسنًا بنسبة (35%) في مهارات الكتابة المقيدة، مقارنة بزملائهم الذين لا يستخدمون المنصة، ومن خلال منصة فيسبوك، يطور الطلاب مهارات الكتابة الطويلة، والسرد التفصيلي، والمحتوى التحليلي، الذي يتميز بعدة خصائص، منها: العمق في التحليل، واستخدام البيانات والإحصائيات لدعم الحجج، والتفاعل مع تعليقات الجمهور لإثراء النقاش، فقد أثبتت دراسة أجرتها الهيئة العربية للبث الفضائي (2024، ص16) إلى أن (56%) من طلبة الإعلام، ينشرون محتوى تحليليًا بانتظام، بينما (34%) يركزون على كتابة الرأي، كما أظهرت الدراسة أن المحتوى التحليلي يحصل على تفاعل أكبر من الجمهور مقارنة بالمحتوى الإخباري البسيط، كما تتطلب مهارات في استخدام العناصر المرئية لدعم النص، وجعله أكثر جاذبية، أما على منصة إنستغرام، فيتعلم الطلاب الكتابة المرئية، حيث يجب أن يكون النص مكملًا للصورة، وليس منافسًا لها، وهذا يطور لديهم فهمًا عميقًا للعلاقة بين النص والصورة، ومهارات في كتابة التعليقات التوضيحية (captions) التي تضيف قيمة للمحتوى المرئي.

تطوير مهاراتٍ أخرى متصلةٌ بالعمل الصحفي: أثّرت منصات العمل التواصل الاجتماعي تأثيراتٍ إيجابيةً، لدى الصحفيين وطلبة الإعلام العديد من المهارات الأخرى التي لها اتصال وثيق بالعمل الصحفي، غير مهارات التحرير والكتابة، منها:

مهارة التفاعل المباشر مع الجمهور: حيث تتيح هذه المنصات للصحفيين التفاعل المباشر مع الجمهور، وتلقي ردود الفعل، وقياس اهتماماتهم، مما يعزز من الشفافية والمشاركة (غوثي؛ آخرون، 2021، ص17)، هذه المهارات تشمل القدرة على الرد على التعليقات والاستفسارات، وإدارة النقاشات،

والتعامل مع الانتقادات والتعليقات السلبية، كما يتعلم الطلبة كيفية بناء علاقات مع متابعيهم، من خلال التفاعل المستمر والمحتوى القيم، وهذا يطور لديهم مهارات في خدمة العملاء والتواصل الفعال، ففي دراسة أجرتها جامعة هارفارد (2024، ص17) أظهرت أن طلبة الإعلام الذين يديرون حسابات نشطة على منصات التواصل الاجتماعي، يطورون مهارات تواصل أفضل بنسبة (40%) من زملائهم، كما يتعلم الطلاب كيفية التعامل مع الأزمات الرقمية، مثل انتشار معلومات خاطئة أو تعليقات مسيئة، هذه المهارات، تشمل: الاستجابة السريعة والمناسبة، وإدارة السمعة الرقمية، والتعامل مع الضغوط النفسية المرتبطة بالعمل في البيئة الرقمية.

