

تحليل مسار العلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي لدى الشباب

د. مروة فوزي عبد العليم
مدرس علم النفس – كلية الآداب
جامعة سوهاج

أ.د. طارق محمد عبد الوهاب حمزة
أستاذ علم النفس – عميد كلية الآداب
جامعة الفيوم

ملخص

هدفت الدراسة إلى تحليل مسار العلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي لدى الشباب، والتحقق من إمكانية التوصل إلى نموذج يفسر العلاقات بين متغيرات الدراسة. حيث أصبحت هذه الوسائل جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للشباب وتؤثر على مختلف جوانبها. اعتمدت الدراسة على عينة استطلاعية من ٢٠٠ شاباً وفتاة، وعينة أساسية من ١٦٦ شاباً وفتاة تراوحت أعمارهم بين ٢١ و٣٧ عاماً، واستخدمت مقياسين رئيسيين هما مقياس التفكير النقدي ومقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي، وإلى وجود تأثير مباشر موجب دال إحصائياً للبعد الثقافي والترفيهي على التفكير النقدي، وإلى وجود تأثير مباشر سالب دال إحصائياً للبعد الاجتماعي على التفكير النقدي. وأشارت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في التفكير النقدي. أشارت النتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤثر بشكل إيجابي وسلبي على التفكير النقدي لدى الشباب، حيث يمكن للاستخدام الموجه والمدرّس أن يعزز مهارات التفكير النقدي. أوصت الدراسة بضرورة توجيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز التفكير النقدي وتحقيق الفوائد التعليمية والتنموية المنشودة.

الكلمات المفتاحية: التفكير النقدي، وسائل التواصل الاجتماعي، الشباب.

مقدمة:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من حياة الشباب في العصر الحديث؛ حيث تؤثر بشكل كبير على مختلف جوانب حياتهم الاجتماعية والثقافية والتعليمية. مع الانتشار الواسع لاستخدام هذه الوسائل، تثار العديد من التساؤلات حول تأثيرها على مهارات التفكير النقدي لدى الشباب، والتي تعد من المهارات الأساسية في تطوير القدرة على التحليل والتقييم واتخاذ القرارات المستنيرة. أشارت نتائج الدراسات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تؤدي إلى تأثيرات متنوعة على مهارات التفكير النقدي، سواء كانت هذه التأثيرات إيجابية أو سلبية؛ فبعض نتائج البحوث أشارت إلى أن الاستخدام المستمر لوسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز مهارات التفكير النقدي من خلال توفير منصات للنقاش والتفاعل الاجتماعي والمعلوماتي، بينما أشارت نتائج دراسات أخرى إلى أن الاستخدام الزائد وغير الموجه يمكن أن يؤدي إلى تشتت الانتباه وانخفاض القدرة على التفكير النقدي العميق (Kietzmann et al., 2011; Anderson & Rainie, 2012; Ennis, 2015; Al-Zou'bi, 2021).

وتهدف الدراسة الحالية إلى تحليل مسار العلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (في أبعادها المختلفة: الاجتماعي، التعليمي، الثقافي، الترفيهي، السياسي، والإخباري) ومهارات التفكير النقدي (المهارات المعرفية، الوجدانية، والاجتماعية). والتوصل إلى نموذج يفسر العلاقات بين متغيرات الدراسة. ويُعد التفكير النقدي عملية معرفية تهدف إلى التقييم والتحليل المنهجي للمعلومات والأفكار. ويُعنى التفكير النقدي بفهم المنطق وتحديد الأخطاء والافتراضات، وبناء حجج قوية ومتناسكة (Facione, 2011). وتُعد مهارات التفكير النقدي ضرورية للشباب، خصوصاً في ظل التحديات المعرفية التي تواجههم يومياً من خلال تدفق المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ فالشباب في حاجة ملحة للتفكير

النقدي لمسايرة العالم سريع التغير، فالיום يتعرض الشباب لأفكار وقضايا متباينة، بل متضاربة في بعض الأحيان عبر مصادر المعلومات التقنية المختلفة سواء أكانت عبر الإنترنت أو غيرها من وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، والتفكير النقدي هو الأداة التي تمكن الشباب من مواجهة إفرزات الثورة المعرفية والتقنية الهائلة التي يحملها القرن الحادي والعشرون (عبد العاطي، حسن، ٢٠٠٨).

وأظهرت نتائج دراسة قامت بها Greenhow و Lewin في عام (2016) أن النقاشات والتفاعلات عبر وسائل التواصل الاجتماعي تعزز القدرة على التفكير النقدي من خلال تعريض الأفراد لوجهات نظر متنوعة وتشجيع التفكير النقدي حول مختلف القضايا. وعلى النقيض من ذلك، أظهرت دراسة أخرى أجراها Rosen وزملائه في عام (2013) أن الاستخدام غير الموجه والمفرط لوسائل التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى تشتيت الانتباه وتقليل القدرة على التركيز والتفكير العميق.

وعلى ذلك ؛ فإن مهارات التفكير النقدي من مهارات الحياة الضرورية التي تتطلب تمييزها باستمرار، نتيجة لما يحدث في العالم من تطورات تكنولوجية سريعة، والتغيرات في البناء الاجتماعي، وظهور العولمة، فهذه التطورات والتغيرات لا تحتاج فرداً مستقبلاً سلبياً للمعلومات حافظاً لها، بل فرداً نشطاً يكون له رأي في الأفكار والقضايا المختلفة ، فيميز بين صالحها وطالحها، فيكون قادراً على التفكير الصحيح ومن ثم قادراً على اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب (عبد العاطي، حسن، ٢٠٠٨ ؛ Slameto,2014).

وبشكل عام، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تؤثر على قدرة الأفراد على التفكير النقدي وتشكيل وجهات نظرهم ، وعلى الجانب الآخر يمكن أن يؤثر التفكير النقدي أيضاً على كيفية تعامل الأفراد مع وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها.

مشكلة الدراسة:-

في السنوات الأخيرة، أصبح من الواضح أن هناك فجوة معرفية ملحوظة تتعلق بفهم العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومهارات التفكير النقدي لدى الشباب. هذا الفهم المحدود يثير العديد من التساؤلات حول التأثيرات المتعددة والمتباينة لاستخدام هذه الوسائل على التفكير النقدي المختلفة. تتنوع هذه التأثيرات بين تعزيز بعض المهارات من جهة، وتقليل القدرة على التركيز والتفكير النقدي العميق من جهة أخرى (Ophir et al., 2009). هذا التباين يعكس وجود تعارضات وحقيقة غير مفسرة تتطلب دراسة معمقة.

تتمثل المشكلة في الحاجة إلى الكشف عن تحليل مسار العلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (في أبعادها المختلفة: الاجتماعي، التعليمي، الثقافي، الترفيهي، السياسي، والإخباري) ومهارات التفكير النقدي (المهارات المعرفية، الوجدانية، والاجتماعية). والتحقق من إمكانية التوصل لنموذج يفسر العلاقات بين متغيرات الدراسة، مثل هذا النموذج يمكن أن يوفر فهماً شاملاً للتأثيرات المباشرة بين المتغيرين، مما يساعد في سد الفجوة المعرفية الحالية وتقديم رؤى جديدة حول كيفية توجيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز مهارات التفكير النقدي (Junco, 2012).

علاوة على ذلك، يتضمن البحث استكشاف الفروق بين الجنسين في هذه العلاقة، مما يساهم في تقديم صورة أكثر تفصيلاً ودقة حول التأثيرات المختلفة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التفكير النقدي بين الذكور والإناث.

١- وتتحدد مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة الأسئلة الآتية:

٢- هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (البعد الاجتماعي-البعد التعليمي-البعد الثقافي -البعد الترفيهي- البعد

- السياسي-البعد الإخباري) وبين التفكير النقدي (المهارات المعرفية -المهارات الوجدانية - المهارات الاجتماعية)؟
- ٣- ما مدى صحة نموذج تحليل المسار للعلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي؟
- ٤- هل توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات الذكور ومتوسط درجات الإناث على متغيرات الدراسة (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي)؟

أهداف الدراسة:-

تهدف الدراسة الحالية إلى:-

- ١- محاولة سد الفجوة في الدراسات العربية التي تناولت طبيعة العلاقة الارتباطية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (البعد الاجتماعي-البعد التعليمي-البعد الثقافي -البعد الترفيهي- البعد السياسي-البعد الإخباري) وبين التفكير النقدي (المهارات المعرفية -المهارات الوجدانية - المهارات الاجتماعية)
- ٢- تحليل العلاقات الارتباطية بين أبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة (الاجتماعي، التعليمي، الثقافي، الترفيهي، السياسي، الإخباري)، وبين المهارات المعرفية، الوجدانية، والاجتماعية للتفكير النقدي.
- ٣- بناء نموذج يوضح مسارات العلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي من خلال تحليل المسار، مما يساهم في فهم ديناميات هذه العلاقة بشكل أعمق.
- ٤- إعداد مقياس جديد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمواكبة التغيرات المستمرة في وسائل التواصل الاجتماعي .
- ٥- تحليل الفروق بين متوسط درجات الذكور والإناث في استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي ومهارات التفكير النقدي، وتفسير هذه الفروق في سياق التأثيرات الاجتماعية والثقافية.

٦- اقتراح استراتيجيات مبنية على نتائج الدراسة لتعزيز التفكير النقدي لدى الشباب عبر الاستخدام الموجه والإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي، مع مراعاة الفروق الفردية والجنسية.

