متابعة وسائل التواصل الاجتماعي، ومدى فاعليتها في دعم مبادرات التحول الرقمي

دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات في مصر.

إعداد

د/ مها عبد الرسول بدوي

مدرس الصحافة والنشر في كلية الإعلام (بنات) بجامعة الأزهر

١٤٤٥هـ-٢٠٢٣م

- **تمهيد:**

ساعدت عملية الاندماج بين التطور التكنولوجي والمعلوماتي الناتج عن الثورة الرقمية في الإعلام على فرض واقع إعلامي جديد، وبناء علاقة بينه وبين التعليم– سواء على مستوى الوسائل أو المضامين أو الخدمات الالكترونية– فقد أتاحت هذه العلاقة لأرباب التعليم توظيف وسائل التواصل الاجتماعي، وتحويلها لمنصات تعليمية مما زاد من عدد متابعيها لما تؤديه من دور فعال في تنمية المعارف والمهارات لديهم وزيادة وعيهم وامدادهم بالمعلومات، وقد استفادت الجامعات من فاعلية تلك الوسائل في دعم مبادرات التحول الرقمي لدى الطلاب، وتفعيل الأساليب التعليمية الحديثة نظراً لإقبالهم وتفاعلهم معها التي أصبحت مصدراً مهماً لتلقي وتبادل المعلومات والآراء والاتجاهات بالنسبة لغالبية القضايا والمشكلات التي تحيط بهم.

وتعتبر العملية التعليمية أحد أهم الجوانب التي فرض عليها التحول الرقمي من خلال التعلم الإلكتروني والتعلم عن بعد واتباع الاتجاهات العالمية وتطوير التعليم باستخدام شبكة الإنترنت والأجهزة الذكية وغيرها؛ حتى أصبح التحول الرقمي بديلا للتعليم التقليدي وأهم الحلول الطارئة لتلقي التعليم بسهولة.

تلك الجوانب دفعت لإجراء هذه الدراسة التي تسعى لرصد متابعة طلاب الجامعات لوسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول مبادرات التحول الرقمي، وتأتي في ثلاثة جوانب؛ الأول يتضمن الإجراءات المنهجية، والثاني الجانب المعرفي، والثالث الجانب الميداني.

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة.

يستعرض هذا الجزء الخطوات الإجرائية بدء من تحديد مشكلة الدراسة، وأهميتها وأهدافها وتساؤلاتها انطلاقاً من الاطلاع على التراث العلمي والأكاديمي، ثم توضيح المنهجية البحثية التي اعتمدت الدراسة عليها في اختيار وتصميم أدوات جمع البيانات، وأخيراً توضيح الأساليب التي اتبعت في تحليل البيانات وتفسيرها.

- **<u>الدراسات السابقة</u>**

استهدفت دراسة بعنوان دور مواقع اتواصل الاجتماعي في زيادة وعي الجمهور بمبادرات التحول الرقمي (٢٠٢٣م) ([1]) التعرف على هذا الدور في الصين، واعتمدت علي منهج المسح حيث قام باختيار عينة عمدية من الجمهور قوامها ٥٠٥ مفردة ومن خلال الاستقصاء الذي اعتمد علي نظرية الغرس الثقافي Cultivation theory توصلت الدراسة الي ان هناك علاقة ارتباطية بين تعرض الجمهور محل الدراسة الي مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للحومة الصينية وبين زيادة الوعي بأهمية المبادرات التحول الرقمي التي تقوم بها الحكومة الصينية، كما بينت الدراسة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي من أجل زيادة اندماج واشتراك الجمهور في المبادرات الرقمية التي تروج لها الحكومة الصحية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في زيادة وعي الجمهور بأهمية المبادرات الرقمية من خلال التركيز علي عامل الثقة في مبادرات التحول الرقمي التي تروج لها الحكومة المحلية مما ينعكس بشكل كبير علي مشاركة الجمهور في تلك المبادرات، وبينت مدى أهمية عامل القدرة الي الوصول الي التكنولوجيا الرقمية reachability بالإضافة الي عامل عدم الخوف من الاشتراك في تلك المبادرات privacy concerns علي تقبل مبادرات التحول الرقمي.

وهدفت دراسة بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وعي طلاب الجامعات بمبادرات التحول الرقمي والتأثير علي السلوك المتعلق بالاستهلاك الأخضر لديهم (٢٠٢٣) ([2]) لرصد هذا الدور، واعتمدت علي منهج المسح، باختيار عينة عمدية من طلاب الجامعات قوامها ٣٨٩ مفردة ومن خلال الاستقصاء الذي اعتمد علي نظرية السلوك المخطط Planned Behavior Theory توصلت الدراسة الي وجود علاقة ارتباطية بين التعرض الي مواقع التواصل الاجتماعي وبين زيادة الوعي بالمبادرات الخاصة بالتحول الرقمي بين طلاب الجامعات، ومدي فعالية التعرض الي مبادرات التحول الرقمي بين طلاب الجامعات وبين التأثير بشكل مباشر علي سلوك الطلاب فيما يتعلق بالالتزام بمبادئ الاستهلاك الأخضر سواء فيماي تعلق بالمنتجات أو حتي

في استخدام التكنولوجيا بشكل يخدم البيئة، وان مواقع التواصل الاجتماعي تمارس ضغطا علي طلاب الجامعات من خال مواق التواصل الاجتماعي من أجل الالتزام بالسلوكيات التي تدهوا اليها مبادرات التجول الرقمي المتعلق بالاستهلاك الأخضر، خاصة عند رؤية مراجعات واراء الجماعات المرجعية علي مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي الي زيادة خلة الضغط علي الشخص من أجل الالتزام بمبادئ تلك المبادرات.

وكشفت دراسة بعنوان: دور رأس المال البشري في تفعيل آليات التحول الرقمي في ضوء مبادرات الشمول المالي **(٢٠٢٣م)** [٣] استهدفت البحث عن دور رأس المال البشري في تفعيل آليات التحول الرقمي في ضوء مبادرات الشمول المالي بالتطبيق على الحكومة المصرية، واعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي، وتكونت العينة من (٣٠) مفردة من مديري المدارس والإدارات التعليمية ومكاتب البريد والمديرين التنفيذيين داخل الكليات والمعاهد التي تعمل على تطبيق التحول الرقمي، كما اعتمد على مقياس واستبانة، وتوصلت إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة رأس المال البشري في تفعيل آليات التحول الرقمي داخل المؤسسات الحكومية محل الدراسة، وضرورة توفير الدعم والتأييد من قبل القيادات السياسية على أعلى مستوى لتحقيق التحول الرقمي برشاقة.

وهدفت دراسة بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التمكين الرقمي للشباب ذوي الاحتياجات الخاصة وتقييمهم لها(٢٠٢٢م)[٤] التعرف على مفهوم التحول الرقمي والتمكين التقني من وجهة نظر الشباب ذوي الفئات الاحتياجات الخاصة، وكذلك إدراك دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التحول الرقمي، متمثلة في صفحتي المركز التعليمي لنظم المعلوماتECIS، ومركز تأهيل الحاسبات التابعتين للقوات المسلحة المصرية عبر الفيس بوك في قدرتها علي دعم التمكين التقني لهم، وتنمية مهارات التحول الرقمي لديهم، والوقوف علي نقاط القوة والضعف من خلال تحليل الموقف الراهن والاستفادة من النتائج في رفع الكفاءة وتطوير الأداء المستقبلي لمثل

هذه الصفحات وما تقدمه من مبادرات لتنمية مهاراتهم، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن هناك سعي كامل ودائم، من كافة مؤسسات الدولة نحو مواكبة التقدم التكنولوجي، ورقمنة كافة نواحي الحياة، وجاء مفهوم التمكين التقني من وجهة نظر الشباب ذوي الاحتياجات الخاصة بأنه يقصد به إكساب ذوي الاحتياجات الخاصة مختلف المعارف والمهارات التي تؤهلهم للمشاركة الإيجابية الفعالة في مختلف أنشطة الرقمية إلى أقصي حد تؤهله لهم إمكانياتهم وقدراتهم إضافة إلي تغيير ثقافة المجتمع نحو المعاقين والإعاقة من ثقافة التهميش إلى ثقافة التمكين.

واستهدفت دراسة بعنوان المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصات الإعلامية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠م (٢٠٢٢م) [٥] رصد المحتوى الإعلامي النصي والمصور للمبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة في مجالات الصحة والتمكين الاقتصادي والحماية الاجتماعية والتحول الرقمي في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠، عبر المنصات الإعلامية المصرية باستخدام أداتي تحليل المضمون وتحليل الخطاب، وتم تطبيق الدراسة على عينة من المنصات الإعلامية تضمنت المواقع الإخبارية لبوابتي الأهرام والشروق، وقناتي النيل للأخبار واكسترا نيوز الإخباريتين، والحسابات الرسمية بالفيسبوك لأربع صفحات عن المبادرات باستخدام استمارة تحليل المضمون، واستمارة تحليل الخطاب الإعلامي لعينة قوامها ٦٨٩ مفردة تتضمن أخبارا منشورة، وحلقات مذاعة، وتدوينات على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك. وانتهت الدراسة إلى نتائج؛ من أهمها: تصدر مبادرة الست المصرية صحة مصر المرتبة الأولى من حيث اهتمام القنوات التلفزيونية بمتابعتها وعرضها، حيث عرضت قناة إكسترا نيوز موضوعات عن المبادرة عبر عدة برامج، بينما دمجت برامج قناة النيل للأخبار بين كل من أسلوب سرد المعلومات، وأسلوب تقديم الإحصائيات، والحقائق، وأسلوب التوعية، والتأثير.

واستهدفت دراسة بعنوان اتجاه الطلاب نحو مبادرات التحول الرقمي– دراسة حالة على الجامعات السعودية، (٢٠٢١م)(٦) قياس هذا الاتجاه واعتمدت علي منهج دراسة

الحالة، باختيار عينة عمدية من طلاب وأساتذة الجامعات في المملكة العربية السعودية قوامها ٢٥ مفردة بحثية ومن خلال المقابلة المتعمقة توصلت الدراسة الي مدي فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في زياد وعي الطلاب بفعالية واهمية المبادرات المتعلقة بالتحول الرقمي في مجال التعليم العالي، وانه علي الرغم من إيجابيات ومميزات مبادرات التحول الرقمي واستخدامها في مجال التعلم الا أن هناك الكثير من التحديات التي تواجه تطبيق تلك المبادرات من بينها الخوف وعدم الرغبة في التحول الرقمي، وكذلك من بين لتحديات نقص الموارد التي قد تكون عائقا أمام التحول الرقمي، إضافة الي عدم امتلاك المعارات اللازمة في التعامل مع التكنولوجيا الرقمية، الي جانب ان التحول الرقمي قد يكون مصحوبا انتهاك الخصوصية مما يؤثر بشكل كبير علي رغبة الطلاب في التحول الرقمي.

سعت دراسة بعنوان: دور الإعلام في التحول الرقمي لمؤسسات التعليم العالي في ظل جائحة كورونا(٢٠٢١م) [٧] إلى التعرف على دور الإعلام في التحول الرقمي في ظل جائحة كورونا واعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي والمنهج المقارن، وتكونت العينة من عدد من المواقع الإعلامية الرسمية كموقع الجمهورية أون لاين، وموقع جامعة جنوب الوادي، وجامعة السويس، بالإضافة إلى عينة قوامها ٧٠٠ مفردة، و ٥٠٠ مفردة من طلاب جامعة جنوب الوادي، و ٢٠٠ مفردة من طلاب جامعة السويس، بإجراء مقابلة مقننة موجهة، وملاحظة مباشرة، وأداة الاستقصاء، وجاءت النتائج مؤكدة على تزايد عدد الأخبار المتعلقة بالتحول الرقمي والتعليم الإلكتروني بالمواقع الإعلامية وصفحاتها الرسمية، مما يشير إلى اهتمام المواقع الرسمية للجامعات بدورها، والذي أشارت له الوزارة من خلال موقعها الرسمي، إلى جانب عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب جامعتي السويس وجنوب الوادي في متابعة أخبار التحول الرقمي على موقع الجامعتين قبل الجائحة.