ومن هذه المهارات مهارة إنتاج الوسائط: حيث تشجع منصات التواصل الاجتماعي على إنتاج محتوى متعدد الوسائط (نصوص، صور، فيديوهات)، مما يتطلب من الصحفيين تطوير مهاراتهم في هذا المجال (العتوم، 2023، ص17)، ففي مجال التصوير، يتعلم الطلاب أساسيات التصوير الصحفي، من خلال الممارسة اليومية، حيث إنهم يطورون مهارات التكوين والإضاءة، واختيار الزوايا المناسبة، بحسب دراسة أجرتها مؤسسة رويترز (2025، ص17)، أظهرت أن (73%) من طلبة الإعلام الذين يمارسون التصوير عبر منصات التواصل الاجتماعي، يحققون تحسنًا ملحوظًا في مهاراتهم التقنية، خلال فصلٍ دراسي واحد، وفي مجال إنتاج الفيديو، يتعلم الطلبة مهارات المونتاج والتحرير، باستخدام تطبيقات الهاتف المحمول والبرامج المتخصصة لمنصاتٍ، مثل: تيك توك، ويوتيوب شورتس، تتطلب مهارات متقدمة في إنتاج محتوى فيديو قصير وجذاب، وهذه المهارات تشمل التخطيط للمحتوى، والتصوير، والمونتاج، وإضافة المؤثرات الصوتية والبصرية، وفي مجال الإنتاج الصوتي، يطور الطلاب مهارات في التسجيل والتحرير الصوتي، من خلال إنتاج البودكاست والمحتوى الصوتي، وهذه المهارات، تشمل: استخدام معدات التسجيل، وتقنيات التحرير الصوتي، وإنتاج المحتوى الصوتي الجذاب.

ومن هذه المهارات؛ مهارات التحقق من المعلومات والبحث الرقمي؛ حيث يتعلم الطلاب استخدام أدوات التحقق من المعلومات، مثل Google Reverse Image Search للتحقق من صحة الصور، وأدوات التحقق من الفيديوهات، مثل InVID، وأدوات التحقق من المعلومات، مثل FactCheck.org و.Snopes[40]، هذه الأدوات تساعدهم على التأكد من صحة المعلومات قبل نشرها، مما يطوّر لديهم عادات مهنية سليمة.

ومنها مهارات التحليل والفهم للبيانات الرقمية؛ حيث يتعلم الطلبة قراءة مقاييس الأداء وتفسيرها، مثل: عدد المشاهدات والإعجابات والتعليقات والمشاركات، كما يتعلمون فهم الخوارزميات التي تحكم انتشار المحتوى على كل منصة، مما يساعدهم على تحسين استراتيجياتهم في النشر.

نتائج الدراسة الميدانية:

أظهرت نتائج الدراسة أن ما نسبته (42%) من طلبة الإعلام متجه إلى المجال الفني، المتمثل في التصوير والمونتاج والجرافيكس، وغيرها من الجوانب الفنية، وهذا ما قلل من حضور طلبة الإعلام في منصات التواصل الاجتماعي، كصحفيين مهتمين بالنشر أو طلبة إعلام، يسعون للتدرب على عملية التحرير والنشر، لكن في المقابل توجد نسبة كبيرة بلغت (25%) من الطلبة، عينة الدراسة، تتجه ميولهم نحو التحرير، وإعداد المواد الإعلامية، وهي نسبة كبيرة مقابل الضعف الكبير في النشر الصحفي على منصات التواصل الاجتماعي، وهذا يثبت مشكلة الدراسة، وهي: "ضعف ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي، عبر منصات التواصل الاجتماعي، وضعف استخدامها كميدانٍ للتطبيق العملي فيما تعلموه أثناء دراستهم".

وقد أظهرت نتائج الدراسة للمحور الأول بأنّ (97%) من الطلاب يتصفحون المنصات يوميًا، مما يُظهر اعتمادًا كبيرًا عليها في الحياة اليومية، وهذا يدل على أن العينة المستهدفة من طلبة الإعلام، بجامعة إقليم سبأ، واكبت التحول العالمي نحو الرقمنة، واعتمادهم على منصات التواصل الاجتماعي، كمصدر رئيس للمعلومات والتفاعل الاجتماعي؛ وفقًا لنظرية "الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratifications Theory)"، حيث إنّ استخدام المنصات، يُلبّي حاجاتٍ متعددة، مثل الحصول على الأخبار ومحاكاتها في الصياغة والنشر، الترفيه، والتواصل المهني.