من خلال تحقيق الأهداف السابقة تسعى الدراسة الحالية إلى تقديم إسهامات علمية مهمة تفيد في تطوير فهم شامل للعلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي، مما يدعم الباحثين والممارسين في تحسين الممارسات التعليمية والاجتماعية.

أهمية الدراسة:

تعد الدراسة الحالية ذات أهمية خاصة في ظل التغيرات السريعة في التكنولوجيا وتأثيرها على المجتمعات. فمع تزايد الاعتماد على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كمصادر رئيسية للمعلومات والتفاعل الاجتماعي، يصبح من الضروري فهم كيفية استخدام هذه الأدوات بشكل يمكن أن يعزز التفكير النقدي بدلاً من الإضرار به. كما أن هذه الدراسة تسعى إلى تقديم رؤى جديدة حول كيفية توجيه الاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي نحو أهداف تربوية وتنموية محددة. وتكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة على مستويات متعددة، حيث تسعى إلى تقديم إسهامات نظرية وعملية في مجالات التفكير النقدي واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. ويمكن تلخيص أهمية الدراسة فيما يلي:

الأهمية النظرية :

١- تسعى الدراسة إلى سد الفجوة المعرفية الموجودة في الأبحاث السابقة حول تحليل مسار العلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي، وذلك من خلال تحليل هذه العلاقة بشكل متعمق وشامل.

٢- التحقق من إمكانية التوصل لنموذج يفسر العلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي ، مما يساهم في إثراء الأدبيات النظرية في هذا المجال.

٣- تلقي الدراسة الراهنة الضوء على شريحة مهمة هي شريحة الشباب فهم الركيزة الرئيسية في بناء وتقدم المجتمع ونهضته فتسعى المجتمعات إلى تأهيلهم علمياً وفكرياً، كما يبلغ نسبة الشباب الذين يستخدمون الإنترنت حوالي (٨٩٪) من شباب مصر وذلك طبقاً للجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء لعام (٢٠٢٢).

الأهمية التطبيقية :

١- يمكن استخدام نتائج الدراسة لتطوير استراتيجيات تربوية تهدف إلى تعزيز مهارات التفكير النقدي لدى الشباب من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بطرق إيجابية وبناءة.

٢- تقدم الدراسة بيانات وتحليلات يمكن أن تساعد صناع القرار والمخططين التربويين في وضع سياسات وبرامج تهدف إلى تحسين جودة التعليم وتنمية المهارات النقدية لدى الشباب.

٣- تساعد الدراسة في فهم تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب، مما يمكن الأسر والمربين من اتخاذ خطوات فعالة لتعزيز الاستخدام الإيجابي لهذه الوسائل.

٤- من خلال تحليل الفروق بين الذكور والإناث في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي، تساهم الدراسة في تقديم رؤى تساعد في معالجة الفروق الجندرية وتعزيز المساواة في الفرص التعليمية والاجتماعية.

- ٥- تعزز الدراسة الفهم العميق للثقافة الرقمية وتأثيراتها على الشباب، مما يمكن الباحثين من تطوير نظريات جديدة حول التفاعل بين التكنولوجيا والثقافة.
- ٦- تساهم الدراسة في زيادة الوعي بأهمية التفكير النقدي في العصر الرقمي، مما يعزز الثقافة العامة حول الاستخدام المسؤول والواعي لوسائل التواصل الاجتماعي.

بمجملها، تساهم هذه الدراسة في تقديم رؤى علمية وعملية تساعد في تحسين جودة التعليم وتعزيز التفكير النقدي لدى الشباب، مما ينعكس إيجابياً على المجتمع ككل.

الإطار النظري:

أولاً: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

عرف (Lima et al. (2014) وسائل التواصل الاجتماعي أو "الويب ٢.٠" بأنها الوسائل التي تسمح وتشجع المستخدمين على إنشاء ومشاركة المحتوى في أي وقت، مع إمكانية نسخه ونقله وتعديله وإعادة مزجه بناءً على احتياجاتهم واهتماماتهم وقدراتهم. كما تُعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها منصات للحياة الاجتماعية الافتراضية تم إنشاؤها عبر الإنترنت، تتيح التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد، ومشاركة المعرفة والمعلومات، وتبادل الأنشطة والاهتمامات والمصالح المشتركة. وتسمح أيضًا بمشاركة الخلفيات أو الأبعاد الثقافية المختلفة أو المتشابهة، وتدعم التعاون الاجتماعي من خلال تطبيقات وبرمجيات توفر مساحة مشتركة حول الأهداف والمصالح والاحتياجات، مثل زملاء الدراسة أو العمل (Erzurum & Tiryakioglu, 2011; Mazman & Usuel, 2009).

الأسس التي تُبنى عليها وسائل التواصل الاجتماعي

من خلال التعريفات السابقة، يمكن استنتاج الأسس التي تُبنى عليها وسائل التواصل الاجتماعي، وهي كالتالي:

1. شبكات اجتماعية افتراضية: تم إنشاؤها عبر الإنترنت.
2. التفاعل بين الأفراد: تقوم على التفاعل والتواصل بين المستخدمين.
3. مشاركة المحتوى: يتشارك الأفراد الأفكار والمعلومات والمعرفة والأنشطة والاهتمامات والمصالح المشتركة.
4. إمكانية تعديل المحتوى: تتيح للأفراد تعديل المحتوى ونقله ومزجه ونسخه حسب احتياجاتهم واهتماماتهم.
5. التواصل المستمر: تمكن الأفراد من التواصل مع الآخرين في أي وقت وفي أي مكان.
6. دور فعال للأفراد: يكون للفرد دور فعال وإيجابي في هذه الشبكات.

أنواع وسائل التواصل الاجتماعي:

فيسبوك (Facebook): هو شبكة تفاعلية يمكن استخدامها لمشاركة المعلومات والأفكار والآراء بغض النظر عن الحدود الجغرافية والاقتصادية والسياسية. أُسس فيسبوك بواسطة مارك زوكربيرج وزملائه، وتم فتحه للجمهور في عام 2006 (Laiya, 2020). يرتبط المستخدم العادي بحوالي 80 مجموعة أو نشاطاً،

ويشارك بمتوسط 90 محتوى شهرياً (Erzurum & Tiryakioglu, 2011).
إنستغرام (Instagram): تم إنشاء إنستغرام في عام 2010، وهو عبارة عن خدمة لمشاركة الصور والفيديو. يتيح التطبيق التعليق على المنشورات وتسجيل الإعجاب بها، كما يوفر إمكانية التقاط الصور وإضافة فلتر رقمية. يتيح أيضاً ميزة إضافة القصص التي تُمكن المستخدمين من نشر المحتوى في موجز يمكن للآخرين الوصول إليه لمدة 24 ساعة (Carpenter et al., 2020).

واتساب (WhatsApp): استحوذت شركة فيسبوك على تطبيق واتساب في عام ٢٠١٤ بسبب العدد الهائل لمستخدميه. يستخدم الأفراد واتساب للتواصل الاجتماعي من خلال المراسلة النصية والصوتية والمكالمات الصوتية المجانية، وتبادل الصور أو مقاطع الفيديو، وحتى مشاركة أنواع محدودة من الملفات، مع إمكانية الحفظ وتشكيل مجموعات للتواصل (Sutikno et al., 2011).

يوتيوب (YouTube): تم تأسيس يوتيوب في فبراير ٢٠٠٥ من قبل ثلاثة موظفين في باي بال، ثم استحوذت عليه جوجل. يوتيوب هو موقع لمقاطع الفيديو يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، ويسمح بالتعليق والأسئلة والإجابة ومشاركة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي. يُصنف يوتيوب كثاني أكثر مواقع الويب مشاهدة على مستوى العالم بعد جوجل (Shaikh et al., 2023; Abdullah et al., 2023; Arthurs et al., 2018).

تويتر (Twitter): تأسس تويتر في ١٣ يوليو ٢٠٠٦ كخدمة تدوين مصغر. وبعد شراء الملياردير الأمريكي إيلون ماسك للمنصة، تم تغيير اسمها إلى منصة "إكس (X)" في عام ٢٠٢٣. يتيح تويتر للمستخدمين نشر الرد وإعادة توجيه التغريدات التي لا تتجاوز ١٤٠ حرفاً، ويتميز باستخدام الهاشتاجات (علامة الجنيه #) لتحديد التغريدات ذات الصلة بموضوع معين والبحث عن مزيد من المعلومات بسرعة (Paredes-Corvalan, 2023).

تليجرام (Telegram): تم إطلاق تطبيق تليجرام في أغسطس ٢٠١٣ على يد رجل الأعمال الروسي بافيل دوروف. يتم استخدام رقم الهاتف لتحديد هوية المستخدم الأساسية، ويتيح مشاركة الملفات والصور والفيديو دون حدود للحجم. كما يوفر نظاماً أساسياً للردشة داخل المجموعات يمكن أن يتضمن عددًا أكبر بكثير من المستخدمين مقارنةً بواتساب (Sutikno et al., 2011).

سناپ شات (Snapchat): تم إطلاق سناپ شات في عام ٢٠١١، ويتيح إرسال رسائل نصية وصور ومقاطع فيديو للآخرين. لا يمكن فتح المحتوى المرسل إلا

مرة أو مرتين لفترة زمنية محدودة (بين ١ و ١٠ ثوانٍ) وبمجرد انتهاء المؤقت، تختفي الصور نهائيًا. استخدمت العديد من العلامات التجارية سناب شات كمنصة إعلانية، (Dodoo & Youn, 2021; van Essen & Van Ouytsel, 2023).