بينما هدفت **دراسة بعنوان:** التحول الرقمي للتعليم الجامعي في ظل الأزمات بين الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة(٢٠٢٠م) [٨] استقصاء مدى إمكانية التحول الرقمي في الجامعات الحكومية والخاصة في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى رصد واقع التحول الرقمي بينهما في ظل الأزمات العالمية والكوارث، واتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتم التطبيق على عينة من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات تكونت من ١٠٠ عضو هيئة تدريس في الجامعات الحكومية، و١٠٠ عضو في الجامعات الخاصة، وقد توصلت إلى وجود فروق بين الجامعات الحكومية والخاصة في مدى توافر العناصر المادية اللازمة للتحول الرقمي لصالح الجامعات الحكومية، ومدى توافر الكفاءات الرقمية لصالح القطاع الخاص، ومدى إمكانية التحول الرقمي لصالح الجامعات الخاصة.

وهدفت دراسة بعنوان: واقع التحول الرقمي في المؤسسات العمانية(٢٠٢٠م) ([٩]) استكشاف واقع التحول الرقمي في سلطنة عمان، عن طريق التعرف على الأدوار التي تقوم بها المؤسسات المختلفة بالسلطنة في مجال التحول الرقمي والحوكمة الإلكترونية، وتقييم مستوياتها في التحول، بالإضافة إلى التعرف على أبرز المشاريع المنفذة بها في هذا الجانب، وتماشيا مع التوجهات العالمية في المجال، واعتمدت على المنهج الوصفي النوعي، والمقابلة شبه المقننة، بمساندة تحليل المحتوى للوثائق في هذا الجانب التي تم الحصول عليها من المؤسسات عينة الدراسة، وطبقت الدراسة على أربع مؤسسات حكومية ومؤسسة من القطاع الخاص ومن أبرز النتائج قيام المؤسسات بجهود واضحة للتحول رقميا، كما تفاوت مستوى التحول بالمؤسسات، ومن أبرز المشاريع في البنية الأساسية كنظام التصديق الإلكتروني، ومشروع منصة التكامل الحكومية، والمركز الوطني للسلامة المعلوماتية.

واستهدفت دراسة بعنوان: تأثيرات استخدام أدوات شبكة الانترنت في التعليم(٢٠١٩م) [١٠] التعرف على تأثيرات استخدام أدوات شبكة الانترنت في التعليم، على اتجاهات

المعلمين نحو استخدام التكنولوجيا والادوات الاساسية في بيئة الفصل الدراسي، من خلال قبول نموذج المحتوى الالكتروني (TAM) وجاءت نتيجة البرامج التدريبي أنها اعطت لأربعة وستون من المدرسين أجزاء متعددة ومتنوعة للأدوات المستخدمة في بيئة الفصل الدراسي أو حجرة التعلم.

- **التعليق على الدراسات السابقة:** باستقراء الدراسات السابقة اتضح ما يلي:

– اهتمت عدد من الدراسات بمبادرات التحول الرقمي وعلاقاتها بوسائل الإعلام،

– تنوعت الدراسات المرتبطة بموضوع مبادرات التحول الرقمي.

–تنوعت عينة الدراسات حيث ركزت بعض الدراسات على عينة من الجمهور، بينما ركز البعض على عينة من وسائل الإعلام، والبعض الآخر على عينة من القائمين بالاتصال.

– استخدمت الدراسات السابقة عدة مناهج كالمسح ودراسة الحالة والمقارن.

– تنوعت الأدوات البحثية المستخدمة في الدراسات السابقة من الاستبانة وتحليل المضمون والمقابلات.

واستفادت الباحثة من الدراسات السابقة في كيفية تطبيق منهج المسح على عينة طلاب الجامعات المصرية وفي تحديد أداة الدراسة، وحدود الدراسة الموضوعية والزمانية. وفي الاهتداء للمراجع العربية والأجنبية والاستعانة بها في عمل الإطار المعرفي للدراسة، كما مكنت الباحثة من تحديد منهج الدراسة المناسب، ووضع تساؤلات وفروض الدراسة.

- **مشكلة الدراسة:** إن غالبية دول العالم تسعى لتعزيز دور التكنولوجيا في تسيير الأعمال، وترسيخ مفهوم التحول الرقمي في كافة المجالات، وقد نتج عن ذلك زيادة متابعة الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي لمعرفة كل ما هو جديد، وهذا ما استدعى دراسة (مدى متابعة طلاب الجامعات

لوسائل التواصل الاجتماعي – كمصدر للمعلومات– للحصول على معلومات عن مبادرات التحول الرقمي، ومدى فاعليتها في دعم تلك المبادرات)

- **أهمية الدراسة:** تنبع أهمية الدراسة من النواحي التالية:

- موضوع "التحول الرقمي" أو ما يمكن أن يطلق عليه (الرقمنة) من الموضوعات التي تحتاج إلى دراسة والوقوف على مدى متابعة الطلاب له على وسائل التواصل الاجتماعي الأمر الذي جعله ضرورة ملحة لتحقيق التنمية المستدامة القادرة على التعامل بشكل أفضل.
- إن الوقوف على مدى متابعة طلاب الجامعات لوسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول مبادرات التحول الرقمي يساعد في التعرف على واقع اهتمام تلك الوسيلة الجماهيرية بتدعيم تلك المبادرات، والدور المأمول منها في التشجيع وكسب ثقة الجمهور فيها.
- بدأت مبادرات التحول الرقمي منذ وقت بعيد، وأثارت لدى الجمهور تقبل فكرة التحول الرقمي، ومن هنا جاءت أهمية دراسة مدى متابعة طلاب الجامعات لوسائل التواصل الاجتماعي، وفاعليتها في دعم تلك المبادرات.
- إن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً مهما في دعم مبادرات التنمية المستدامة في الدول النامية، ومنها مبادرات التحول الرقمي فهي في أحيان كثيرة يكون لها دور في توجيه الأحداث المرتبطة بها.
- حظيت مبادرات التحول الرقمي باهتمام في العديد من المجالات إلا أن دراسة متابعة طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات نحوها، ودعمها لا تزال تحتاج للبحث.
- تخضع الدراسة للدراسة فئة مهمة في المستقبل، وهي طلاب الجامعات الذين سوف يعينون في القريب العاجل في وظائف مختلفة، ومن الممكن اسناد تطبيق وتنفيذ وتفعيل مبادرات التحول الرقمي بعد خروجهم إلى سوق العمل.

- قد تساعد نتائج وتوصيات الدراسة المسئولين عن مبادرات التحول الرقمي في التعرف على فاعلية سائل التواصل الاجتماعي– كمصدر للمعلومات نحو التحول الرقمي، وبالتالي تعطي مؤشرات لتحسين تلك الفاعلية بما يؤدي إلى تشكيل اتجاهات إيجابية من شأنها زيادة تقبل الرقمنة من أجل تحقيق التنمية المستدامة.

- **أهداف الدراسة:** تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مدى متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي، ومستويات كثافتها.
- رصد دوافع المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.
- وصف مدى فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات.
- معرفة أكثر وسائل التواصل الاجتماعي فاعلية في دعم مبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات.
- الوقوف على اشكال دعم وسائل التواصل الاجتماعي لمبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات.
- معرفة عوامل دعم وسائل التواصل الاجتماعي لمبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات.
- قياس مستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عير وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات.
- قياس فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات.
- قياس فاعلية فوائد مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات.

- **تساؤلات الدراسة:** تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

س١: ما مدى متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.؟

س٢: ما مدى المتابعة اليومية لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.؟

س٣: ما مدى المتابعة الأسبوعية لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.؟

س٤: ما مستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.؟

س٥: ما دوافع المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.؟

س٦: ما مدى فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات.؟

س٧- ما أكثر وسائل التواصل الاجتماعي فاعلية في دعم مبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات.؟

س٨: ما اشكال دعم وسائل التواصل الاجتماعي لمبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات.؟

س٩: ما عوامل دعم وسائل التواصل الاجتماعي لمبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات.؟

س١٠: ما مستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عير وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات.؟

س١١: ما فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات.؟

س١٢: ما فوائد مبادرات التحول الرقمي عبر سائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات.؟

- **فروض الدراسة:** تسعى الدراسة للتأكد من صحة الفروض التالية:

- **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين ودرجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي
- **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين، ومستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.
- **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ومستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات.

- **التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة:**

- **وسائل التواصل الاجتماعي:** مجموعة التطبيقات أو وسائل تواصل تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى بين مستخدميها.
- **طلاب الجامعات:** الأفراد المتلقيين للعلم في الجامعات المصرية.
- **التحول الرقمي:** تطبيق التقنيات الرقمية في التعليم وغيره لإنجاز الأعمال بسرعة وفورية وتفاعلية.

- **أولاً: الإطار المعرفي (وسائل التواصل الاجتماعي والتحول الرقمي)**

أ- **وسائل التواصل الاجتماعي:** يشكل الفضاء الافتراضي أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات التي شهدها العالم، حيث أسهم التطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام أسهم في ظهور نوع جديد منه، وهو الإعلام الإلكتروني الذي يعتبر ظاهرة إعلامية تتميز بالسرعة والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت وأقل تكلفة. مما أدى إلى زيادة اعتماد الأفراد وتنوعت المواقع حتى ظهرت المواقع الاجتماعية

YouTube– WhatsApp– twitter– Facebook مما أدى إلى أن وصل نسبة مستخدمي الإنترنت من الشباب لأكثر من ٤٢%، حيث وفرت للمستخدمين بنية تفاعلية افتراضية virtual interactive environment احتلت مساحة واضحة من وقت وفكر واهتمام ووجدان وعقول الشباب وخاصة بعد نجاحها في جذب واستقطاب العديد من الفئات العمرية دونما اعتبار للفوارق الجغرافية والدينية والعرقية والجنسية والسياسية والاقتصادية ليمتزج الاتصال الشخصي والذاتي والجمعي والجماهيري في بيئة واحدة واعادة تشكيل الحياة الاجتماعية والاتصالية للفرد، كما أسهمت في التأثير على منظومة القيم والأخلاق التي تكون سلوك الفرد.[١١] إن ما تحدثه وسائل التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى اتجاهات فكرية معينة تحدث مشكلات اجتماعية مختلفة، وخاصة مع توافر عامل البعد الثقافي والمعرفي بين هؤلاء الطلاب، لأنهم ينتمون إلى بلدان مختلفة في العادات والتقاليد والأنماط الثقافية. ([١٢])

ب–**التحول الرقمي** (المفهوم– الأهمية)