كما تبرز النتائج بأن (73%) لديهم أكثر من حساب، وهذا عائد إلى تعدد المنصات، مثل: فيسبوك، تويتر، إنستجرام، مقابل تخصيص حساب واحد لكل منصة، وقد يكون للبعض أكثر من حساب في المنصة الواحدة مثل أن يكون لديه أكثر من حساب في منصة فيس بوك متعددة الاستخدامات والأغراض، أحدهما شخصي والآخر مهني، وهكذا، كما هو في واتس أب يوجد حساب تجاري، وحساب شخصي.

وأبرزت نتائج الدراسة أن الهواتف المحمولة هي المسيطرة على استخدام منصات التواصل الاجتماعي، بنسبةٍ بلغت (98%)، وذلك لوجود عددٍ من الميزات التي تميزت بها الهواتف الذكية؛ منها: سهولة الوصول والتكلفة المنخفضة، مقارنة بأجهزة الكمبيوتر، خاصة في بيئات قد تكون فيها البنية التحتية التقنية محدودة، يُظهر ذلك اتساقًا مع ظاهرة "القفزة التكنولوجية (Technological Leapfrogging)" في الدول النامية، حيث تُعتمد التقنيات المحمولة قبل التقليدية.

كما أبرزت نتائج الدراسة أن عملية النشر لا تصل إلى المستوى الطموح، مقارنة بقناعاتهم السابقة؛ حيث بلغت نسبة من ينشر منهم في حسابه أقل من (50%)، وصلت بشكلٍ دقيق إلى (46%) فقط، والغالبية منها مشاركة منشورات آوليس نشرًا جديدًا، يمكن أن يصقل مهارتهم في العمل الصحفي، رغم اقتناعهم أن لمواقع التواصل الاجتماعي دورٌ مهم في بناء هويتهم المهنية، كطلبة إعلام بنسبة تصل إلى

(87%)، واقتناع نسبة كبيرة منهم، تصل إلى (94%) بأن منصات التواصل الاجتماعي، ساهمت في تسهيل العمل الصحفي.

وأبرزت نتائج الدراسة اقتناع الغالبية أن لمنصات التواصل دورٌ محوريٌ في تطوير العمل الصحفي، بنسبةٍ تصل إلى (94%)، ومتفقون بالإجماع أنه يجب على الجامعات أن تدمج التدريب على كيفية استخدام منصات التواصل الاجتماعي ضمن مناهجها.

أظهرت النتائج أن ما نسبته (37%) من العينة المبحوثة نصفهم ممن لهم ميول إعلامية تجاه التحرير والإعداد الصحفي، جربوا ممارسة العمل الصحفي على منصات التواصل الاجتماعي، ثم توقفوا للأسباب الآتية – كما أوضحتها نتائج الدراسة: (37%) منهم خوفًا من تعليقات الجمهور السلبية وانتقاداتهم، و(33%) بسبب ضعف التفاعل من الأصدقاء والمتابعين مع منشوراته، و(31%) يرى أن السبب هو أن جمهوره غير مؤهل لاستقبال إنتاجه الصحفي ونقدهِ، بشكلٍ منطقي، ونصف هؤلاء تقريبًا ممن لهم ميول إعلامية في التحرير الصحفي، وهذا يدل على أن التنمر له تأثيرٌ كبيرٌ على انطلاق العمل الصحفي وتطويره، لدى طلبة الجامعات، وينبغي محاربته في المجتمع بشتى الوسائل، وفي المقابل يجب توعية الطلبة بضرورة الاستفادة من التعليقات السلبية قدر الإمكان أو على الأقل أن يتحلى بصفة التجاهل لمثل هذه التعليقات، كما أنه ينبغي توعية طلبة الإعلام بأن الهدف الأساسي لنشر إنتاجهم الصحفي في منصات التواصل الاجتماعي هو التدرب والتمرس على العمل الصحفي، وصقل مهاراتهم في التحرير الصحفي، وليس جمع أكبر عددٍ ممكن من التفاعلات، وينبغي أن لا يؤثر عليهم توجه المجتمع في إبراز المشاهير أو من يسمونهم اليوتيوبر أو التيكتوكر في الحصول على الشهرة، وينسون هدفهم الأساسي، وهو صقل مهاراتهم الصحفية، كما أنه ينبغي تدريب طلبة الإعلام على كيفية الترويج لحساباتهم في منصات التواصل الاجتماعي، وتسويقها لدى الفئة المهتمة بمحتواهم الصحفي، بشكلٍ خاص، والإعلامي بشكل عام، كما ينبغي توعيتهم بأن غالبية الجماهير والمتابعين لمنصات التواصل الاجتماعي بنسبة تصل إلى (71%)، وقد تفوقها إلى (82%) مقتنعون بأن منصات التواصل الاجتماعي وسيلة ترفيهٍ وتواصلٍ عامٍ لا أكثر؛ وهذا الأمر يتطلب من نخبة المجتمع جهدًا كبيرًا في إقناع المجتمع بأن مواقع التواصل الاجتماعي فوائدها أبعد من ذلك بكثير، كما أنه يتطلب من طلبة الإعلام التكيّف على هذا الوضع والتأقلم معه، وفي نفس الوقت يبذلون جهدهم في إيجاد قناعة لدى المجتمع بأن مواقع التواصل الاجتماعي فوائدها أكبر بكثيرٍ من التواصل العام والترفيه.