غايات ودوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

تتعدد غايات ودوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ومن أبرزها:

١. **غايات نفسية واجتماعية:** تشمل التعرف على أشخاص جدد، ومعرفة المزيد من المعلومات حول مستخدمين محددين، والتواصل مع الآخرين سواء كانوا بعيدين جغرافيًا أو قريبين (Smock et al., 2011).
٢. **غايات تعليمية:** تتضمن تبادل المعلومات والخبرات، مناقشة الأعمال، طرح الأسئلة، انتقاد الآراء، تعزيز المشاركة، ودعم الأقران (Erzurum & Tiryakioglu, 2011).
٣. **غايات تجارية:** تشمل الشراء والتسويق والترويج والإعلان (Boyd & Ellison, 2008).
٤. **غايات ترفيهية:** تتضح في تبادل الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو، ومتابعة المشاهير (Mazman & Usluel, 2009; Gok, 2016).
٥. **غايات دينية وأخلاقية:** تتضمن تبادل المواد الدينية المسموعة والمكتوبة والمرئية، وتقديم النصائح.
٦. **غايات سياسية:** تشمل الدعاية والتحريض والتجيش، حيث شهدت بعض الدول العربية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الثورات من بلد لآخر (أبو خطوة، السيد؛ الباز، أحمد، ٢٠١٤).

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي :

في الوقت الحاضر، تعد وسائل التواصل الاجتماعي هي التكنولوجيا الأكثر استخدامًا على نطاق واسع، حيث يستخدمها حوالي ٤٩٪ من سكان العالم. تشمل

المنصات الأكثر انتشارًا فيسبوك، ماسنجر، واتساب، إنستجرام، تيك توك، يوتيوب، إكس (تويتر سابقًا)، تليجرام، ولينكد إن (Widiantari et al., 2023).

أجرى كافوس (2010) دراسة للعثور على مواقع الشبكات الاجتماعية الأكثر تفضيلاً من قبل طلاب الجامعة. أظهرت النتائج أن 38% من الطلاب يستخدمون Live Spaces، و38% منهم يستخدمون فيسبوك، و11% يستخدمون ماي سبيس، و12% يستخدمون Hi5، و1% يستخدمون Orkut. أما بيسن (2015) فقد أجرى دراسة لتحديد أسباب استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث اختير 229 طالبًا جامعيًا من كليات مختلفة. أظهرت النتائج أن التواصل الفوري بين الطلاب وأصدقائهم هو السبب الرئيسي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. كما قام بيمبيك وآخرون (2009) بدراسة تجارب طلاب الجامعات في التواصل الاجتماعي على فيسبوك على عينة قوامها 92 طالبًا جامعيًا من إحدى الجامعات الخاصة، ووجدوا أن العديد من الطلاب يستخدمون فيسبوك للبقاء على اتصال مع الأصدقاء خارج الجامعة (Samad et al., 2019).

في منتصف عام 2021، تم ترتيب أفضل خمس مواقع ويب في العالم بالترتيب التالي: جوجل، يوتيوب، Tmall، QQ، وبايدو (Paredes-Corvalan et al., 2023). (al., 2023) اكتسب تليجرام مكانة شعبية وأصبح أكثر تطبيقات المراسلة تنزيرًا في متجر جوجل بلاي، وحاز على لقب الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية بين التطبيقات المجانية في أكثر من أربعين دولة، متفوقًا على فيسبوك وواتساب و WeChat (Sutikno et al., 2011) في الآونة الأخيرة، أصبح واتساب برنامج المراسلة الأكثر شعبية مع قاعدة مستخدمين تزيد عن مليار شخص، وهو أول تطبيق مراسلة يصل إلى هذا الإنجاز (Sutikno et al., 2011).

مميزات وعيوب وسائل التواصل الاجتماعي:

مميزات وسائل التواصل الاجتماعي:

١. **التواصل الشخصي:** تسهل التواصل بين الأصدقاء في مناطق ومجتمعات معينة.
٢. **نشر الثقافة التقنية:** توسع مدارك الأشخاص باطلاعهم على أحدث المستجدات في مجالات اهتماماتهم.
٣. **العالمية:** تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، مما يتيح التواصل بسهولة بين الأفراد في مختلف أنحاء العالم.
٤. **التفاعل والإيجابية:** تشجع على المشاركة الفاعلة، حيث يكون المستخدم مستقبلاً ومرسلاً في الوقت نفسه، مما يلغي السلبية الموجودة في وسائل الإعلام التقليدية.
٥. **تعدد الاستعمالات:** تُستخدم من قبل الطلاب والمعلمين والكتاب وغيرهم لأغراض متعددة ومفيدة.
٦. **سهولة الاستخدام:** تتميز ببساطة اللغة واستخدام الرموز والصور لتسهيل نقل الأفكار والتفاعل.
٧. **اقتصادية:** توفر الوقت والجهد والمال بفضل مجانية الاشتراك والتسجيل.
٨. **تبادل المعلومات:** تتيح تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو.
٩. **تعزيز العملية التعليمية:** تطور التعليم الإلكتروني وتزيد من فرص التواصل التعليمي خارج أوقات الدراسة.
١٠. **نقل الأخبار:** تنتقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية (صالح، شعيب وآخرين، ٢٠١٩؛ الشاعر، عبد الرحمن، ٢٠١٥).

عيوب وسائل التواصل الاجتماعي:

١. **نشر الأفكار الضالة:** تروج للعنف والإشاعات.

٢. **التعرض للجرائم الإلكترونية:** مثل الاختراقات والفيروسات الضارة والابتزاز المالي والأخلاقي.
٣. **سوء الفهم:** بسبب عدم التواصل وجهاً لوجه.
٤. **التعرض للمواد الإباحية:** يمكن الوصول إلى محتوى غير لائق.
٥. **إضاعة الوقت:** يمكن أن يكون إهداراً للوقت بدون فائدة.
٦. **انعدام الخصوصية:** يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية.
٧. **العزلة الاجتماعية:** قد تسبب القلق الاجتماعي، انخفاض المهارات الاجتماعية، والانطواء (درويش، نور، ٢٠١٦؛ الشاعر، عبد الرحمن، ٢٠١٥؛ Khan, 2012).

ثانياً: التفكير النقدي:

التفكير النقدي مفهوم مركب له ارتباطات بعدد غير محدد من السلوكيات في عدد غير محدد من المواقف والأوضاع، وهو متداخل مع مفاهيم أخرى كالمنطق وحل المشكلة والتعلم ونظرية المعرفة وإذا رجعنا إلى الكلمة الانجليزية Critical نجد أنها مشتقة من الأصل اللاتيني Kritikos والذي يعني ببساطة القدرة على التمييز أو إصدار الأحكام، وقد يفسر هذا المدلول اللغوي للكلمة اليونانية النظرة في مهارات التحليل والكم والمجادلة للوصول إلى الحقيقة (موسي، مبارك، ٢٠٢١، ١٦٣).

عرف Huitt, 1998 التفكير النقدي هو القدرة على تحليل الحقائق، وتوليد الأفكار وتنظيمها، والدفاع عن الآراء، وإجراء المقارنات، واستخلاص الاستدلالات، وتقييم الحجج، وحل المشكلات (Huitt, 1998,34).

وعرفه Paul & Elder, 2019 بأنه تفكير موجه ذاتياً، ومنضبط ذاتياً، ومراقب ذاتياً، ويصح ذاتياً، فهو فن وتحليل وتقييم عمليات التفكير لتحسينها، يتطلب معايير صارمة للتمييز وقيادة مدروسة لاستخدام هذه المعايير، كما يستلزم التواصل

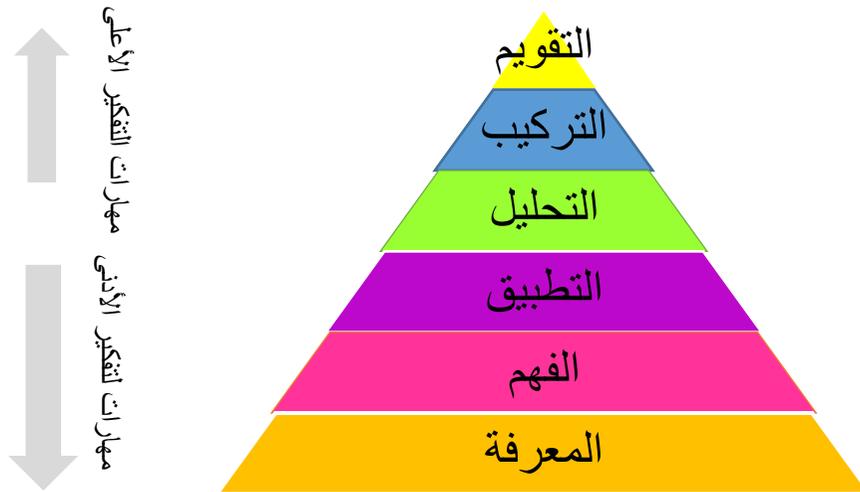
الفعال والقدرة على حل المشكلات بالإضافة إلى الالتزام بالتغلب على الأنانية
الفطرية، والمركزية الاجتماعية (Paul & Elder, 2019,9).

تحتوي التعريفات لهذا المفهوم على مبادئ أساسية مشتركة:

- ١- هو تفكير موجه ذاتيًا، ومنضبط ذاتيًا، ومراقب ذاتيًا، ويصح ذاتيًا
- ٢- يتم فيه استخدام استراتيجيات عقلية لحل المشكلات.
- ٣- يعتمد على تحليل وتفسير وتركيب وتوليف وتقييم المفاهيم والأدلة.
- ٤- يتم فحص الأدلة والبراهين بطريقة منطقية.
- ٥- اتخاذ القرارات وإصدار الأحكام يكون عن طريق التميز بين الحقائق والآراء.