أحدثت التكنولوجيا الرقمية تغيرات عالمية وأصبحت جزء لا يتجزأ من تفاعل الجمهور سواء في العمل، أو التعليم، أم كافة مناحي الحياة بحيث أحدثت تغييراً اجتماعياً في حياة الأفراد، والبيئة الأساسية في المجتمع مما سمح بالانتقال والتحول والاندماج في التطورات الحالية، ويشير مفهوم التحول الرقمي إلى" الانتقال من النظام التقليدي إلى نظام رقمي قائم على التكنولوجيا الرقمية في جميع المجالات" ولا يعني التحول الرقمي تطبيق التكنولوجيا داخل المؤسسة، بل هو برنامج شمولي كامل يمس المؤسسات، ويمس طريقة وأسلوب عملها داخليا، وكيفية تقديم الخدمات للجمهور المستهدف لجعل الخدمات تتم بشكل أسهل وأسرع. [١٣] ويشير صناع القرار والكتاب الي مفهوم التحول الرقمي بأنه" تحسين كفاءة وفعالية الخدمة العامة في ضوء احتياجات الأفراد" [١٤]

كما ورد أن التحول الرقمي هو: المرحلة الثالثة من تبني التكنولوجيا الرقمية، وهي مرحلة الكفاءة الرقمية ثم الاستخدام الرقمي ثم التحول الرقمي التي تعني أن الاستخدامات الرقمية

تمكن بطبيعتها أنواع جديدة من الابتكارات والابداعات في مجال معين بدلاً من تعزيز ودعم الطرق التقليدية، إذ يشير مفهوم التحول الرقمي إلى "الذهاب غير الورقي" بما يؤثر على كل الإعمال الفردية، وشرائح المجتمع ككل، مثل الحكومة، والاتصالات الجماعية، والفن، والطب، والعلوم. (١٥)

لقد أصبح التحول الرقمي اتجاهاً عصرياً يتوافق مع متغيرات العصر ومتطلباته، لتحقيق التنمية والتخطيط لمستقبل زاهر، وهذا لا يتطلب سوى نظام رقمي فعال في اتخاذ القرارات في الوقت المناسب. نظرا لعجز الأساليب التقليدية وجمودها وعدم قدرتها على تلبية التطورات المتسارعة مع مجتمع المعرفة.

وبناءً عليه، فإن الوضع الراهن للمحتوى الرقمي في مصر يستوجب تبني استراتيجية قومية لدعم المحتوى الرقمي وتعزيزه، على أن تتضمن هذه الاستراتيجية آليات وخططاً للتنفيذ، بالإضافة إلى مؤشرات للتقييم، وذلك في إطار سياسي اقتصادي اجتماعي يتبناه ويدفع بتطبيقه صانعو ومتخذو القرار.

إن جوهر مجتمع المعرفة هو الإبداع والتجديد والابتكار، وهذا لن يتحقق إلا من خلال منظومة واستراتيجية للعلم والمعرفة يكون مفتاحهما المفصلي هو بناء القدرات، وترسيخ فكرة التعلم من أجل اكتساب المهارات والقيم اللازمة لبناء مجتمع المعرفة والكفيلة بالإبداع والابتكار في مجال المحتوى العربي. كما أن "بناء القدرات" كمصطلح أصبح الشغل الشاغل لجميع الأوساط المؤسسية وخاصة في الدول النامية، من أجل الارتقاء بمهارات العاملين وتنميتها وتطويرها طوال الوقت نظراً للأثر الإيجابي الذى تحدثه فى تطور المجتمعات على المستويات كافة. وحتي يتسنى تحقيق الإستراتيجية القومية للمحتوى الرقمي العربي على نحوٍ يضمن الكفاءة والفاعلية، لا بد من أن تتضمن الإستراتيجية برامج وآليات لبناء قدرات الكوادر القائمة على إنشاء البنية التحتية للمحتوى الرقمي وكيفية التعامل معه وإنتاجه وتطويره، وفقا لأحدث التقنيات وتماشيا مع المعايير المعمول بها دولياً لضمان الاستدامة. (١٦)

وتتطلب استراتيجية التحول الرقمي " وضع المعايير الدولية في مجال توفير خدمات سلسة وقابلة للتشغيل المتبادل على نطاق عاملي، كما تتطلب التوزيع العادل والهادف لطيف التردد الراديوي، وكذلك تتطلب حماية الخصوصية وتوفير الأمن دون قيد أو شرط." [١٧]
وقد فرض التحول الرقمي على المؤسسات الاستفادة من التقنيات الحديثة لتكون أكثر إدراكا ومرونة في العمل وقدرة على التجديد والابتكار، وبهذه السمات تتمكن من مواكبة العصر ومواءمة الاحتياجات المتجددة بشكل أسرع لتحقيق النتائج المرجوة من أعمالها والسير نحو النجاح. [١٨] وقد أطلق المنتدى الاقتصادي العالمي عام ٢٠١٥م مبادرة تسمى "مبادرة التحول الرقمي" DTI The Digital Transformation Initiativeمشروع أطلقه العالم كجزء من المبادرات المنظمة بشأن تشكيل المستقبل. [١٩]

ثانياً: الإطار المنهجي للدراسة:

- **نوع الدراسة:**

تندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي" تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معنية أو موقف يغلب عليه صفة التحديد، وتعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها، وتصل عن طريق ذلك إلى إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها [٢٠]وتستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في وصفها الراهن. [٢١] والدراسة الحالية تستهدف وصف ظاهرة متابعة طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي، ومدى فاعليتها في دعم مبادرات التحول الرقمي.

- **منهج الدراسة:**

اعتمدت الدراسة على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات اللازمة لتوصيف وتحليل الظاهرة موضوع البحث. [٢٢]لمعرفة مدى متابعة طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي، وفاعليتها في دعم مبادرات التحول الرقمي، ويرجع ذلك لأن هذا المنهج يركز على الأوضاع الحالية ويهتم بالوصف

وتمثيل الفئات- محل الدراسة- تمثيلاً دقيقاً، وفي إطار هذا المنهج يتم مسح عينة من طلاب الجامعات المصرية للتعرف على مدى متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي، ومدى فاعلية تلك الوسائل ومبادرات التحول الرقمي.

- **مجتمع الدراسة وعينتها:**

تمثل مجتمع الدراسة في جميع طلاب الجامعات في مصر سواء كانت حكومية، أو خاصة، أو أهلية، أو اجنبية، واعتمدت على العينة العشوائية الطبقية مستندة على معيار ملكية الجامعة بالأسلوب المتساوي حيث بلغ حجم العينة ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعات لكل جامعة ١٠٠ مفردة، فجامعة الأزهر باعتبارها ذات طبيعة خاصة، وجامعة القاهرة ممثلة للجامعات الحكومية، وجامعة السادس من أكتوبر ممثلة للجامعات الخاصة، والجامعة الأمريكية بالقاهرة ممثلة للجامعات الأجنبية، وجدول رقم (١) يبين خصائص عينة الدراسة.

م	المتغيرات		ك	%	ن	%
١	النوع	ذكر	192	48.0	400	100.0
		أنثى	208	52.0		
٢	الجامعة	جامعة القاهرة	100	25.0	400	100.0
		جامعة الأزهر	100	25.0		
		جامعة ٦ أكتوبر	100	25.0		
		الجامعة الأمريكية بالقاهرة (AUC)	100	25.0		
٣	التخصص	عملي	200	50.0	400	100.0
		نظري	200	50.0		
٤	الإقامة	ريف	110	27.5	400	100.0
		حضر	290	72.5		
٥	الحالة الاجتماعية	عازب	366	91.5	400	100.0
		متزوج	34	8.5		
٦	متوسط دخل الأسرة	أقل من ٣٠٠٠ جنيها	112	28.0	400	100.0
		من ٣٠٠٠ لأقل من ٦٠٠٠ جنيها	92	23.0		
		من ٦٠٠٠ لأقل من ٩٠٠٠ جنيها	98	24.5		
		٩٠٠٠ جنيها فأكثر	98	24.5		

- تشير النتائج بالجدول (١) إلى أن الذكور يمثلون ٤٨% من عينة الدراسة بينما تمثل الطالبات ٥٢% من العينة الكلية للدراسة. وبالنسبة لانتماءات الطلاب

للجامعات فجاءت كلها بنسب مئوية متساوية قيمتها ٢٥% لكل جامعة: جامعة القاهرة، وجامعة الأزهر، وجامعة ٦أكتوبر، والجامعة الأمريكية بالقاهرة (AUC) وحسب نوعية التخصص العلمي ٥٠% من الطلاب من التخصصات العملية، و٥٠% من التخصصات النظرية. وبالنسبة لطبيعة منطقة الإقامة ٢٧,٥% يقيمون في المناطق الريفية، بينما ٧٢,٥% يقيمون في المناطق الحضرية. أما الحالة الاجتماعية نجد أن ٩١,٥% غير متزوجين (عزاب) وأن ٨,٥% متزوجون، وفي الجانب الاقتصادي وهو المرتبط بمتوسط دخل الأسرة، وجد أن ٢٨% من عينة الدراسة متوسط الدخل للأسرة أقل من (٣٠٠٠) جنيه مصري، بينما ٢٣% متوسط الدخل لأسرهم بين (٣٠٠٠ لأقل من ٦٠٠٠) جنيها مصرياً، كما أن ٢٤,٥% يقع متوسط دخل أسرهم ما بين (٦٠٠٠ لأقل من ٩٠٠٠) جنيهاً مصرياً، وأن ٢٤,٥% متوسط دخل أسرهم من ٩٠٠٠جنيهاً مصرياً فأكثر.

- **أداة الدراسة:** قامت الباحثة بإعداد استبيان مكون من (٣) محاور لتحقيق أهداف الدراسة، وهي كالتالي:

- **المحور الأول:** مدى متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.
- **المحور الثاني:** فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات التحول الرقمي.
- **المحور الثالث:** فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- **المحور الرابع:** فروض الدراسة.

- **الصدق والثبات:** اختبارا الصدق والثبات من ضرورات تصميم الأدوات المنهجية ولتتأكد الباحثة من أن هذه الأداة صالحة لتحقيق الأهداف التي أعدت من أجله قامت باختبارها كما يلي.

أ- **الصدق:** يقصد بصدق الاستبيان أن يقيس ما وضع لقياسه وقامت الباحثة بالتأكد من الصدق بطريقتين:

- **صدق المحكمين:** قامت الباحثة بإعداد الاستمارة في صورتها الأولية، وتحديد فئاتها بدقة، وتحديد البدائل المحددة لكل فئة، ووضوح معانيها والابتعاد عن التداخل الذي قد يحدث بين البدائل والفئات الواردة بها من خلال وضع تعريفات إجرائية للتأكد من صلاحيتها للتطبيق، وقد تم عرضها على أساتذة الإعلام والخبراء. [٢٣] وقامت بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة.

ب-الثبات: لتحقيق ثبات الدراسة استخدمت الباحثة المعاملات الإحصائية التالية: معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، ومعامل ارتباط سبيرمان – براون Spearman-Brown Coefficient، ومعامل التجزئة النصفية لجتمان. Guttman Split-Half Coefficient وقد أسفرت النتائج عن قيم ثبات وصدق عالية لمحاور أداة الدراسة تعرض لها الباحثة في جدول (٢)

يوضح قيم معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، ومعامل ارتباط سبيرمان – براون Spearman-Brown Coefficient، ومعامل التجزئة النصفية لجتمان Guttman Split-Half Coefficient؛ للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة

م م	محاور الاستبيان	عدد العبارات	(ألفا كرونباخ)	ارتباط سبيرمان-براون	جتمان (التجزئة النصفية)
١١	كثافة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي	3	.716	.711	.709
٢٢	فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات التحول الرقمي	٣٣	.729	.714	.711
٣٣	فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي	١٩	.723	.717	.713
	إجمالي عبارات محاور الدراسة	٥5	.805	.735	.735

- يتضح من الجدول (٢) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (٠.٧١٦) و (0.723)، وبلغت قيمتها لإجمالي محاور استبيان الدراسة (٠.٨٠٥). وتراوحت قيمة معامل ارتباط سبيرمان– براون بين (٠.٧١١) و(٠.٧٧١)، وبلغت قيمتها لإجمالي محاور استبيان الدراسة (٠.٧٣٥)، وتراوحت قيمة معامل جتمان بين (٠.٧٠٩) و(٠.٧١٣)، وبلغت قيمتها لإجمالي محاور استبيان الدراسة (٠.٧٣٥)، وهي قيم مرتفعة تدل على اتساق الاستبيان وثباته.