ومن أبرز الأسباب التي أعاقت طلبة الإعلام في استخدام منصات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي هو الجانب الفني والتقني؛ حيث أظهرت نتائج الدراسة أن ما نسبته (60%)، وقد تفوق هذه

النسبة إلى (85%) مقتنعون بأن التحديات التقنية، مثل: (حظر الحسابات، مشاكل في الوصول) أثرت تأثيرًا سلبيًا في إنتاجهم الصحفي، وهذه النتيجة تدل دلالةً حتمية على ضرورة توفير مواد تدريبية لطلبة الإعلام على كيفية ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي، من خلال منصات التواصل الاجتماعي، كما أثبتتها نتائج الدراسة، بنسبة تصل إلى (71%)، وقد تصل إلى نسبة (77%)، خاصة وأن الغالبية من طلبة الإعلام لديهم طموح في ممارسة العمل الصحفي مستقبلًا، من خلال منصات التواصل، بنسبة تصل إلى (88%).

خلاصة نتائج الدراسة الميدانية:

1- أجابت نتائج الدراسة على السؤال الأول من الأسئلة الفرعية الذي ينص على "**درجة ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي في منصات التواصل الاجتماعي؟**"، بأنّ نسبة النشر الصحفي بلغت (46%)، في الوقت الذي أثبتت فيه الدراسةُ أن طلبة الإعلام بجامعة إقليم سبأ واكبوا التحول العالمي نحو الرقمنة، واعتمادهم على منصات التواصل الاجتماعي، كمصدر رئيسٍ للمعلومات والتفاعل الاجتماعي، ويعتمدون عليها اعتمادًا كبيرًا في الحياة اليومية.

2- أكّدت النتائج صحة ما ذكرته الشعار (2023، ص21) في دراستها، أن "انتشار التعليقات السلبية والانتقادات"، أحد أهم العوائق التي تحدُّ من ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي في منصات التواصل؛ حيث قالت: "أن انتشار التعليقات السلبية والانتقادات على منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤثر في الروح المعنوية للمنظمة وصورتها العامة"، حيث بلغت نسبة الذين جربوا ممارسة العمل الصحفي على منصات التواصل الاجتماعي، ثم توقفوا لهذا السبب تصل إلى (37%) من العينة المبحوثة؛ نصفهم ممن لهم ميول إعلامية تجاه التحرير والإعداد الصحفي، كما أثبتت نتائج الدراسة اقتناع الغالبية بوجود عوائق أخرى، على النحو الآتي:

- بسبب ضعف التفاعل من الأصدقاء والمتابعين مع منشوراته.
- أن جمهوره غير مؤهل لاستقبال إنتاجه الصحفي ونقدهِ بشكلٍ منطقي.
- بسبب الجانب الفني والتقني؛ مثل (حظر الحسابات، مشاكل في الوصول).