تصنيف مهارات التفكير النقدي :

اتفق العلماء بشكل عام أن التفكير النقدي هو مهارة تفكير عالية المستوى مرتبطة
بالمفهوم الأساسي للتفكير بشكل دقيق، وقد أشارت نتائج عديد من الدراسات (Bissell & Lemons, 2006, Huitt, 1998, Adams, 2015, Rahman& Manaf, 2017) إلى أن التفكير النقدي هو عملية معقدة تنطوي
على مجموعة من القدرات والعمليات المعرفية التي تقيم صحة الآراء أو الحجج
وفاعليتها من خلال تحليل المعلومات وفرزها من أجل التميز بين البيانات ذات
الصلة والبيانات غير ذات الصلة للوصول إلى نتيجة تجعلنا منصفين وقادرين
على الحكم، هذه الخطوات السابقة مرتبطة بقوة بتصنيف بلوم حيث يتشاركون
ويدعمون بعضهم البعض, Bissell& Lemons, 2006, Huitt, 1998, (Adams, 2015, Rahman& Manaf, 2017).



شكل (١)

تصنيف بلوم

فعندما ينخرط الأفراد في عملية التفكير لتحليل المعلومات أو المعارف بشكل نقدي ، يمرون من خلال المستويات المعرفية الستة لتصنيف بلوم وهي : (المعرفة ، والفهم ، والتطبيق ، والتحليل ، والتركيب ، والتقويم) المستويات الثلاثة الأولى (المعرفة ، والفهم ، والتطبيق) تعد مهارات التفكير الأدنى ، بينما تمثل المستويات الثلاثة (التحليل ، والتركيب ، والتقويم) مهارات التفكير الأعلى ، ومن أجل تحقيق مستوى أعلى من مهارات التفكير النقدي يحتاج الأفراد أولاً اكتساب المعرفة والمعلومات الأساسية كأدنى مستوى ، ثم تخطي مراقبة الحقائق وحفظها من خلال الانخراط في المزيد من التعقيد والمستويات الذهنية المجردة مثل التحليل والتركيب والتقييم_ (Alharbi, 2022,17-20) ويأتي التقويم في قمة الهرم وهو إصدار أحكام بناءً على معايير داخلية أو خارجية (الجعافرة، أسمى؛ الخرابشة، عمر، ٢٠٠٨ ، ٢٢٩).

مهارات التفكير النقدي:

- وأشار كل من Facione, 2011, Lismaya, 2019 أن التفكير النقدي يحتوي على ست مهارات معرفية اتفق عليها العلماء لتشكيل جوهر التفكير النقدي وهي:
- 1- مهارة التفسير: هو الفهم وإعادة الشرح لما يقرأه أو يسمعه أو يراه الفرد في المواقف والتجارب والأحداث والبيانات والقواعد والإجراءات والمعايير، ويتضمن مهارات فرعية مثل (التصنيف، واستخراج وتوضيح المعنى)
 - 2- مهارة التحليل: تحديد العلاقات الاستدلالية المقصودة والفعلية بين العبارات، أو الأسئلة أو المفاهيم أو البيانات أو الصفات أو غيرها من أشكال التمثيل للتعبير عن المعتقدات، أو الأحكام، أو الخبرات، أو الأسباب، أو المعلومات، أو الآراء، ويتضمن مهارات فرعية مثل (فحص الأفكار، واكتشاف الحجج، وتحليل الحجج)
 - 3- مهارة التقويم: يُقصد بها تقويم مصداقية المعلومات لتجربة الشخص، أو حكمه، أو معتقده، أو رأيه، أو تصوره؛ ولتقييم القوة المنطقية للعلاقات الاستدلالية الفعلية أو المقصودة بين الأسئلة والمفاهيم والصفات والبيانات وأشكال التمثيل الأخرى وتتضمن مهارات فرعية مثل (تقويم الادعاءات، وتقويم الحجج والبراهين والأدلة وتقنيدها والتمييز بين الحقائق والادعاءات).
 - 4- مهارة الاستدلال: تحديد واختيار العناصر المناسبة لاستخلاص النتائج، وتتضمن مهارات فرعية مثل (التقصي، والتخمين، واستنتاج النتائج).
 - 5- مهارة القدرة على الشرح: القدرة على استنتاج النتائج من التفكير بطريقة مقنعة ومتماسكة، وتقديم المنطق في شكل حجج مقنعة، وتتضمن مهارات فرعية مثل (إعلان النتائج، وتبرير الإجراءات، وعرض الحجج).
 - 6- مهارة تنظيم الذات: وعي الفرد لمراقبة نشاطاته المعرفية، والعناصر المستخدمة في تلك الأنشطة، والنتائج المتعلمة، من خلال تطبيق مهارات التحليل، والتقييم، والتنظيم للأحكام الاستنتاجية للفرد؛ بهدف التحقق من صحة النتائج أو تصحيحها

، وتتضمن مهارات فرعية مثل (تقييم الذات، وتصحيح الذات) (Facione,2011,5-7; Lismaya ,2019).

مراحل تطور التفكير النقدي:

أشار Paul & Elder,2019 إلى أن التفكير النقدي يتضمن التحليل المنضبط وتقييم المنطق أثناء تنمية الفضائل الفكرية، ويمر تطور التفكير بعدد من المراحل كما يلي :

المفكرون الناجحون



(Paul& Elder, 2019,10)

معايير التفكير النقدي:

تُعد معايير التفكير النقدي المواصفات العامة المتفق عليها من قبل الباحثين، وتتخلص هذه المعايير فيما يلي:

١. الوضوح: يُعد الوضوح من أهم معايير التفكير النقدي، حيث يُعد المدخل الرئيسي لباقي المعايير. إذا لم تكن العبارة واضحة، فلن نتمكن من فهمها أو معرفة مقاصد المتحدث، وبالتالي لن نستطيع الحكم عليها بشكل صحيح.
٢. الربط: يقيس هذا المعيار مدى العلاقة بين السؤال أو المداخلة وموضوع النقاش، لضمان تماسك الأفكار وترابطها.
٣. العمق: يشير هذا المعيار إلى ضرورة أن تكون المعالجة الفكرية للموضوع أو المشكلة متناسبة مع تعقيداتها، وتجنب السطحية في التحليل.
٤. الاتساع: يتضمن هذا المعيار ضرورة النظر في جميع جوانب الموضوع لضمان شمولية الفهم والتحليل.
٥. المنطق: يتطلب هذا المعيار أن يكون الاستدلال على حل المشكلة منطقيًا، حيث يجب تنظيم الأفكار وتسلسلها وترابطها بطريقة تؤدي إلى نتيجة واضحة ومرتبطة (سلامة، سامية وآخرين، ٢٠١٧).

فوائد التفكير النقدي:

الغرض من التفكير النقدي هو تحليل الحجة من خلال موازنة جميع نقاط القوة والضعف الموجودة، مع الأخذ في الاعتبار الأسباب الصحيحة أو الموضوعية، والتوصل إلى استنتاج مقنع و متماسك. للتفكير النقدي العديد من الفوائد في مجالات متعددة، بما في ذلك:

أ. المجال الأكاديمي:

١. إظهار إبداع الطالب.
٢. تحسين القدرة على الجدل في الأماكن العامة.
٣. تقييم الأفكار والحجج والنظريات الموجودة بعناية.

ب. مجال العمل:

١. القدرة على التغلب على المشاكل القائمة.
٢. التفكير بإبداع وتحليل المشكلات بشكل مناسب.

٣. القدرة على توصيل الأفكار بدقة ووضوح.

ج. مجال المجتمع:

١. تجنب اتخاذ قرارات شخصية غير ملائمة.
٢. القدرة على اتخاذ القرارات الصحيحة بشأن القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.
٣. عدم قبول الافتراضات التي تتطور في المجتمع كأمر مسلم به (Nuraini, 2022).

صفات المفكر الجيد :

يمتلك المفكر النقدي الجيد صفات متعددة تتعلق بالمعرفة والقدرات والاتجاهات وطرق السلوك المعتادة. من هذه الصفات:

١. جمع وتنظيم الأفكار وعرضها بإيجاز وبشكل متماسك.
٢. التمييز بين الاستدلالات الصحيحة وغير الصحيحة منطقيًا.
٣. تعليق الحكم في حالة عدم وجود أدلة كافية لدعم القرار.
٤. تطبيق أساليب حل المشكلات في مجالات متعددة.
٥. استخدام الأدلة بمهارة ونزاهة (Schafersman, 1991).
٦. القدرة على التنبؤ وصياغة الفرضيات.
٧. الاستعداد لإعادة النظر في البدائل ومعالجة البيانات (Dilekli, 2019).
٨. الحرص على عدم تحريف المعلومات أو تشويهها عند تطوير حجة أو موقف.
٩. التواصل بشكل فعال مع الآخرين لإيجاد حلول للمشاكل المعقدة (Paul & Elder, 2019).
١٠. الانفتاح على وجهات النظر العالمية المتباينة، والمرونة في النظر في البدائل والآراء (Facione, 1990).