- **المعالجة الإحصائية للبيانات:** بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" (Statistical Package for Social Science) وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنية Scale، وعلى هذا فقد قامت الباحثة بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:
  - التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
  - المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
  - معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، ومعامل ارتباط سبيرمان– براون Spearman-Brown Coefficient، ومعامل التجزئة النصفية لجتمان Guttman Split-Half Coefficient؛ للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة.
  - اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصارا باختبار "ت" أو (T- Test).

- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصارا ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

- **مستوى الدلالة المعتمد الدراسة:** اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ ٠.٠٥، لاعتبار الفروض ذات دلالة إحصائية من عدمه. وتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

ثالثاً: نتائج الدراسة الميدانية: تعرض الباحثة لنتائج الإجابة الخاصة بمتابعة الطلاب –عينة الدراسة– وفقاً لمحاور الدراسة؛ على النحو التالي:

- **المحور الأول:** مدى متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي... يتعرف هذا المحور على مدى متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي من حيث مدة المتابعة يومياً واسبوعياً، ومستوياتها، ومستوى كثافتها، ودوافعهم من وراء المتابعة.

جدول (٣) مدى متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

م	مدى متابعة وسائل التواصل الاجتماعي	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	نادراً	26	6.5	2.75	.565
٢	أحياناً	49	12.25		
٣	دائماً	325	81.25		
	الإجمالي	400	100.0		

–النتائج الواردة بالجدول (٣) تشير إلى أن ٨١,٢٥% من الطلاب الجامعيين– عينة الدراسة– يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي بصفة دائمة، بينما يتابعها أحياناً ١٢,٢٥%، ويتابعها بصورة نادرة ٦,٥%.، مما يفيد بأنها تمثل بؤرة اهتمام طلاب الجامعات التي ينفذون منها للعالم المحيط بهم من قريب أو بعيد والتعرف عليه، وعلى القضايا المثارة محلياً أو إقليمياً أو عالمياً، والمتابع لها يجد زخما في تفاعل الشباب مع القضايا المختلفة ومن بينها قضايا التحول الرقمي في

مجال التعليم، وكم من مجموعات شبابية تقاربت وتضافرت من خلالها لمناصرة قضية معينة.

جدول (٤) مدى المتابعة اليومية لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

م	عدد الساعات	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
١	أقل من ساعة	4	1.0	3.26	.799
٢	من ساعة إلى ساعتين	77	19.25		
٣	من ساعتين إلى ثلاث ساعات	131	32.75		
٤	ثلاث ساعات فأكثر	188	47.0		
	الإجمالى	400	100.0		

- تفيد نتائج الجدول (٤) بأن ٤٧% من الطلاب–عينة الدراسة– يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي لمدة زمنية من ثلاث ساعات فأكثر يومياً، وأن ٣٢,٧٥% يتابعونها لمدة زمنية من ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً، وأن ١٩,٢٥% يتابعونها لمدة زمنية من ساعة إلى ساعتين يومياً، في حين أن ١,٠% يتابعونها في أقل من ساعة، ومجمل هذه النتائج يؤكد ما جاء بالنتائج السابقة في جدول (٣)

جدول (٥) مدى المتابعة الأسبوعية لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

م	عدد الأيام	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
١	من يوم إلى ثلاثة أيام	26	6.5	2.76	.561
٢	من ثلاثة إلى خمسة أيام	45	11.25		
٣	يومياً	329	82.25		
	الإجمالى	400	100.0		

–تبين نتائج الجدول (٥) أن ٨٢,٢٥% من الطلاب –عينة الدراسة– يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي بصورة يومية على مدار الأسبوع، بينما يتابعها ١١,٢٥% من ثلاثة إلى خمسة أيام خلال الأسبوع، ويتابعها ٦,٥% من يوم إلى ثلاثة أيام في الأسبوع. ويعني هذا أنها تحظى باهتمام كبير لدى شريحة كبيرة من طلاب الجامعات، ويؤكد ذلك الواقع المعاش حيث المشاركات لهذه الفئة من الشباب في مجموعات مختلفة؛ منها ما يهتم بالشئون والقضايا الجامعية، ومنها ما يهتم بالشأن العام المصري، ومنها للتعارف وتبادل الآراء حول القضايا والمشكلات الخاصة، ومنها ما هو للترفيه وإقامة علاقات اجتماعية في عالم افتراضي.

جدول (٦) مستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

م	مستويات كثافة المتابعة	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
١	المستوى المنخفض	19	4.75	2.76	.530
٢	المستوى المتوسط	60	15.0		
٣	المستوى المرتفع	321	80.25		
	الإجمالي	400	100.0		

- تبين النتائج الواردة بالجدول (٦) إلى أن ٨٠,٢٥% من الطلاب الجامعيين-عينة الدراسة- يرون أن مستوى كثافة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي مرتفعاً، بينما ١٥,٠% منهم يرون أن مستوى الكثافة متوسطاً، وأن ٤,٧٥% يرون أن المستوى منخفض، ويمكن تفسير هذه النتيجة بعدة عوامل: منها الاحتياجات الاجتماعية لمتابعة وسائل التواصل الاجتماعي ، والتواصل مع الأصدقاء والاقارب، والشعور بالانتماء والدعم الاجتماعي، والحصول على الأخبار والمعلومات والترفيه، مما يجعلها جزءًا لا يتجزأ من حياتهم اليومية، وعامل التعلم والتطوير الشخصي، فبعض الطلاب يتابعونها كوسيلة للتعلم والتطوير الشخصي من خلال متابعة الدورات التعليمية والمحتوى المفيد، وعامل التفاعل والمشاركة فهي منصة للتفاعل والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية والثقافية والسياسية، وقد يشعر الطلاب بالضغط الاجتماعي للبقاء متصلين ومتابعة ما يحدث في حياة أصدقائهم وزملائهم مما يزيد من كثافة متابعتها.

جدول (٧) دوافع المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

م	الدوافع	ك	%	الترتيب
١	الحصول على معلومات فورية عن التحول الرقمي	112	28.0	٢
٢	معرفة المستجدات والقرارات بشأن التحول الرقمي	139	34.75	١
٣	التواصل بشكل أسرع مع القائمين على التحول الرقمى	85	21.25	٣
٤	معرفة الآراء تجاه قضايا التحول الرقمى من خلال التعليقات	64	16.0	٤
	الإجمالى	400	100.0	

-توضح النتائج بالجدول (٧) إلى أن٣٤,٧٥ % من الطلاب- عينة الدراسة- يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي بدافع معرفة آخر المستجدات والقرارات بشأن التحول الرقمي محتلاً الترتيب الأول من بين دوافع المتابعة

تـلاه دافـع الحصـول علـى معلومـات فوريـة عـن التحـول الرقمـي بنسـبة ٢٨.٠% فـي الترتيب الثاني، وفي الترتيب الثالث ورد دافع التواصل بشكل أسرع مع القائمين على التحول الرقمي بنسبة ٢١,٢٥%، و أخيراً ورد دافع معرفة آراء الآخرين تجاه قضايا التحول الرقمي من خلال التعليقات بنسبة ١٦,٠%، مما سبق يتبين أن متابعة طلاب وطالبات الجامعات لوسائل التواصل الاجتماعي لـه دوافع متنوعة تتعلق بمبادرات التحول الرقمي، وكلها دوافع معرفية.

- **المحور الثاني: فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات التحول الرقمي**، يتعرف هذا المحور على الفاعلية، وأكثر الوسائل فاعلية، وأشكال الدعم.

جدول (٨) مدى فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات

م	مدى التفاعلية	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	ضعيفة	21	5.25	2.53	.596
٢	متوسطة	148	37.0		
٣	كبيرة	231	57.75		
	الإجمالي	400	100.0		

تشير النتائج بالجدول (٨) إلى أن ٥٧,٧٥% من الطلاب الجامعيين-عينة الدراسة- يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي لها فاعلية كبيرة في دعم مبادرات التحول الرقمي في الجامعات، وأن ٣٧,٠% يرون أنها متوسطة الفاعلية، وأن ٥,٢٥% يرون أنها ضعيفة، وقس هذا دليل على أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً مهما وفعالاً في دعم مبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات.

جدول (٩) أكثر وسائل التواصل الاجتماعي فاعلية في دعم مبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات

م	المواقع	درجة الفاعلية						المتوسط الحسابي	لانحراف المعياري
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة			
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	فيسبوك	325	81.3	57	14.2	18	4.5	2.77	.519
٢	انستغرام	120	30.0	147	36.8	133	33.3	1.97	.796
٣	يوتيوب	109	27.3	176	44.0	115	28.7	1.99	.749
٤	تليجرام	53	13.3	199	49.8	148	37.0	1.76	.669
٥	إتس اب	344	86.0	38	9.5	18	4.5	2.82	.491
٦	تويتر	48	12.0	161	40.3	191	47.8	1.64	.686

- حسب قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات التحول الرقمي لدى الطلاب؛ تفيد نتائج الجدول (٩) أن تطبيق واتساب يحظى بنسبة فاعلية كبيرة ٨٦,٠%، وبمتوسط حسابي قيمته ٢,٨٢ وانحراف معياري قيمته ٠,٤٩. وحظي فيسبوك بفاعلية كبيرة بلغت ٨١,٣% بمتوسط حسابي قيمته ٢,٧٧ بانحراف معياري قيمته ٠,٥١٩، بينما حظي تطبيق تليجرام بنسبة فاعلية متوسطة بلغت٤٩,٨% بمتوسط حسابي قيمته ١,٧٦وانحراف معياري قيمته ٠,٦٦٩ تلاه اليوتيوب بنسبة فاعلية متوسطة بلغت ٤٤,٠% بمتوسط حسابي قيمته ١,٩٩ وانحراف معياري قيمته ٠,٧٤٩ ، ثم إنستغرام بفاعلية متوسطة بلغت ٣٦% بمتوسط حسابي قيمته ١,٩٧، وأخيراً جاء تويتر(X) بفاعلية ضعيفة، مما سبق نجد اختلافاً في نسبة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات التحول الرقمي لدى الطلاب الجامعيين، وقد يكون وراء ذلك المتابعة النسبية لوسائل التواصل الاجتماعي حيث يركزون أكثر على البحث العلمي والدراسة، أو متابعتها للتواصل مع الزملاء ومشاركة الموارد الأكاديمية.