3- أجابت الدراسة على السؤال الثالث الذي ينص على: "**توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة ممارسة العمل الصحفي، تُعزى لمتغيرات (الجنس، المستوى الدراسي)** بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، بحسب متغير الجنس؛ حيث بلغت نسبة الذكور (63%)، ونسبة الإناث (37%)، وهي نسبةٌ مقبولة، مقابل إجمالي أعداد الطالبات للدفعات من الأولى إلى الدفعة الخامسة، مقارنةً بأعداد الطلاب الذكور لنفس الدفعات، وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها (قنيفي (2018، ص93) في دراستها "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية التعلمية، ومدى فاعليتها لدى

الطلبة"، كما أثبتت الدراسة أنه يوجد فروق بحسب متغير المستوى الدراسي؛ حيث مثّل الخريجون أعلى نسبةٍ في عينة الدراسة، بنسبة (25%)، تلاهم طلبة المستوى الرابع، بنسبة (23%)، وبلغ طلبة المستوى الثاني في الحد الأدنى، بنسبة (12%)، وهذا دليل على أن المستوى الدراسي له دورٌ كبيرٌ في التأثير على الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، وهو: أن الطالب كلما تقدم مستواه الدراسي في تخصص الإعلام، كلما كان أقدر على استخدام منصات التواصل الاجتماعي في مجال تخصصه، وهذه النتيجة تؤكد ما أثبتته دراسة قنيفي (2018، ص93).

4-أجابت الدراسة عن السؤال الرابع من تساؤلات الدراسة الذي ينص على: **"المقترحات والحلول اللازمة؛ لتفعيل دور طلبة الإعلام لممارسة العمل الصحفي في منصات التواصل الاجتماعي"**، بأن أبرز الحلول والمعالجات لتشجيع طلبة الإعلام على ممارسة العمل الصحفي في منصات التواصل الاجتماعي؛ هي على النحو الآتي:

- توفير مواد تدريبية؛ لتدريبهم على كيفية ممارسة العمل الصحفي من خلالها.
- توعيتهم بكيفية التعامل مع التعليقات السلبية.
- تدريبهم على كيفية معالجة ضعف التفاعل من قبل جمهورهم ومتابعيهم.

أبرز توصيات الدراسة:

من أبرز التوصيات التي ينبغي العمل عليها لمعالجة ضعف ممارسة طلبة الإعلام للعمل الصحفي:

1-تنفيذ حملة توعوية، يشترك فيها المتخصصون في التعليم والإعلام والإرشاد الديني، يوضحون فيها أن منصات التواصل الاجتماعي لها فوائد كبيرة أبعد من كونها وسيلة لأجل التواصل العام والترفيه فقط، حتى نصنع جمهورًا إيجابيًا، ونشجع المحتوى المفيد في منصات التواصل الاجتماعي.

2-الاهتمام بجانب التدريب العملي في المجال الرقمي ضمن المناهج الجامعية، وتدريب طلبة الإعلام على كيفية ممارسة العمل الصحفي، من خلال حساباتهم في منصات التواصل الاجتماعي.

المراجع:

حوماني، حوراء. (2024). *طلاب الإعلام على السوشال ميديا*. هل قلت ثقافة الأخبار؟ تاريخ الاطلاع (7/ يوليو 2025) ص15.

خليفة، محمد أحمد. (2019). *استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب، وعلاقته بالعزلة الاجتماعية والاغتراب النفسي لديهم*. الفيس بوك أنموذجًا، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ص6.

سـيد، غادة ممنوح. (2017). الإعلام الجدي والشـبكات الاجتماعية، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، مجلد (2017)، العدد(3) ص406.