أهمية التفكير النقدي:

1. اتخاذ قرارات فعّالة: يساعد الأفراد على تغليب التفكير العقلي على التفكير العاطفي، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات أكثر نجاحًا وفعالية.
 2. تشجيع التساؤل والبحث: ينمي لدى المتعلمين روح التساؤل والبحث، ويحفزهم على عدم قبول الحقائق دون تحقق وتمحيص.
 3. إدارة المعلومات بكفاءة: يمكن الأفراد من التعامل مع الكم الهائل من المعلومات والبيانات التي يتعرضون لها ببسر واقتدار (الشمري، عفاف؛ آل رشيد، هياء، ٢٠٢١).
 4. تقليل الجنوح الأخلاقي: يُعد تعليم التفكير النقدي مدخلًا مبكرًا للتقليل من الجنوح الأخلاقي وتقليل فرص الجريمة، حيث يساهم في إعداد الفرد معرفيًا لإدراك مفاهيم العدالة والأمن.
 5. الاستفادة من التكنولوجيا: يسهل تحصيل الاستفادة القصوى من التكنولوجيا الحديثة والآلات والأدوات ووسائل الاتصال.
 6. فهم الفروق الثقافية: يحسن قدرة الفرد على فهم الفروق الثقافية بين الحضارات، ويعزز حوار الأديان والثقافات.
- رفع الوعي: يساهم في رفع الوعي لدى الأفراد في التعامل مع القضايا المطروحة على الساحة العالمية والإقليمية والمحلية بعين ناقدة (سلامة، سامية وآخرين، ٢٠١٧).
- وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي:**
- يعد التفكير النقدي من المهارات الأساسية التي يجب تطويرها في الأفراد لضمان قدرتهم على تحليل المعلومات وتقييمها واتخاذ قرارات مستنيرة. مع الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، ظهرت تساؤلات حول تأثيراتها على التفكير النقدي.

في هذا السياق، يؤدي الإطار النظري دورًا مهمًا في توضيح العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي.

أظهرت نتائج البحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون مفيدة بشكل خاص في تشجيع التفاعلات الهادفة بين الأفراد ومحتوهم. هذه التفاعلات والحوار الذي يقوده الأفراد يمكن أن يكون أكثر فعالية بكثير من العمل بمفردهم مع المواد التعليمية التقليدية. لتحقيق مستويات تفكير عالية، يحتاج الأفراد في كثير من الأحيان إلى تغيير وجهات نظرهم حول المعرفة - من شيء ثابت وغير قابل للجدل، إلى شيء يمكنهم المساهمة فيه والتفكير فيه ويكونون جزءًا منه. يتطلب هذا التحول في المنظور خبرة مباشرة في تكوين المعرفة والنقد لتحقيق هذا التحول بشكل فعال (Greenhow, 2011; November, 2015).

أكد المفكرون البنائيون الاجتماعيون على أهمية مشاركة المعلومات وتحليلها بشكل نقدي وتطبيقها حتى تصبح معرفة. وقد وجدت الدراسات أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر الأدوات المثالية لمشاركة المعلومات. يتمتع الأفراد بمزايا مثل الوقت للتفكير قبل الاستجابة، والمساحة لتوضيح أفكارهم بالكلمات، والفرص لإعادة قراءة الأفكار والتأمل فيها وتحسينها. بالإضافة إلى ذلك، تتيح وسائل التواصل الاجتماعي الاتصالات الهاتفية ومشاركة ملفات الصوت والفيديو (Manca & Ranieri, 2016). وبالتالي، يمكن تنظيم التواصل الاجتماعي عبر هذه الوسائل وتوجيهه ليس فقط لتشجيع الأفراد على المناقشة، ولكن أيضًا لتوجيههم نحو مهام تتطلب مهارات تفكير أعلى.

الدراسات الحديثة أكدت أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر بيئة تفاعلية تساهم في تطوير مهارات التفكير النقدي. فعلى سبيل المثال، أشار كل من Paul و Elder (٢٠٠٦) إلى أن النقاشات المفتوحة والمناظرات التي تجري عبر وسائل

التواصل الاجتماعي تعزز من قدرة الأفراد على التفكير بشكل نقدي وتحليل المعلومات من زوايا متعددة، مما يساهم في بناء القدرة على تقييم الحجج والتوصل إلى استنتاجات مدروسة.

من ناحية أخرى، أشار Carr (٢٠١٠) إلى أن الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى تشتت الانتباه وتقليل التركيز على التفكير النقدي العميق، مما يعكس الحاجة إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بطرق مدروسة وموجهة لتعزيز التفكير النقدي بدلاً من إعاقته.

بالتالي، تُظهر الأدلة أن العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي تعتمد بشكل كبير على كيفية استخدام هذه الوسائل. استخدامها بطرق مدروسة يمكن أن يعزز التفكير النقدي، بينما الاستخدام العشوائي قد يؤدي إلى نتائج عكسية.

الدراسات السابقة:

فيما يلي سيتم استعراض الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي، تجدر الإشارة إلى أن الدراسات المعروضة لم تتناول جميعها العلاقة المباشرة بين هذين المتغيرين بشكل محدد، بل ركزت على أحد المتغيرين مع متغيرات أخرى ذات صلة قريبة من المتغير الثاني. يهدف هذا الفصل إلى تقديم صورة شاملة ومتكاملة عن كيفية ارتباط التفكير النقدي بوسائل التواصل الاجتماعي عبر مختلف البحوث والدراسات، مع تسليط الضوء على الأبعاد المختلفة لهذه العلاقة واستكشاف التأثيرات المتنوعة التي قد تنشأ عنها.

دراسة منال سكتاوي (٢٠١٠):

هدفت إلى تصميم برنامج تدريبي لتنمية مهارات استخدام الإنترنت وأثره على التفكير النقدي لدى أعضاء الهيئة المعاونة بكليات التربية في المملكة العربية السعودية. شملت العينة ٣٠ عضوة من أعضاء هيئة التدريس بكلية التربية للبنات في جدة. طُبّق على العينة برنامج تدريبي لتنمية مهارات استخدام الإنترنت، قائمة بالمهارات الأساسية لاستخدام الإنترنت، الاختبار التحصيلي المعرفي في مجال استخدام مهارات الإنترنت، واختبار التفكير النقدي. أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية لصالح القياس البعدي في اختبار التحصيل المعرفي المرتبط بمهارات استخدام الإنترنت ومقياس التفكير النقدي. تسلط هذه الدراسة الضوء على أهمية التدريب الموجه في تطوير التفكير النقدي من خلال استخدام التكنولوجيا.

دراسة Junco (2012):

هدفت إلى فحص العلاقة بين تكرار استخدام فيسبوك، والمشاركة في الأنشطة على المنصة، ومستويات انخراط الطلاب في التعليم. تكونت العينة من ٢٣٦٨ طالبًا وطالبة من طلاب الجامعات. تم قياس مشاركة الطلاب بثلاث طرق: مقياس مكون من ١٩ بندًا يعتمد على المسح الوطني لمشاركة الطلاب، الوقت الذي يقضيه الطالب في التحضير للفصل، والوقت الذي يقضيه الطالب في الأنشطة الملحقة بالمناهج الدراسية. أظهرت النتائج ارتباطًا إيجابيًا بين تكرار استخدام فيسبوك وزيادة مستويات الانخراط الأكاديمي، مما يشير إلى أن التفاعل عبر فيسبوك يمكن أن يعزز التفكير النقدي من خلال المشاركة الفعالة في الأنشطة الأكاديمية والنقاشات. ومع ذلك، يجب أن يكون الاستخدام موجهًا نحو الأهداف

الأكاديمية لضمان تحقيق الفوائد المرجوة. تشير هذه الدراسة إلى أن الاستخدام الفعال والموجه لوسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز التفكير النقدي.

دراسة Al-Rahmi & Othman (2013):

هدفت إلى تحليل تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي لطلاب الجامعات. تكونت العينة من ٨٠ طالبًا وطالبة من طلاب الجامعة وطلاب الدراسات العليا الذين تراوحت أعمارهم بين ١٨ و ٣٦ عامًا، بواقع ٣١ من الذكور و ٤٩ من الإناث. تم تطبيق مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مقياس الأداء الأكاديمي، مقياس التعلم التعاوني، ومقياس التفاعل مع الأقران والمعلم. أظهرت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على الأداء الأكاديمي والتفكير النقدي عندما يتم استخدامها لأغراض تعليمية وتفاعل أكاديمي. كما أظهرت الدراسة أن الطلاب الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع المواد الدراسية زملائهم يظهرون مستويات أعلى من التفكير النقدي. توضح هذه الدراسة الفوائد الأكاديمية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مدروس.

دراسة Tess (2013):

قدمت إلى تقديم مراجعة شاملة للأدبيات حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في الفصول الدراسية في التعليم العالي، سواء في البيئات الواقعية أو الافتراضية. أوضحت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تعزز من التفاعل الأكاديمي والتفكير النقدي لدى الطلاب من خلال استخدام منصات مثل فيسبوك وتويتر. يمكن للطلاب تبادل الأفكار والمشاركة في النقاشات التي تعزز من قدرتهم على التحليل والنقد. ومع ذلك، يجب أن يكون هذا الاستخدام موجّهًا ومدروسًا

لتحقيق الفوائد التعليمية المرجوة. تسلط هذه الدراسة الضوء على الأهمية الكبيرة للتوجيه الأكاديمي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

دراسة (Pattanapichet & Wichadee 2015):

هدفت إلى تقييم مدى فاعلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز مهارات التفكير النقدي لدى طلاب جامعة بانكوك. تكونت العينة من ٤٠ طالبًا في المجموعة التجريبية و ٤٠ طالبًا في المجموعة الضابطة. تم تعريف المجموعتين بكيفية الرد على الأسئلة بناءً على دورات متقدمة في التفكير النقدي. كان على الطلاب في المجموعة التجريبية نشر الإجابات في فيسبوك والحصول على تعليقات من الزملاء والمعلمين كتعلم متبادل، بينما قامت المجموعة الضابطة بكتابة إجاباتهم في الأوراق وتقديمها إلى المعلم في الفصل. أظهرت النتائج فروقًا دالة إحصائية بين متوسط درجات الطلاب في المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في مهارات التفكير النقدي لصالح المجموعة التجريبية بعد التجربة. تدعم هذه الدراسة فكرة أن التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز التفكير النقدي من خلال التفاعل والتغذية الراجعة.