جدول (١٠) اشكال دعم وسائل التواصل الاجتماعي لمبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات

م	العبارات	درجة الموافقة						متوسط حسابي	انحراف معياري	الترتيب حسب المتوسط
		موافق		محايد		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	دعمت معرفتي بالتحول الرقمي	335	83.8	65	16.3	0	0.0	2.84	.36	1
٢	ساعدتني في فهم التحول الرقمي وأهميته	267	66.8	118	29.5	15	3.8	2.63	.55	2
٣	دعمت رغبتي بالمشاركة في التحول الرقمي	235	58.8	147	36.8	18	4.5	2.54	.58	3
٤	أسهمت في تنمية مهاراتي الرقمية	242	60.5	130	32.5	28	7.0	2.54	.62	4
٥	دعمت شعوري بالتفاعل مع التحول الرقمي	229	57.3	151	37.8	20	5.0	2.52	.59	5
٦	أسهمت في تشكيل رأي جيد تجاه الرقمنة	238	59.5	124	31.0	38	9.5	2.50	.66	6
٧	دعمت احترامي وإعجابي بالتحول الرقمي	231	57.8	139	34.8	30	7.5	2.50	.63	7

٨	دعمت أنماط سلوكي تجاه التحول الرقمي	218	54.5	150	37.5	32	8.0	2.47	.64	8
٩	اعطتني الأمل بأن المستقبل أفضل	210	52.5	157	39.3	33	8.3	2.44	.64	9
١٠	دعمت اهتمامي للبحث عن معلومات الرقمنة	213	53.3	148	37.0	39	9.8	2.44	.66	10
١١	أزالت الغموض لدى تجاه التحول الرقمي	204	51.0	153	38.3	43	10.	2.40	.67	11
١٢	قللت من الشعور بلقلق من التحول الرقمي	167	41.8	201	50.2	32	8.0	2.34	.62	12
١٣	دعمت حرصي على متابعة قضايا الرقمنة	187	46.8	163	40.8	50	12.	2.3	.69	13

تشير نتائج الجدول (١٠) إلى التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية المتعلقة بدرجات موافقة الطلاب لأشكال دعم وسائل التواصل لمبادرات التحول الرقمي، وقد وردت مرتبة ترتيباً تنازلياً كالآتي:

في الترتيب الأول وردت عبارة " دعمت معرفتي بالتحول الرقمي" بمتوسط قيمته2.84 بانحراف معياري قيمته369. وفي الترتيب الثاني وردت عبارة" ساعدتني في فهم التحول الرقمي وأهميته" بمتوسط قيمته 2.63 بانحراف معياري قيمته556. في الترتيب الثالث وردت عبارة" دعمت رغبتي بالمشاركة في التحول الرقمي" بمتوسط قيمته 2.54 بانحراف معياري قيمته582. وفي الترتيب الرابع وردت" أسهمت في تنمية مهاراتي الرقمية" بمتوسط قيمته2.54 بانحراف معياري قيمته 624. وفي الترتيب الخامس وردت" دعمت شعوري بالتفاعل مع التحول الرقمي" بمتوسط قيمته 2.52 بانحراف معياري قيمته592. وفي الترتيب السادس وردت" أسهمت في تشكيل رأي جيد تجاه الرقمنة" بمتوسط قيمته2.50 بانحراف معياري قيمته 664.وفي الترتيب السابع وردت عبارة" دعمت احترامي وإعجابي بالتحول الرقمي" بمتوسط قيمته 2.50 بانحراف معياري قيمته 633.وفي الترتيب الثامن وردت عبارة" دعمت أنماط سلوكي تجاه التحول الرقمي" بمتوسط قيمته2.47بانحراف معياري قيمته640. وفي الترتيب التاسع وردت عبارة" اعطتني الأمل بأن المستقبل أفضل" بمتوسط قيمته 2.44 بانحراف معياري قيمته642. وفي الترتيب العاشر وردت عبارة"

دعمت اهتمامي للبحث عن معلومات الرقمنة" بمتوسط قيمته2.44 بانحراف معياري قيمته .665 وفي الترتيب الحادي عشر وردت عبارة" أزالت الغموض لدى تجاه التحول الرقمي" بمتوسط قيمته2.40 بانحراف معياري قيمته676. وفي الترتيب الثاني عشر وردت" قللت من الشعور بلقلق من التحول الرقمي" بمتوسط قيمته، بمتوسط قيمته 2.34بانحراف معياري قيمته 620. وفي الترتيب الثالث عشر وردت عبارة" دعمت حرصي على متابعة قضايا الرقمنة" بمتوسط قيمته 2.34 بانحراف معياري قيمته690.

جدول (١١) عوامل دعم وسائل التواصل الاجتماعي لمبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات

م	العبارات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط
		موافق		محايد		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	تعزز من انتشار الرقمنة	219	54.8	139	34.8	42	10.5	2.44	.677	1
٢	تحث على المشاركة في التحول الرقمي	215	53.8	142	35.5	43	10.8	2.43	.679	2
٣	تبرز ميزة خفض الوقت عند تطبيق التحول الرقمي	199	49.8	170	42.5	31	7.8	2.42	.632	3
٤	تحتوي على معلومات كثيرة التفاصيل	192	48.0	181	45.3	27	6.8	2.41	.615	4
٥	المعلومات المكتسبة مفيدة وقيمة	189	47.3	182	45.5	29	7.2	2.40	.621	5
٦	تقارن بين الطرق التقليدية والرقمية	160	40.0	210	52.5	30	7.5	2.32	.609	6
٧	تثير الاهتمام	18	45.	16	40.	55	13.	2.32	.609	6

	لقضـــــــايا التحـــــول الرقمي	3	8	2	5		8			
٨	تســـــتخدم الاســـتدلال أثنـاء عـرض القضايا	165	41.3	176	44.0	59	14.8	2.27	.701	7
٩	تحتـوي علـى معلومـــات غيـــــر صـــحيحة ومضللة	150	37.5	180	45.0	70	17.5	2.20	.715	8
١٠	لا تبـالغ فـي عـــــرض القضـــــايا والموضـــوعا ت	143	35.8	196	49.0	61	15.3	2.20	.715	8
١١	المعلومـــات المقدمـــــة مســـــلية وممتعة	153	38.3	147	36.8	100	25.0	2.13	.785	9
١٢	تحتـوي علـى معلومـــات غير كافية	154	38.5	139	34.8	107	26.8	2.12	.778	10
١٣	تـدعي أشـياء غيـر مطبقـة للواقع	147	36.8	153	38.3	100	25.0	2.12	.778	10
١٤	تذكر أساليب يصـــــعب تطبيقها	107	26.8	206	51.5	87	21.8	2.05	.695	11

-تشير نتائج الجدول (١١) إلى قيم التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارات تعبر العوامل التي عززت من دعم وسائل التواصل الاجتماعي لمبادرات التحـول الرقمـي لـدى طـلاب الجامعـات- عينـة الدراسـة- وقـد جـاءت مرتبـة حسـب قـيم المتوسطات ترتيباً تنازلياً من الأعلى قيمة إلى الأقل قيمة على النحو التالي: جاء عامل (تعزز من انتشار الرقمنة) بمتوسط قيمته ٢,٤٤ بانحراف معياري قيمته ٠,٦٧٧ وتلاه

عامل (تحث على المشاركة في عملية التحول الرقمي) بمتوسط قيمته ٢,٤٣ بانحراف معياري قيمته، ثم عامل (تبرز ميزة خفض الوقت عند تطبيق التحول الرقمي) بمتوسط قيمته ٢,٤٢ بانحراف معياري قيمته ٠,٦٣٢ ثم عامل (تحتوي على معلومات كثيرة التفاصيل) بمتوسط قيمته ٢,٤١ بانحراف معياري قيمته ٠,٦١٥ ثم عامل (المعلومات المكتسبة مفيدة وقيمة) بمتوسط قيمته ٢,٤٠ بانحراف معياري قيمته ٠,٦٢١ ثم العاملين (تقارن بين الطرق التقليدية والرقمية، وتثير الاهتمام لقضايا التحول الرقمي) بمتوسط قيمته ٢,٣٢ بانحراف معياري قيمته ٠,٦٠٩ ثم (تستخدم الاستدلال أثناء عرض القضايا) بمتوسط قيمته ٢,٢٧ بانحراف معياري قيمته٠,٧٠١ ثم العاملين (تحتوي على معلومات غير صحيحة ومضللة ، ولا تبالغ في عرض القضايا والموضوعات) بمتوسط قيمته ٢,٢٠ بانحراف معياري قيمته ٠,٧١٥ ثم (المعلومات المقدمة مسلية وممتعة) بمتوسط قيمته ٢,١٣ بانحراف معياري ٠,٧٨٥ ثم العاملين (تحتوي على معلومات غير كافية، وتدعي أشياء غير مطبقة في الواقع) بمتوسط قيمته ٢,١٢ بانحراف معياري قيمته ٠,٧٧٨ وأخيراً (تذكر أساليب يصعب تطبيقها) بمتوسط قيمته ٢,٠٢ بانحراف معياري قيمته .٠,٦٩٥، ومما سبق يتبين أن قيم المتوسطات ما بين (٢,٤٤، و٢,٠٥) ولأن المقياس من ١ إلى ٣ فإن قيم المتوسطات تشير إلى أن غالبية الطلاب يميلون إلى الموافقة على العوامل التي تعزز من فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات التحول الرقمي ولكن ليس بشكل قوي جدًا، حيث إن القيمة أقرب إلى ٣ منها إلى ١. وهذا مؤشر إلى اتفاق عام مع العوامل، ولكن ليس بشكل كامل، وقيم الانحرافات المعيارية تعكس تشتتًا نسبيًا صغيرًا في الآراء، مما يعني أن معظم الطلاب لديهم آراء متقاربة حول هذا الموضوع، بالتالي يمكن الاستنتاج أن الطلاب يميلون بشكل عام للموافقة على عوامل فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات التحول الرقمي، ولكن ليست هناك قوة كبيرة في هذه الموافقة.

المحور الثالث: فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات.

جدول (١٢) مستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عير وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات.

م	المستوى	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	منخفض	22	5.5	2.31	.568
٢	متوسط	234	58.5		
٣	مرتفع	144	36.0		
	الإجمالي	400	100.0		

- تفيد النتائج بالجدول (١٢) إلى أن مستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات–عينة الدراسة– جاء متوسطاً بنسبة ٥٨,٥%، ومرتفعاً بنسبة ٣٦,٠%، ومنخفضاً بنسبة ٥,٥%. وهذه النتائج في جملتها تفيد بمحدودية فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتتفق هذه النتائج مع ما ورد في الجدول رقم (١٢) حيث جاءت الفاعلية ضعيفة.