الشعّار، آمال محمد خالد. (2023). *وسائل التواصل الاجتماعي ومنظمات الأعمال، فوائد وتحديات*. الجامعة الإسلامية العالمية، للتربية والعلوم، ص21.

قيراد، صدام حسين وبادية، سي يوسف. (2023). مشاركة طلبة الإعلام في إنتاج ونشر وسائل الإعلام الصـحفية، دراسـة ميدانية على عينة من الطلاب الجزائريين، المسـتخدمين لشـبكات التواصـل الاجتماعي. *مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية*، الجزائر، ص10.

عبد العال، أمينة السيد وهبة. (2015). *الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة*. دراسة منشورة، جامعة حلواني: القاهرة، مصر، ص12.

العبودي، فاطمة بنت محمد. (2015). *اسـتراتيجيات التعلم والتعليم والتقويم*. كتيب صـادر عن عمادة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي، (د. ب)، ص12.

العتوم، أيهم. (2023). *أثر التربية الإعلامية عبر وسـائل التواصـل الاجتماعي في مكافحة الإرهاب والتطرف، من وجهة نظر الصحفيين*. قاف للدراسات، ص17.

غوثي، زياني، قسـوم، أميرة، حمادي، سـامية. (2021). *العمل الإعلامي بين الهواية والاحترافية، عبر مواقع التواصـل الاجتماعي*. دراسـة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصـال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص17.

السـلمي، فهد عوض الله ومحمد، مروه عطية. (2024). دور شـبكات التواصـل الاجتماعي في تعزيز مهارات طلاب الإعلام في إنتاج المحتوى الرقمي. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصـال*، جدّه، السعودية، ص10 – 11.

قنيفي، سـهام. (2018). اسـتخدام مواقع التواصـل الاجتماعي في العملية التعليمية التعلمية ومدى فاعليتها لدى الطلبة (دراسـة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصـال جامعة محمد خيضر بسكرة) الفيسبوك نموذجًا. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*، 2(6)، ص9 – 22.

مركز الجزيرة للدراسـات. (2024). صـحافة الإلكترونية في العالم العربي. سـياقات النشـأة وتحديات التطور، الدوحة، مركز الجزيرة للدراسات.

بلعيد، مفتاح محمد أجعيه وزيدان، سـليمة حسـن سـعد. (2025). اسـتخدام طلاب كليات الإعلام لشـبكات التواصـل الاجتماعي وعلاقته بالمشـاركة الطلابية (دراسـة ميدانية). *مجلة كلية الآداب والإعلام*، جامعة مصراته، ص11.

منصور، حسام. (2022). شبكات التواصل الاجتماعي، مدخل نظري لفهم الإيجابيات والسلبيات. *المؤتمر العلمي الدولي الافتراضي الموسوم بـــ الإعلام الرقمي*، المتطلبات وآفاق التغيير المنعقد بومي (25 و26 أكتوبر 2022) بجامعة مصراته: ليبيا، جامعة 8 ماي، (1954)، الجزائر، ص12.

نور الدين، هادف. (2008). *التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال (الاستخدامات والإشباعات)*. [رسالة ماجستير منشورة]، قسم الإعلام، جامعة الجزائر، ص12.

الهيئة العربية للبث الفضائي. (2024). *30 يوليو، الإعلام الرقمي بين النظرية والتطبيق*. منشورات الهيئة العربية للبث الفضائي: القاهرة.

Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2024). Social media literacy: A conceptual framework. New Media & Society, 26(2), 294-315

Columbia Journalism School. (2024). Student journalism on social media: A comprehensive study. New York: Columbia University Press.

Harvard Kennedy School. (2024). Communication skills development through social media. Cambridge: Harvard University Press.

Nieman Lab. (2025, June 16). For the first time, social media overtakes TV as Americans' top news source.

Reuters Institute. (2025). Photography skills development in digital journalism. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism

Stanford University. (2024). Digital writing skills development study. Stanford: Stanford University Press.