دراسة (Manca & Ranieri 2016):

هدفت إلى الكشف عن الفوائد والعوائق المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك، في التعليم العالي. تكونت العينة من ٦١٣٩ عضوًا من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الإيطالية. تم استخدام استبيان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر فرصًا لتعزيز التفكير النقدي من خلال التفاعل والنقاش. كما تتيح هذه المنصات للطلاب الفرصة لتبادل الأفكار والنقد البناء، مما يعزز من قدراتهم التحليلية والنقدية. ومع ذلك، هناك تحديات تتعلق بالاستخدام غير الموجه الذي يمكن أن يؤدي إلى تشتت

الانتباه وانخفاض التركيز الأكاديمي. تسلط هذه الدراسة الضوء على الحاجة إلى تنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لضمان تحقيق فوائدها الأكاديمية.
دراسة سليمان وعثمان السيد (٢٠١٧):

هدفت إلى التعرف على التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقدرة على التفكير النقدي لدى عينة مكونة من ٤٠٠ طالب وطالبة من جامعة حائل بالسعودية. تم استخدام قائمة التعامل مع وسائط التواصل الاجتماعي واختبار مقياس واطسون جليسر المختصر. أظهرت النتائج أن طلاب جامعة حائل يتعاملون مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي، كما يتمتعون بقدرة مرتفعة على التفكير النقدي. وتوجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي والقدرة على التفكير النقدي تدعم هذه الدراسة الفكرة أن التعامل الإيجابي مع وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز التفكير النقدي.

دراسة سلوى شحته إبراهيم وآخرين (٢٠١٨):

هدفت إلى تحديد مدى إسهام كل من التفكير النقدي وفيسبوك في التنبؤ بالوعي الاجتماعي لثورة ٢٥ يناير لدى طلاب كلية التربية. تكونت العينة الاستطلاعية من ١٥٥ طالبًا وطالبة، بينما بلغت عينة الدراسة الأساسية ٢٥٨ طالبًا وطالبة من طلاب الفرقة الرابعة بكلية التربية جامعة قناة السويس. تم تطبيق مقياس الوعي الاجتماعي ومقياس التفكير النقدي ومقياس استخدام فيسبوك. أشارت النتائج إلى إسهام البعد الاجتماعي لفيسبوك والتفكير النقدي في التنبؤ بالحساسية الاجتماعية لثورة ٢٥ يناير، كما أظهرت عدم وجود فروق بين طلاب وطالبات كلية التربية في التفكير النقدي والوعي الاجتماعي واستخدام فيسبوك (إبراهيم، سلوى وآخرين،

٢٠١٨). تبرز هذه الدراسة أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الاجتماعي والتفكير النقدي.

دراسة محمد رأفت نصار وآخرين (٢٠١٩):

هدفت إلى استكشاف العلاقة بين التفكير النقدي ونوعية وأهداف استخدام الإنترنت لدى طلبة الجامعة. تكونت العينة من ١٥٠ طالبًا وطالبة من قسم التربية الخاصة كلية التربية جامعة كفر الشيخ، منهم ٤٠ ذكرًا و ١١٠ إناث. تم استخدام اختبار كالفورنيا للتفكير النقدي ومقياس استخدام الإنترنت. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين درجات التفكير النقدي ودرجات استخدام الإنترنت، كما أظهرت علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين مهارة التفكير النقدي في التحليل وأبعاد استخدام الإنترنت المتمثلة في الاستخدام المفرط والدرجة الكلية. توضح هذه الدراسة العلاقة الإيجابية بين استخدام الإنترنت المدروس والتفكير النقدي.

دراسة شعيب صالح وآخرين (٢٠١٩):

هدفت إلى التعرف على درجة ممارسة مهارات التفكير النقدي والإبداعي في التعامل مع منصات التواصل الاجتماعي، وانعكاساتها على الأمن الفكري. تكونت العينة من ٥٠٧ طالب وطالبة بجامعة الملك فيصل. تم استخدام استبانة الاستخدام النقدي والإبداعي لمنصات التواصل واستبانة انعكاسات منصات التواصل على الأمن الفكري. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الاستخدام النقدي والإبداعي لمنصات التواصل الاجتماعي. كانت واتساب، سناب شات، وإنستجرام الأكثر استخدامًا من قبل الطلاب، بينما كانت يوتيوب، تويتر، وفيسبوك الأقل استخدامًا. ولم تظهر الدراسة فروقًا دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث أو بين التخصصات الأدبية والعلمية في الاستخدام النقدي والإبداعي لمنصات التواصل

الاجتماعي. تدعم هذه الدراسة فكرة أن الاستخدام النقدي والإبداعي لمنصات التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز التفكير النقدي والأمن الفكري.

دراسة Ku وآخرين (2019):

هدفت إلى الكشف عن دور استهلاك الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي ومحو الأمية الإعلامية الإخبارية في التنبؤ بالتفكير النقدي. تكونت العينة من 1500 مراهقين في هونج كونغ تتراوح أعمارهم بين 12 و 18 عامًا. تم استخدام مقياس استهلاك الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي، مقياس محو الأمية الإعلامية، ومقياس التفكير النقدي في الأخبار. أشارت النتائج إلى أن الفيسبوك يليه يوتيوب كإحدى أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخدامًا كمصادر للأخبار. كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين تتبع مصادر الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي، وكذلك بين المعرفة الإعلامية الإخبارية والتفكير النقدي. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في فهم محتوى الأخبار والغرض منها، وتتبع مصادر الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي بين الأعمار من 12-14 و 15-18 لصالح الفئة الأكبر سنًا. يمكن التنبؤ بالتفكير النقدي من خلال استهلاك الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي ومحو الأمية الإعلامية الإخبارية. أوضحت نتائج الدراسة كيف يمكن لاستهلاك الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي تعزيز التفكير النقدي.

دراسة أبو بكر الصالحي (2020):

اختبرت الدراسة فرضية أن التفكير النقدي يؤدي دورًا في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة مكونة من 400 طالب وطالبة من طلاب جامعتي القاهرة والزقازيق. تم استخدام مقياس كثافة استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي، مقياس التعرض للأخبار الزائفة، مقياس مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي، مقياس المعرفة بالأخبار الزائفة، مقياس دحض الأخبار الزائفة، مقياس مستوى الانفعال المعرفي، ومقياس التفكير النقدي. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتعرض للأخبار الزائفة، وبين دحض الأخبار الزائفة ومهارات التفكير النقدي (مهارة التحليل، مهارة التقييم، مهارة الاستنتاج، مهارة الاستدلال). كما أظهرت الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً بين مرتفعي ومنخفضي القدرة على دحض الأخبار الزائفة لصالح مرتفعي القدرة، وعدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في التفكير النقدي، ووجود فروق دالة إحصائياً بين سكان الحضر وسكان الريف لصالح الحضر في مهارة التحليل، وعدم وجود فروق دالة إحصائياً بين التخصص العملي والنظري في التفكير النقدي. تسلط هذه الدراسة الضوء على دور التفكير النقدي في مكافحة الأخبار الزائفة.

دراسة إيمان زغلول (٢٠٢٢):

هدفت إلى تصميم بيئة تعلم مدمج قائمة على شبكات التواصل الاجتماعي وتحديد أثر أنماط نشر التعليقات في منصة فيسبوك وأنماط شخصية الطلاب على مهارات التفكير النقدي. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في تصميم وبناء بيئة التعلم المدمج، واستخدم المنهج شبه التجريبي لبحث أثر المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة. تم استخدام ثلاثة أدوات للبحث: مقياس نمط الشخصية (DISC)، اختبار مهارات التفكير النقدي، واستبانة لقياس آراء الطلاب. أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطي درجات الطلاب في القياس القبلي والبعدي لاختبار مهارات التفكير النقدي لصالح القياس البعدي. كما أظهرت فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات تحصيل الطلاب في اختبار مهارات التفكير

النقدي للمجموعات التجريبية الثالث ترجع لاختلاف نمط التعليقات لصالح نمط تعليق المجموعة المغلقة، وفروق دالة إحصائية بين درجات تحصيل الطلاب في اختبار مهارات التفكير النقدي للمجموعات التجريبية الأربع ترجع لاختلاف نمط الشخصية لصالح نمط الشخصية الملتزم. أظهرت الدراسة أيضًا أن آراء الطلاب كانت إيجابية نحو استخدام وسائل الإعلام الجديد بعد تطبيق بيئة التعلم بنسبة ٨٠.٥٪، وعدم وجود علاقة ارتباط بين آراء الطلاب نحو استخدام وسائل الإعلام الجديد ودرجات تحصيلهم في الاختبار المعرفي لمهارات التفكير النقدي. تسلط هذه الدراسة الضوء على تأثير أنماط التعليقات والشخصية على تطوير مهارات التفكير النقدي.