جدول (١٣) فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات

م	مبادرات التحول الرقمي	درجة التفاعلية						متوسط حسابي	انحراف معياري
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة			
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	مبادرة مستقبلنا رقمي	106	26.	100	25.0	19	48.	1.78	.839
٢	مبادرة شباب مصر الرقمية	88	22.	152	38.0	16	40.	1.82	.768
٣	مبادرة قدوة تك	74	18.	115	28.7	21	52.	1.66	.772
٤	مبادرة secure B	56	14.	100	25.0	24	61.	1.53	.728
٥	مبادرة مهارة تك	88	22.	117	29.3	19	48.	1.73	.798
٦	مبادرة الحاضنات التكنولوجية	71	17.	121	30.3	20	52.	1.66	.763
٧	مبادرة شغلك من بيتك	83	20.	119	29.8	19	49.	1.71	.788
٨	مبادرة فرصتنا رقمية	76	19.	116	29.0	20	52.	1.67	.776
٩	مبادرة أفريقيا لرواد الألعاب والتطبيقات الرقمية	77	19.	88	22.0	23	58.	1.60	.791
١٠	مبادرة رواد تكنولوجيا المستقبل	88	22.	84	21.0	22	57.	1.65	.818

–تشير النتائج بالجدول (١٣) إلى درجة فاعلية مبادرات التحول الرقمي على وسائل التواصل لدى طلاب الجامعات– عينة الدراسة– وقد تبين أنها ضعيفة حيث وردت

فاعلية مبادرة secure B بنسبة ٦١.٠% ، ثم مبادرة أفريقيا لرواد الألعاب والتطبيقات الرقمية بنسبة ٥٨.٨%، ومبادرة رواد تكنولوجيا المستقبل بنسبة ٥٧.٠%، ومبادرة قدوة تك بنسبة ٥٢.٨% ، ومبادرتا الحاضنات التكنولوجية، و مبادرة فرصتنا رقمية بنسبة ٥٢.٠% لكل منهما، ومبادرة مبادرة شغلك من بيتك بنسبة ٤٩.٥% ، و مبادرة مهارة تك بنسبة ٤٨.٨%، و مبادرة مستقبلنا رقمي بنسبة ٤٨.٥% ، مبادرة شباب مصر الرقمية بنسبة ٤٠.٠%، ويعود السبب في مجيء فاعلية مبادرات التحول الرقمي ضعيفة لدى طلاب الجامعات– عينة الدراسة– لعدة أسباب تراها الباحثة فيما يلي:

- التفاوت في البنية التحتية: تختلف الجامعات في مستوى تجهيزاتها التكنولوجية والبنية التحتية اللازمة لدعم التحول الرقمي، فقد تكون جامعة مجهزة بشكل جيد، أخرى تعاني من نقص في الموارد التكنولوجية.
- التفاوت في الوعي والتدريب: يختلف مستوى الوعي بأهمية التحول الرقمي بين الطلاب فبعض الجامعات تقدم برامج تدريبية مكثفة لطلابها، بينما قد تفتقر أخرى لهذه البرامج.
- التحديات المالية: قد تواجه بعض الجامعات صعوبات مالية تحول دون تنفيذ مبادرات التحول الرقمي بشكل كامل، وهذا يمكن أن يؤثر على قدرة الطلاب في الوصول للموارد الرقمية.
- المعوقات الثقافية: قد تكون هناك مقاومة للتغيير من قبل بعض الطلاب الذين يفضلون الطرق التقليدية في التعليم.
- التفاوت في الدعم الحكومي: يختلف مستوى الدعم الحكومي المقدم للجامعات في تنفيذ مبادرات التحول الرقمي، مما يؤثر على قدرتها على تنفيذ هذه المبادرات بشكل فعال.

وهذه الأسباب تفسر التفاوت في درجات فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات.

جدول (١٤) فاعلية فوائد مبادرات التحول الرقمي عبر سائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات

م	العبارات	درجة الفاعلية						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة				
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	ضرورة للتنمية المستدامة	28	72.	10	26.	7	1.8	2.71	.494	1
٢	تحول المجتمع من تقليدي لرقمي	27	67.	12	30.	8	2.0	2.66	.516	2
٣	تنجز العمل بسرعة وجودة	26	66.	12	31.	1	3.0	2.63	.542	3
٤	نجز التحول الرقمي الاعمال بجودة عالية	23	59.	13	33.	3	7.5	2.52	.633	٤
٥	تقلل من افتعال الأزمات	20	51.	17	43.	2	5.0	2.47	.591	٥
٦	تقضي على الأمية	19	48.	18	45.	2	6.3	2.43	.609	٦
٧	تحقق طموحات المجتمع	20	50.	16	42.	3	8.0	2.42	.636	٧
٨	تحد من الفساد الإداري	18	46.	17	42.	4	11.	2.35	.676	٨
٩	تواجه مشكلات الإدارية المعقدة	17	43.	15	38.	7	18.	2.24	.749	٩

–تفيد النتائج بالجدول (١٤) بأن قيم التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية توضح رؤية أفراد العينة لأهمية التحول الرقمي في المجتمع، وقد وردت مرتبة ترتيباً تنازلياً كالآتي: مبادرات التحول الرقمي ضرورة للتنمية المستدامة" بمتوسط قيمته 2.71 وانحراف معياري قيمته494.، و" تساعد مبادرات التحول الرقمي على تحويل المجتمع من تقليدي لرقمي" بمتوسط قيمته2.66 بانحراف معياري قيمته516.، و"وتنجز العمل بسرعة" بمتوسط قيمته 2.63 بانحراف معياري قيمته542. ، و " تنجز الاعمال بسرعة وجودة" بمتوسط قيمته2.52 بانحراف معياري قيمته633.، و" تقلل من افتعال الأزمات" بمتوسط قيمته 2.47بانحراف معياري قيمته591.، و" تقضي على الأمية" بمتوسط قيمته 2.43 بانحراف معياري قيمته609. ، و" تحقق طموحات المجتمع" بمتوسط قيمته 2.42 بانحراف معياري قيمته636.، و" تحد من الفساد الإداري" بمتوسط 2.35 بانحراف معياري قيمته676.، و" تواجه المشكلات الإدارية المعقدة " بمتوسط قيمته 2.24 بانحراف معياري749. ومما سبق يتبن أن قيم المتوسطات ما بين (٢,٧١– ٢,٢٤) ولأن المقياس من ١ إلى ٣ فإن قيم

المتوسطات تشير إلى أن غالبية الطلاب يميلون إلى الموافقة على فوائد مبادرات التحول الرقمي ولكن ليس بشكل قوي جدًا، حيث أن القيمة أقرب إلى ٣ منها إلى ١. وهذا مؤشر إلى اتفاق عام مع العبارات، ولكن ليس بشكل كامل، وقيم الانحرافات المعيارية تعكس تشتتًا نسبياً صغيراً في الآراء، مما يعني أن معظم الطلاب لديهم آراء متقاربة حول موضوع التحول الرقمي، ويمكن الاستنتاج أن فوائد مبادرات التحول الرقمي عبر سائل التواصل الاجتماعي جاءت كبيرة.

- **المحور الرابع: التحقق من فروض الدراسة.**

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين ودرجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي؛ وللتحقق من وجود فروق بين مجموعات الطلاب عينة الدراسة حسب (النوع- التخصص العلمي- الإقامة- الحالة الاجتماعية) استخدمت الباحثة اختبار (T) للمقارنة بين كل مجموعتين مستقلتين لحساب الفروق بينهما في ودرجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

جدول (١٥-أ) يوضح قيم المتوسطات والانحرافات وقيم (T) بين مجموعات أفراد العينة حسب بعض الخصائص الديموغرافية (النوع-التخصص- الإقامة-الحالة الاجتماعية) ودرجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

	المتغيرات الديموغرافية		ن	المتوسط	انحراف معياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
درجة المتابعة	النوع	ذكر	192	3.75	1.093	.276	398	.783
		أنثى	208	3.72	.997			
	التخصص	عملى	200	3.77	1.101	.671	398	.503
		نظري	200	3.70	.982			
	الإقامة	ريف	110	3.86	1.036	1.522	398	.129
		حضر	290	3.69	1.043			
	الحالة الاجتماعية	عازب	366	3.77	1.035	2.245	398	.025
		متزوج	34	3.35	1.070			

- أفادت النتائج بالجدول (١٥-أ) بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور بمتوسط قيمته (٣,٧٥) بانحراف معياري قيمته ١,٠٩٣ والإناث بمتوسط قيمته (٣,٧٢) بانحراف معياري ٠,٩٩٧وقيمة (T) تساوي ٠,٢٧٦ ومستوى دلالة ٠,٧٨٣ بدرجة حرية ٣٩٨. ولا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصص العملي للطلاب حيث متوسط بلغ (٣,٧٧) بانحراف معياري قيمته ١,١٠١وبين التخصص النظري بمتوسط بلغ (٣,٧٠) بانحراف معياري قيمته ٠,٩٨٢ وقيمة (T) تساوي ٠,٦٧١ ومستوى الدلالة يساوي ٠,٥٠٣ وهو غير دال إحصائياً عند درجة الحرية ٣٩٨. ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب المقيمين في الريف بمتوسط بلغ (٣,٨٦) بانحراف معياري قيمته ١,٠٣٦ والمقيمين في الحضر حيث بلغ المتوسط (٣,٦٩) بانحراف معياري قيمته ١,٠٤٣، وجاءت قيمة (T) تساوي 1.522 ومستوى دلالة ٠,١٢٩ عند درجة حرية ٣٩٨. ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب العزاب بمتوسط بلغ (3.77) وانحراف معياري قيمته 1.035 وبين الطلاب المتزوجين بمتوسط بلغ (3.35) وانحراف معياري قيمته 1.070، وقيمة (T) تساوي 2.245 ومستوى دلالة 025. عند درجة حرية ٣٩٨. وبين درجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

وللتعرف على الفروق بين أكثر من مجموعتين استخدمت الباحثة اختبار (F) لمعرفة الفروق بين طلاب الجامعات الأربعة -عينة الدراسة- في درجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي. وكذلك معرفة الفروق بين المجموعات الثلاث لمستوى الاقتصادي الاجتماعي (منخفض- متوسط- مرتفع). وتعرض الباحثة للنتائج بجدول (١٥-ب).

جدول(١٥-ب) يوضح قيم المتوسطات والانحرافات وقيم (F) بين مجموعات أفراد العينة حسب بعض الخصائص الديموغرافية (الجامعة – المستوى الاقتصادي الاجتماعي) ودرجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

المتغير	المتغيرات الديموغرافية		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	Fقيمة	مستوى المعنوية
درجة	الجامعة	جامعة القاهرة	3.89	.952	396	1.132	.336

المتابعة		جامعة الأزهر	3.65	1.132			
		جامعة ٦ أكتوبر	3.66	.997			
		الجامعة الأمريكية	3.74	1.079			
		المجموع	3.73	1.043			
درجة المتابعة	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	3.79	1.026	397	.627	.535
		متوسط	3.67	1.023			
		مرتفع	3.80	1.103			
		المجموع	3.74	1.043			

– تؤكد النتائج بالجدول (١٥–ب) عدم وجود فروق بين مجموعات نوعية الجامعات الأربع –عينة الدراسة– ودرجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي حيث جاء متوسط درجات طلاب جامعة القاهرة بقيمة (٣,٨٩) بانحراف معياري قيمته، ٠,٩٥٢ وبينما جاء متوسط درجات طلاب جامعة الأزهر بقيمة (٣,٦٥) بانحراف معياري ١,١٣٢. وجاء متوسط درجات طلاب جامعة ٦ أكتوبر بقيمة (٣,٦٦) بانحراف معياري قيمته ٠,٩٩٧ وجاء متوسط درجات طلاب الجامعة الأمريكية بقيمة (٣,٧٤) بانحراف معياري قيمته ١,٠٧٩. وجاء المتوسط العام للمجموعات الأربع بقيمة (٣,٧٣) بانحراف معياري قيمته ١,٠٤٣ وقيمة(F) تساوي ١,١٣٢ ومستوى الدلالة ٠,٣٣٦ وهي قيمة غير دالة على وجود فروق بين متغير الجامعات الأربع في درجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي... كما تؤكد على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المستوى الاقتصادي الاجتماعي (منخفض–متوسط–مرتفع)، حيث جاء المتوسط العام للمجموعات الثلاث بقيمة ٣,٧٤ وانحراف معياري قيمته ١,٠٤٣ وقيمة(F) تساوي ٠,٦٢٧ ومستوى معنوية٠,٥٣٥ وهي غير دالة، وبناء على ما سبق يتم رفض الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين، ودرجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي، وبالتالي نقبل بالفرض الصفري: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين، ودرجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

الفـرض الثـاني: توجـد فـروق ذات دلالــة إحصـائية بـين الخصـائص الديموجرافيــة للمبحـوثين، ومسـتويات كثافـة متابعـة الطـلاب لوسـائل التواصـل الاجتمـاعي الداعمـة لمبادرات التحول الرقمي.