دراسة Cheng وآخرين (٢٠٢٤):

هدفت إلى الكشف عن دور كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في تعديل العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي لدى طلاب الجامعة. تكونت العينة من ٣٠٠ طالب وطالبة من ثلاث جامعات صينية. تم استخدام مقياس كاليفورنيا للتفكير النقدي، ومقياس استخدام التواصل الاجتماعي. أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والأبعاد الفرعية للتفكير النقدي (الثقة بالنفس، الفضول، النضج المعرفي، والتحليل). كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائية بين الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي، وأشارت النتائج إلى أن الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي يؤدي دورًا معطلًا في العلاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي؛ عندما تكون درجة الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي مرتفعة، تقوم كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بقمع أو إبطاء تطوير التفكير النقدي. تسلط هذه

الدراسة الضوء على تأثير كثافة الاستخدام والاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي على التفكير النقدي.

تعقيب على الدراسات السابقة:

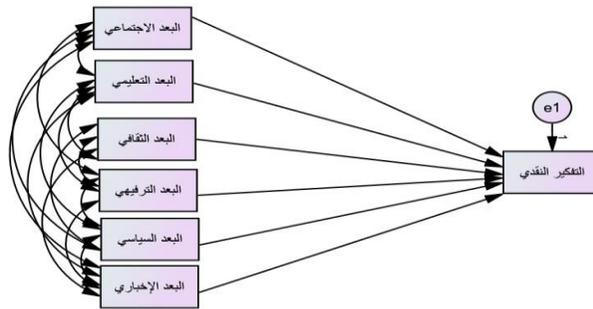
أوضحت نتائج الدراسات السابقة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على التفكير النقدي، خاصة عند استخدامه بطرق موجهة ومدروسة. تتيح منصات التواصل الاجتماعي للطلاب الفرصة للتفاعل مع زملائهم وأساتذتهم بطرق جديدة، مما يعزز من قدرتهم على تحليل المعلومات وتقييمها بشكل نقدي. كما أن التفاعل المفتوح والنقاشات التي تجري عبر هذه المنصات يمكن أن تسهم في تطوير مهارات التفكير النقدي من خلال التعرض لوجهات نظر متعددة وإعادة تقييم الأفكار.

ومع ذلك، من الضروري الإشارة إلى أن تحقيق هذه الفوائد يعتمد بشكل كبير على كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. فالاستعمال العشوائي أو المفرط يمكن أن يؤدي إلى تشتت الانتباه وتقليل القدرة على التركيز والتفكير العميق. لذا، من المهم توجيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي نحو الأهداف التعليمية وتجنب الاستخدام غير المنتج لضمان تعزيز التفكير النقدي بدلاً من إعاقته.

بالتالي، يتضح أن الاستخدام المدروس والموجه لوسائل التواصل الاجتماعي يساهم بشكل كبير في تطوير مهارات التفكير النقدي، بينما يمكن أن يكون الاستخدام غير الموجه عائقاً أمام تحقيق هذه الفوائد. لذلك، ينبغي توجيه الجهود نحو استخدام هذه الوسائل بطرق تعزز من القدرات النقدية والتحليلية للأفراد، بما يساهم في تحقيق الأهداف التعليمية والتنموية المنشودة.

النموذج المفترض بين متغيرات الدراسة:

في ضوء الإطار النظري ونتائج الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة تم اقتراح نموذج مسار للعلاقات بين (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي)، لذا تم تصميم نموذجًا نظريًا يصف العلاقات المباشرة لمتغيرات البحث، وفي نموذج المسار المفترض فإن المتغير المستقل هو (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي) وهو يؤثر بشكل مباشر في المتغير التابع (التفكير النقدي).



شكل (٢)

النموذج المفترض لتحليل المسار العلاقات بين وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل والتفكير النقدي كمتغير تابع

فروض الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة والإطار النظري والدراسات السابقة، أمكن صياغة فروضها على النحو التالي:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (البعد الاجتماعي-البعد التعليمي-البعد الثقافي -البعد الترفيهي - البعد السياسي-البعد الإخباري) وبين التفكير النقدي (المهارات المعرفية - المهارات الوجدانية - المهارات الاجتماعية).
- ٢- توجد ملائمة إحصائية بين النموذج المقترح للعلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي لدى الشباب .
- ٣- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور ومتوسط درجات الإناث على متغيرات الدراسة (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي).

المنهج والإجراءات:

أولاً منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي بشقيه الارتباطي والمقارن، وذلك للكشف عن العلاقة الارتباطية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي، وتحليل مسار العلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي، والتحقق من إمكانية التوصل لنموذج يفسر العلاقات بين متغيرات الدراسة من خلال تحليل المسار، وكذلك دراسة الفروق بين الجنسين في متغيرات الدراسة.

ثانياً : وصف العينات:

١- عينة التحقق من الكفاءة السيكومترية:

تكونت عينة التحقق من الكفاءة السيكومترية من ٢٠٠ شابًا وفتاة تراوحت أعمارهم بين ٢١ و٣٧ عامًا. تم تطبيق المقاييس عبر نماذج جوجل (Google Forms) وتم إرسالها إلى عدد كبير من المشاركين، وتم حث المشاركين على الإجابة بصدق من خلال تقديم التوجيهات الواضحة حول الهدف من الدراسة وضرورة تحري

الصدق في الاستجابات المُقدمة. كما تم مراجعة الاستجابات بدقة وعناية للكشف عن أية مؤشرات على عدم الجدية أو التلاعب أو العشوائية في الاستجابة، وتم استبعاد الردود غير الجدية والتي لم تلتزم بتقديم إجابات دقيقة.

٢ - عينة الدراسة الأساسية:

تكونت العينة الكلية للدراسة الأساسية من ١٦٦ شابًا وفتاة تراوحت أعمارهم بين ٢١ و٣٧ عامًا. تم تطبيق المقاييس عبر نماذج جوجل (Google Forms) وتم إرسالها إلى عدد كبير من المشاركين. تم توجيه المشاركين لتقديم استجابات صادقة من خلال تقديم تعليمات واضحة حول الهدف من الدراسة وأهمية الدقة في الإجابات. تم فحص الاستجابات بعناية لضمان عدم وجود تلاعب أو عدم جدية، وتم استبعاد الردود غير الدقيقة لضمان صحة وموثوقية البيانات المستخدمة في الدراسة لتحقيق دقة النتائج.

ثالثًا: أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على مقياسين:

١- مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إعداد الباحثان

٢- مقياس التفكير النقدي إعداد سيد صبحي ٢٠١٤

١ - مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي :

تم إعداد المقياس من خلال مجموعة من الخطوات وهي كالتالي:

١. الاطلاع على التراث النظري:

- تم الاستفادة من الإطار النظري والدراسات السابقة المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والعوامل المؤثرة فيه.

- تم استخدام الإيجابيات وتجنب السلبيات من المقاييس السابقة.

٢. الاطلاع على بعض المقاييس السابقة:

- مقياس انعكاسات شبكة التواصل الاجتماعي (إعداد: السيد أبو خطوة، وأحمد البياز، ٢٠١٤).

- استبانة التفكير النقدي والإبداعي لمنصات التواصل الاجتماعي (إعداد: شعيب صالح، فتحي أبو ناصر، وحمدان المحمد، ٢٠١٩).

- استبانة الاستخدامات التعليمية لشبكات التواصل الاجتماعي (إعداد: رشا الشيخ، ٢٠١٤).

- استبانة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (إعداد: رشا نوير، ٢٠١٨).

- مقياس استخدام الفيسبوك (إعداد: سلوى إبراهيم، نجلاء إبراهيم، وزينب بدوي، ٢٠١٨).

محتوى المقياس:

يتكون المقياس من ٥٧ بنداً تقيس ستة أبعاد مختلفة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

١. البعد الاجتماعي: البنود (١، ٧، ١٣، ١٩، ٢٥، ٣١، ٣٧، ٤٣، ٤٩، ٥٥).
٢. البعد التعليمي: البنود (٢، ٨، ١٤، ٢٠، ٢٦، ٣٢، ٣٨، ٤٤، ٥٠، ٥٦).
٣. البعد الثقافي: البنود (٣، ٩، ١٥، ٢١، ٢٧، ٣٣، ٣٩، ٤٥، ٥١، ٥٧).
٤. البعد الترفيهي: البنود (٤، ١٠، ١٦، ٢٢، ٢٨، ٣٤، ٤٠، ٤٦، ٥٢).
٥. البعد السياسي: البنود (٥، ١١، ١٧، ٢٣، ٢٩، ٣٥، ٤١، ٤٧، ٥٣).
٦. البعد الإخباري: البنود (٦، ١٢، ١٨، ٢٤، ٣٠، ٣٦، ٤٢، ٤٨، ٥٤).