جدول (١٦-أ) يوضح قيم المتوسطات والانحرافات وقيم (T) بين مجموعات أفراد العينة حسب بعض الخصائص الديموغرافية (النوع-التخصص- الإقامة-الحالة الاجتماعية) ومستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

الاتجاه	المتغيـــــــــرات الديموغرافية		ن	المتوسط	انحـــراف معياري	قيمة T	درجات الحرية	مسـتوى المعنوية
مستويات كثافة المتابعة	النوع	ذكر	192	.19	.487	1,457	398	0,146
		أنثى	208	.25	.437			
	التخصص	عملي	200	.17	.471	2.284	398	.023
		نظري	200	.28	.448			
	الإقامة	ريف	110	.20	.465	.599	398	.549
		حضر	290	.23	0,461			
	الحالـــــة الاجتماعية	عازب	366	.23	.472	1.385	398	.167
		متزوج	34	.12	.327			

- رصدت نتائج الجدول (١٦-أ) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب - عينة الدراسة- من حيث النوع (ذكور، وإناث) ؛ حيث جاء متوسط درجات الذكور بقيمة (٠,١٩) بـانحراف معيـاري (٠,٤٨٧) ومتوسـط درجـات الإنـاث بلـغ (٠,٢٥) بـانحراف معياري قيمته (٠,٤٣٧) وقيمة (T) (١,٤٥٧) وعند درجة حرية ٣٩٨ ومستوى معنوية ٠,١٤٦ وهو غير دال على وجود فروق بين الذكور والإناث، ومستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي ، كما لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصص العملي للطلاب بمتوسط قيمته (٠,١٧) بانحراف معيـاري ٠,٤٧١، وبـين التخصـص النظـري للطـلاب بمتوسـط قيمتـه (٠,٢٨) بـانحراف معياري ٠,٤٤٨ وقيمة (T) ٢,٢٨٤ ومستوى دلالة ٠,٠٢٣ وهو غير دال إحصائياً عند درجة حرية ٣٩٨. ، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب المقيمين في الريف بمتوسط (٠,٢٠) وانحراف معياري ٠,٤٦٥ وبين الطلاب المقيمين في الحضر بمتوسط

(٠,٢٣) وانحراف معياري ٠,٤٦١، وقيمة (T) ٠,٥٩٩ ومستوى دلالة ٠,٥٤٩ عند درجة حرية ٣٩٨، و– ايضاً– لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب العزاب بمتوسط قيمته (٠,٢٣) وانحراف معياري ٠,٤٧٢ وبين الطلاب المتزوجين بمتوسط قيمته (٠,١٢) وانحراف معياري ٠,٣٢٧، وقيمة (T) ١,٣٨٥ ومستوى دلالة ٠,١٦٧ وهو غير دال إحصائياً عند درجة حرية ٣٩٨.

جدول(١٦–ب) يوضح قيم المتوسطات والانحرافات وقيم (F) بين مجموعات أفراد العينة حسب بعض الخصائص الديموغرافية (الجامعة – المستوى الاقتصادي الاجتماعي) ومستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

المتغير	المتغيرات الديموغرافية		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة F	مستوى المعنوية
مستويات كثافة المتابعة	الجامعة	جامعة القاهرة	.11	.490	396	4.233	.006
		جامعة الأزهر	.22	.416			
		جامعة ٦ أكتوبر	.22	.416			
		الجامعة الأمريكية	.34	.497			
		المجموع	.22	.462			
	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	.15	.449	397	5.197	.006
		متوسط	.30	.503			
		مرتفع	.15	.362			
		المجموع	.22	.462			

– تشير نتائج الجدول (١٦–ب) إلى عدم وجود فروق بين مجموعات نوعية الجامعات الأربع –عينة الدراسة– في مستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي، حيث جاء متوسط درجات طلاب جامعة القاهرة بقيمة (٠,١١) بانحراف معياري قيمته٠,٤٩٠ وجاء متوسط درجات طلاب جامعة الأزهر بقيمة (٠,٢٢) بانحراف معياري قيمته ٠,٤١٦. وجاء متوسط درجات طلاب جامعة ٦ أكتوبر بقيمة (٠,٢٢) بانحراف معياري قيمته ٠,٤١٦ وجاء متوسط درجات طلاب الجامعة الأمريكية بالقاهرة بقيمة (٠,٣٤) بانحراف معياري قيمته ٠,٤٩٧. وجاء المتوسط العام

للمجموعات الأربع بقيمة (٠,٢٢) بانحراف معياري قيمته ٠,٤٦٢ وجاءت قيمة(F) تساوي ٤,٢٣٣ وقيمة مستوى الدلالة ٠,٠٠٦ وعند درجة حرية ٣٩٦ فهي قيمة غير دالة على وجود فروق بين طلاب الجامعات الأربع في درجة الاهتمام بقضايا التحول الرقمي، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المستوى الاقتصادي الاجتماعي الثلاث (منخفض–متوسط– مرتفع)، حيث جاء المتوسط العام للمجموعات الثلاث بقيمة ٠,٢٢ بانحراف معياري قيمته ٠,٤٦٢ وقيمة (F) ٥,١٩٧ وقيمة مستوى معنوية ٠,٠٠٦ وعند درجة حرية ٣٩٧، وهي غير دالة، وبناء على ما سبق من نتائج كلا الجدولين (٣٧–أ، ب) يتم رفض الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ومستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي، ونقبل بالفرض البديل: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ومستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ومستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عير وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات

جدول (١٧–أ) يوضح قيم المتوسطات والانحرافات وقيم (T) بين مجموعات أفراد العينة حسب بعض الخصائص الديموغرافية (النوع–التخصص– الإقامة–الحالة الاجتماعية) ومستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عير وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات.

	المتغيرات الديموغرافية		ن	المتوسط	انحراف معياري	قيمة T	درجات الحرية	مستوى المعنوية
مستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي	النوع	ذكر	192	.23	.514	1.997	398	.047
		أنثى	208	.13	.576			
	التخصص	عملى	200	.25	.547	2.660	398	.008
		نظري	200	.11	.544			
	الإقامة	ريف	110	.15	.556	.718	398	.473
		حضر	290	.19	.547			
	الحالة الاجتماعية	أعزب	366	.17	.543	.968	398	.334
		متزوج	34	.26	.618			

– توصف النتائج الواردة بالجدول (١٧–أ) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الطلاب –عينة الدراسة– ومستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات حيث جاء متوسط درجات الذكور (٠,٢٣) وانحراف معياري (٠,٥١٤) وجاء متوسط درجات الإناث بـ(٠,١٣) وانحراف معياري (٠,٥٧٦)، وقيمة (T) (١,٩٩٧) عند درجة حرية ٣٩٨ ومستوى معنوية ٠,٠٤٧، وهو غير دال على وجود فروق بين الذكور والإناث من طلاب الجامعات. كما لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصص العملي للطلاب بمتوسط (٠,٢٥) وانحراف معياري ٠,٥٤٧ وبين التخصص النظري للطلاب بمتوسط قيمته (٠,١١) وانحراف معياري ٠,٥٤٤ وقيمة (T) ٢,٦٦٠ ومستوى دلالة يساوي ٠,٠٠٨ وهو غير دال إحصائياً عند درجة حرية ٣٩٨. وأيضاً لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب المقيمين في الريف بمتوسط قيمته (٠,١٥) وانحراف معياري ٠,٥٥٦ وبين المقيمين في الحضر بمتوسط قيمته (٠,١٩) وانحراف معياري ٠,٥٤٧ وقيمة (T) تساوي ٠,٧١٨ ومستوى دلالة ٠,٤٧٣ عند درجة حرية ٣٩٨. كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب العزاب بمتوسط قيمته (٠,١٧) وانحراف معياري ٠,٥٤٣ وبين الطلاب المتزوجين بمتوسط قيمته (٠,٢٦) وانحراف معياري ٠,٦١٨، وجاءت قيمة (T) ٠,٩٦٨ ومستوى دلالة ٠,٣٣٤ وهو غير دال إحصائياً عند درجة حرية ٣٩٨.

جدول(١٧–ب) يوضح قيم المتوسطات والانحرافات وقيم (F) بين مجموعات أفراد العينة حسب بعض الخصائص الديموغرافية (الجامعة – المستوى الاقتصادي الاجتماعي) ومستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات

المتغير	المتغيرات الديموغرافية		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة F	مستوى المعنوية
مستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي	الجامعة	جامعة القاهرة	.27	.584	396	3.543	.015
		جامعة الأزهر	.26	.525			
		جامعة ٦ أكتوبر	.07	.555			

		الجامعـــــة الأمريكية	.11	.510			
		المجموع	.18	.549			
	المســـتوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	.25	.511	2	2.105	.123
		متوسط	.12	.592	397		
		مرتفع	.20	.497			
		المجموع	.18	.549			

– تفيد النتائج بالجدول (١٧–ب) بعدم وجود فروق بين مجموعات طلاب نوعية الجامعات الأربع– عينة الدراسة– ومستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط درجات طلاب جامعة القاهرة بقيمة (٠,٢٧) وانحراف معياري قيمته٠,٥٨٤ وجاء متوسط درجات طلاب جامعة الأزهر بقيمة (٠,٢٦) وانحراف معياري ٠,٥٢٥. وجاء متوسط درجات طلاب جامعة ٦ أكتوبر بقيمة (٠,٠٧) بانحراف معياري ٠,٥٥٥ وجاء متوسط درجات طلاب الجامعة الأمريكية بالقاهرة بقيمة (٠,١١) بانحراف معياري ٠,٥١٠. وجاء المتوسط العام للمجموعات الأربع بقيمة (٠,١٨) بانحراف معياري قيمته ٠,٥٤٩ وقيمة(F) تساوي ٣,٥٤٣ وقيمة مستوى دلالة ٠,٠١٥ وعند درجة حرية ٣٩٦ وهي قيمة غير دالة على وجود فروق بين نوعية الجامعات الأربع، كما تشير النتائج لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المستوى الاقتصادي الاجتماعي الثلاث (منخفض–متوسط– مرتفع) بمتوسط عام للمجموعات الثلاث بقيمة ٠,١٨ وانحراف معياري ٠,٥٤٩ وقيمة (F) تساوي ٢,١٠٥ وقيمة مستوى المعنوية ٠,١٢٣ وعند درجة حرية تساوي ٣٩٧، وهي غير دالة عند أي مستوى دلالة معنوي.

وبناء على النتائج السابقة يتم رفض الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين، ومستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويتم قبول الفرض البديل: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين، ومستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

- **خاتمة الدراسة:**

أ- النتائج العامة للدراسة:

- تساوى الطلاب والطالب بفارق بسيط بينهما، ولكل جامعة نسبة متساوية، والتخصص-ابضا- ورد مناصفة بينهما، وتفوق القاطنون في الحضر على الريف بنسبة كبيرة، وتفوق غير المتزوجين على المتزوجين بنسبة تصل إلى أكثر من ٩٠%، وتفوت متوسط دخل أسرة الطالب أو الطالبة بنسب متقاربة.
- أكثر من ٨٠% من الطلاب الجامعيين- عينة الدراسة- يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي، واقل من نصف الطلاب يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي لمدة زمنية من ثلاث ساعات فأكثر، والباقي يتابعونها لمدة زمنية من ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً، ولمدة زمنية من ساعة إلى ساعتين يومياً.
- نسبة كبيرة تتعدى ٨٠% من الطلاب -عينة الدراسة- يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي بصورة يومية على مدار الأسبوع.
- ورد مستوى كثافة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي مرتفعاً.
- جاءت دوافع متابعة طلاب الجامعات لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي مرتبة حسب قوتها كالتالي: معرفة آخر المستجدات والقرارات بشأن التحول الرقمي والحصول على معلومات فورية عن التحول الرقمي، والتواصل بشكل أسرع مع القائمين على التحول الرقمي، ومعرفة آراء الآخرين تجاه قضايا التحول الرقمي من خلال التعليقات.
- يرى طلاب الجامعات – عينة الدراسة- أن وسائل التواصل الاجتماعي لها فاعلية كبيرة في دعم مبادرات التحول الرقمي في الجامعات.

- جاءت وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر فاعلية في دعم مبادرات التحول الرقمي مرتبة كما يلي: واتساب وفيسبوك بدرجة فاعلية كبيرة، وتليجرام، واليوتيوب، وإنستغرام بدرجة فاعلية متوسطة، بينما جاء تويتر (X) درجة بفاعلية ضعيفة.
- وردت أشكال دعم وسائل التواصل لمبادرات التحول الرقمي مرتبة ترتيباً تنازلياً كالآتي: عبارة " دعمت معرفتي بالتحول الرقمي" وعبارة" ساعدتني في فهم التحول الرقمي وأهميته" وعبارة" دعمت رغبتي بالمشاركة في التحول الرقمي" وعبارة " أسهمت في تنمية مهاراتي الرقمية" وعبارة " دعمت شعوري بالتفاعل مع التحول الرقمي" وعبارة " أسهمت في تشكيل رأي جيد تجاه الرقمنة" وعبارة" دعمت احترامي وإعجابي بالتحول الرقمي" وعبارة" دعمت أنماط سلوكي تجاه التحول الرقمي" وعبارة" اعطتني الأمل بأن المستقبل أفضل" وعبارة" دعمت اهتمامي للبحث عن معلومات الرقمنة" وعبارة" أزالت الغموض لدى تجاه التحول الرقمي" وعبارة " قللت من الشعور بالقلق من التحول الرقمي" وعبارة" دعمت حرصي على متابعة قضايا الرقمنة"
- وردت العوامل التي عززت من دعم وسائل التواصل الاجتماعي لمبادرات التحول الرقمي لدى طلاب الجامعات– عينة الدراسة– مرتبة حسب قيم المتوسطات ترتيباً تنازلياً من الأعلى قيمة إلى الأقل قيمة على النحو التالي: عامل (تعزز من انتشار الرقمنة) وعامل (تحث على المشاركة في عملية التحول الرقمي) وعامل (تبرز ميزة خفض الوقت عند تطبيق التحول الرقمي) وعامل (تحتوي على معلومات كثيرة التفاصيل) وعامل (المعلومات المكتسبة مفيدة وقيمة) والعاملين (تقارن بين الطرق التقليدية والرقمية، وتثير الاهتمام لقضايا التحول الرقمي) وعامل(تستخدم الاستدلال أثناء عرض القضايا) والعاملين (تحتوي على معلومات غير صحيحة ومضللة ، ولا تبالغ في عرض القضايا والموضوعات) وعامل (المعلومات المقدمة

مسلية وممتعة) والعاملين (تحتوي على معلومات غير كافية، وتدعي أشياء غير مطبقة في الواقع) وعامل (تذكر أساليب يصعب تطبيقها)

- أن مستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات–عينة الدراسة– جاء متوسطاً.
- درجة فاعلية مبادرات التحول الرقمي على وسائل التواصل لدى طلاب الجامعات– عينة الدراسة– وردت ضعيفة في جميع المبادرات التي وردت في الاستبيان، وهي مرتبة كالتالي: مبادرة secure B، ثم مبادرة أفريقيا لرواد الألعاب والتطبيقات الرقمية، ومبادرة رواد تكنولوجيا المستقبل، ومبادرة قدوة تك، ومبادرتا الحاضنات التكنولوجية، ومبادرة فرصتنا رقمية، ومبادرة مبادرة شغلك من بيتك، ومبادرة مهارة تك، ومبادرة مستقبلنا رقمي، ومبادرة شباب مصر الرقمية،
- وردت أهمية مبادرات التحول الرقمي مرتبة ترتيباً تنازلياً كالآتي: مبادرات التحول الرقمي ضرورة للتنمية المستدامة" و" تساعد مبادرات التحول الرقمي على تحويل المجتمع من تقليدي لرقمي" و"وتنجز العمل بسرعة" و" تنجز الاعمال بسرعة وجودة" و" تقلل من افتعال الأزمات" و" تقضي على الأمية" و" تحقق طموحات المجتمع" و" تحد من الفساد الإداري" و" تواجه المشكلات الإدارية المعقدة "
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية لطلاب الجامعات في متغيرات (النوع– التخصص– الإقامة– الحالة الاجتماعية) ودرجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين، ودرجة متابعة وسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب –عينة الدراسة– من حيث النوع (ذكور، وإناث) ومستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب المقيمين في الريف والمقيمين في الحضر، ومستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.
- عدم وجود فروق بين مجموعات نوعية الجامعات الأربع –عينة الدراسة– في مستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ومستويات كثافة متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي الداعمة لمبادرات التحول الرقمي.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الطلاب –عينة الدراسة– ومستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي بير وسائل التواصل الاجتماعي.
- عدم وجود فروق بين مجموعات طلاب نوعية الجامعات الأربع– عينة الدراسة– ومستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين، ومستوى فاعلية مبادرات التحول الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ب–**توصيات الدراسة:** توصي الدراسة بما يلي:

- انشاء إدارة رئيسة داخل كل جامعة، ويطلق عليها إدارة التحول الرقمي، على أن يكون لها فروع في الكليات؛ تتولى تنفيذ عملية التحول الرقمي لدى أعضاء هيئة التدريس والطلاب والعاملين.
- تضع هذه الإدارة برنامجاً تعريفياً يستهدف تهيئة الطلاب لتقبل التحول الرقمي في التعليم، على أن يتضمن الأنشطة التالية:
  - تشجيع أعضاء هيئة التدريس والطلاب والعاملين والطلاب على الانخراط في عملية التحول الرقمي.

- إقامة ندوات ومحاضرات للجمهور الداخلي للجامعة حول فوائد التحول الرقمي.
- عمل دورات للتدريب على استخدام تطبيقات التعلم الالكتروني.
- انشاء صفحات على وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور ودعم عملية التحول الرقمي.
- تدشين مسابقات بين الطلاب حول التحول الرقمي.

- مراجع الدراسة:

[1] - Yun-Peng Yuan, Yogesh K. Dwivedi. (2023) Government Digital Transformation: Understanding the Role of Government Social Media. Government Information Quarterly, 40(3)

[2]- Van Huu Dat, Tran Thu Phuong. (2024). Digital Transformation and Its Impact on Environmental Awareness and Green Consumption Among Students. E3S Web of Conferences 559, 03009

[٣]- محمد عبد الحميد الصغير (٢٠٢٣) دور رأس المال البشري في تفعيل آليات التحول الرقمي في ضوء مبادرات الشمول المالي بالتطبيق على الحكومة المصرية، المجلة العلمية للبحوث التجارية، مجلد١٠, العدد ٤، ٤٧٩- ٥١٤.

[٤]- رشا عادل لطفي (٢٠٢٢) مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التمكين الرقمي للشباب ذوي الاحتياجات الخاصة وتقييمهم لها: دراسة حالة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد ٢١، العدد٢، ص ٢٥٧ - ٢٩٢.

[٥]- نسرين حسام الدين حسن، ونهي حسين قطب، وفاطمة فايز عبده، وإنجي عباس أبو العز، أحمد شحاته عبد الفضيل (٢٠٢٢) المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصات الإعلامية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠: دراسة تحليلية، *مجلة البحوث الإعلامية، مجلد ٣، العدد ٦١ص ١٤١٢-١٤٤٣.*

[6] - Abdulaziz Alhubaishy · Abdulmajeed Aljuhani. (2021). The challenges of instructors' and students' attitudes in digital transformation: A case study of Saudi Universities. Education and Information Technologies 26:4647–4662

[٧]- كريمة كمال توفيق (٢٠٢١) دور الإعلام في التحول الرقمي لمؤسسات التعليم العالي في ظل جائحة كورونا: جامعتي جنوب الوادي والسويس- دراسة حالة، *المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد ١٠*، ص٢٢٧- ٢٨٥.

[٨]- عبد الرحمن بن فهد المطرف(٢٠٢٠م) التحول الرقمي للتعليم الجامعي في ظل الأزمات بين الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، المجلة العلمية لكلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد السادس والثلاثون، العدد السابع، يوليو،

[٩]- نوال بنت علي البلوشية، ونبهان بن حارص الحراصي، وعلي بن سيف العوفي (٢٠٢٠م) واقع التحول الرقمي في المؤسسات العمانية، مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا، جامعة السلطان قابوس، عمان، مارس٢٠٢٠م.

[10]- Zeyneb Tatli, Hava Ipek Akbulut, Derya Altin Isik (2019) changing attitudes towards educational technology usage in classroom: web 2.0 tools, Malaysin online journal of educational technology, volume7, issue2.

[١١]- محمد بن جزاء الحربي(٢٠١٩م) تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات الفكرية لدى طلاب الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة من وجهة نظرهم، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، العدد١٠٨، ص ١٧٦.

[١٢]- أشرف جلال حسن(٢٠٠٩م) أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، المؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر" الإعلام والأسرة وتحديات العصر"كلية الإعلام، جامع القاهرة.

[١٣]- مصطفى أحمد أمين(٢٠١٨م) التحول الرقمي في الجامعات المصرية كمتطلب لتحقيق مجتمع المعرفة، مجلة الإدارة التربوية، كلية التربية، جامعة دمنهور، العدد ١٩، ص ١٨.

[14]- Maye, Terry & Others (2009) Transforming Higher Education Through Technology- Enhanced Learning, the higher education academy, York science park, Heslington, December

[15]- https:\\en.wikipedia.org

[١٦]- جمهورية مصر العربية: وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، الإستراتيجية القومية للمحتوى الرقمي العربي، ص١٧

[١٧]-هولين جاو(٢٠١٧م) نحو عالم من التحول الرقمي الذكي، التحول الرقمي الذكي - ما هي الخطوات المقبلة؟، مجلة أخبار الإتحاد الدولي للاتصالات، مايو ٢٠١٧.

[١٨]- محمد علي حسن شعلان(٢٠١٦م) حوكمة التحول الرقمي في الرؤية السعودية ٢٠٣٠، مجلة المهندس، الهيئة السعودية للمهندسين، العدد ٩٩.

[19]-World Economic Forum (2017) Digital Transformation Initiative Professional Services Industry, White Paper, Committed to Improving The State Of The World, January.p,2.

[٢٠]- سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، ط٣، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٩ص ١٣١.

[٢١]- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ١٣.

[٢٢]- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧م، ص٩٣.

[٢٣]- **تم عرض الاستمارة على الأساتذة الآتية أسماؤهم حسب درجتهم العلمية.**

- أ.د/ جمال عبد الحي النجار: أستاذ الصحافة والنشر المتفرغ بكلية الإعلام(بنات) جامعة الأزهر.
- أ.د/ رضا عبد الواجد أمين: أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام- جامعة الأزهر.
- أ.م. د/ عبد الراضي حمدي البلبوشي: أستاذ العلاقات العامة المساعد ووكيل كلية الإعلام- جامعة الأزهر.
-أ.م. د/ علي جمعة حمودة: أستاذ الصحافة والنشر المساعد بكلية الإعلام - جامعة الأزهر.
- أ.م. د/ مصطفى علوان: أستاذ الصحافة والنشر المساعد بكلية الإعلام - جامعة الأزهر.