تصحيح المقياس:

المقياس مكون من ٥٧ بنداً موزعة على ٦ أبعاد، ويتطلب الإجابة عن كل بند تحديد درجة انطباقه باستخدام مقياس خماسي:

- موافق بشدة (٥)
- موافق (٤)
- محايد (٣)
- معارض (٢)
- معارض بشدة (١)

الخصائص السيكومترية للمقياس:

أولاً: الاتساق الداخلي: تم حساب معامل الارتباط المستقيم لـ"بيرسون" بين درجة البند والدرجة الكلية للمقياس. يوضح الجدول التالي معاملات الاتساق لبندود المقياس:

جدول (٥)

ارتباط كل بند على حدة بالدرجة الكلية على مقياس الدراسة (ن=٢٠٠)

رقم البند	قيمة الارتباط						
١	.558	١٦	.455	٣١	.388	٤٦	.342
٢	.318	١٧	.323	٣٢	.337	٤٧	.349
٣	.475	١٨	.365	٣٣	.424	٤٨	.602
٤	.535	١٩	.389	٣٤	.360	٤٩	.371
٥	.457	٢٠	.534	٣٥	.505	٥٠	.400
٦	.546	٢١	.307	٣٦	.308	٥١	.567
٧	.493	٢٢	.431	٣٧	.358	٥٢	.539
٨	.457	٢٣	.494	٣٨	.518	٥٣	.345
٩	.509	٢٤	.341	٣٩	.274	٥٤	.401
١٠	.424	٢٥	.564	٤٠	.485	٥٥	.563
١١	.493	٢٦	.382	٤١	.380	٥٦	.410
١٢	.443	٢٧	.454	٤٢	.559	٥٧	.557
١٣	.396	٢٨	.372	٤٣	.399		
١٤	.449	٢٩	.303	٤٤	.311		
١٥	.517	٣٠	.523	٤٥	.518		

يتضح من الجدول (٥) أن جميع القيم أظهرت معاملات ارتباط مقبولة ومرتفعة نسبياً بين بنود المقياس والدرجة الكلية للمقياس الفرعي. أما بالنسبة لارتباط الدرجة الكلية للمقاييس الفرعية بالدرجة الكلية لمقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام معامل ارتباط بيرسون ، فهي كما في الجدول الآتي:

جدول (٦)

الاتساق الداخلي بين درجة كل مقياس فرعي والدرجة الكلية لمقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (ن=٢٠٠)

م	المقياس الفرعي	معامل الارتباط
١	البعد الاجتماعي	٠,٧٩٤
٢	البعد التعليمي	٠,٧٧٠
٣	البعد الثقافي	٠,٨٥١
	البعد الترفيهي	٠,٧٧٨
	البعد السياسي	٠,٧٧٠
	البعد الإخباري	٠,٨١٢

يتضح من الجدول (٦) أن جميع القيم أظهرت معاملات ارتباط مرتفعة للغاية بين المقاييس الفرعية والدرجة الكلية للمقياس، مما يعكس درجة كبيرة من الاتساق بين المقاييس الفرعية والدرجة الكلية للمقياس. ويتضح بصفة عامة من الجدولين (٥) و(٦) أن بنود المقياس والمقاييس الفرعية تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ومقبولة مع الدرجة الكلية للمقياس، مما يعكس درجة كبيرة من الاتساق الداخلي للمقياس.

ثانياً صدق المقياس:

١- صدق المضمون:

وللتحقق من ذلك، تم عرض مفردات المقياس على مجموعة من المحكمين المتخصصين في علم النفس بلغ عددهم (٨) محكمين، وقد طلبت الباحثان منهم إبداء الرأي وإجراء التعديلات المناسبة لمفردات المقياس وبنوده وذلك من حيث: ارتباط البند بالمضمون؛ سلامة الصياغة واللغة؛ حذف المفردات غير المناسبة، وإضافة أي مقترحات أخرى، بعد ذلك تم تفرغ نتائج آراء المحكمين، وتم الإبقاء على البنود التي لا تقل نسبة اتفاق المحكمين على صلاحيتها عن (٨٠%)، وبناءً على نتائج التحكيم تم تعديل بعض البنود تعديلاً لغوياً يزيد البند وضوحاً، ولم يتم حذف أي من البنود، وبذلك استقر المقياس في صورته النهائية على (٥٧) بنداً.

٢- الصدق العاملي:

أما فيما يتعلق بالصدق العاملي للمقياس فقد استخرجت معاملات الارتباط المتبادلة بين بنود المقياس وحللت عاملياً بطريقة المكونات الأساسية لهوتلنج مع استخدام محك الجذر الكامن (واحد صحيح) على الأقل للعوامل التي تم استخراجها، ثم تم إجراء التدوير المتعامد بطريقة الفاريماكس، وقد تم اعتبار أن التشعب الملائم أو الجوهرى للبند هو الذى يبلغ ٠.٣ فأكثر وأيضاً اعتبر العامل عاملاً جوهرياً إذا ما تضمن ثلاثة بنود على الأقل وقد أسفر ذلك عن ظهور ستة عوامل تراوحت نسبة التباين لهذه العوامل بين (٥.٥٣٠، ١١.٥٠٦) وقد بلغت نسبة التباين الكلى للعوامل الستة (٤٣.٥٦٥) وهى نسبة مقبولة تشير لأهمية العوامل المستخلصة، ويوضح الجدول التالي العوامل الستة متضمنة أرقام بنودها ونصوصها وتشعباتها.

جدول (٧)

نتائج التحليل العاملي لمقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

العامل	رقم البند	التشيع	نسبة التباين
الأول	٣٨	٠.٦١٧	%١١.٥٠٦
	٢٠	٠.٦١٥	
	٢	٠.٥٨١	
	١٤	٠.٥٧٧	
	٨	٠.٥٤٦	
	١٥	٠.٥٣٧	
	٣	٠.٤٩٨	
	٣٣	٠.٤٨٠	
	٥١	٠.٤٧٣	
	٣٥	٠.٤٥٦	
	٧	٠.٤٤٩	
	١٢	٠.٤٤٣	
	١٦	٠.٤٣٦	
	٥	٠.٤٣٤	
	٤	٠.٤٢٣	
	٦	٠.٤٠٠	
	٣٠	٠.٣٩٨	
	٤٥	٠.٣٨٨	
	٥٠	٠.٣٨٥	
	٤٢	٠.٣٨٠	
	١٤	٠.٣٨١	
	١	٠.٣٧٥	
	٣٧	٠.٣٦١	
٢٥	٠.٣٥٨		
٢٨	٠.٣٣٢		
٤٠	٠.٣٢٤		
٢١	٠.٣٢١		
١١	٠.٣١٩		
٣٢	٠.٣١١		

العامل	رقم البند	التشيع	نسبة التباين
	٥٥	٠.٣٠٢	
الثاني	٤٩	٠.٦٤٨	%٧.٣٨٤
	٤٠	٠.٦١٠	
	٤٤	٠.٦٠٥	
	٣٤	٠.٦٠٠	
	١٦	٠.٥٧٢	
	٤٣	٠.٥٢٤	
	١٩	٠.٥٠٣	
	٢٨	٠.٤٩٢	
	٥٢	٠.٤٣٣	
	١٣	٠.٣٧٧	
	٧	٠.٣٤٦	
	٣٧	٠.٣٤٠	
	الثالث	٩	
٢٦		٠.٥٩٨	
٢٧		٠.٥٩٧	
١٠		٠.٥٨١	
٥		٠.٤٧٣	
٣١		٠.٤٢٦	
١		٠.٤١٢	
١٨		٠.٣٦٩	
٢		٠.٣٦١	
٤		٠.٣٦١	
٢٢		٠.٣٤٤	
٣		٠.٣٤٣	
٢٣		٠.٣٤٣	
١١		٠.٣٢٩	
٢٠	٠.٣١٨		
الرابع	٥٦	٠.٦٥٣	%٦.٤١٦
	٥٥	٠.٦١٤	
	٥٧	٠.٥٧٢	

العامل	رقم البند	التشبع	نسبة التباين
	٥٣	٠.٥٥٤	
	٤٧	٠.٥٣١	
	٥٠	٠.٥٠٦	
	٥١	٠.٤٥٧	
	٤٨	٠.٤٥٦	
	٥٤	٠.٣٣٨	
	٤٥	٠.٣٢٠	
الخامس	٤١	٠.٦٢٧	%٦.٠٣٨
	٢١	٠.٥٨٤	
	٣٩	٠.٥٦٧	
	١٧	٠.٥٢٨	
	٥٤	٠.٤٨٧	
	٢٩	٠.٤٨٥	
	٣٢	٠.٣٧٣	
	٣٥	٠.٣٦٠	
	١٨	٠.٣٣٨	
	٤٢	٠.٣٠٥	
السادس	٢٤	٠.٦٣٧	%٥.٥٣٠
	٣٦	٠.٥٨٤	
	٤٦	٠.٥٦٩	
	٥٤	٠.٤٩٤	
	٢٣	٠.٤٦٦	
	٣٧	٠.٣٩٧	
	١٣	٠.٣٧٣	
	٥٢	٠.٣٤٥	
	٥١	٠.٣٠٥	

يتضح من الجدول السابق أن العامل الأول قد استوعب (١١.٥٠٦%) من التباين الكلي، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٦.٥٥٩) وقد تشبع على هذا العامل (٣٠) بنداً تشبعاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعات البنود على هذا

العامل بين (٠.٣٠٢، ٠.٦١٧) وكانت جميعها تشعبات موجبة وتدور معظم بنود هذا العامل حول سهولة الوصول للمعلومات والمعارف والأخبار والإلمام بالأحداث الخارجية والداخلية، وأيضاً تدور بعض بنود هذا العامل حول تعزيز التعليم وقيم المواطنة، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل " استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للوصول للمعلومات والأخبار ودورها في تعزيز التعليم وقيم المواطنة".

أما بالنسبة للعامل الثاني فقد استوعب (٧.٣٨٤٪) من النسبة الكلية للتباين، وبلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٤.٢٠٩) وقد تشعب على هذا العامل (١٢) بنوداً تشعباً جوهرياً، وقد تراوحت تشعبات البنود على هذا العامل ما بين (٠.٣٤٠، ٠.٦٤٨) وتدور بعض بنود هذا العامل حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للهروب من المشاكل والملل وأيضاً تدور بعض بنود هذا العامل حول التواصل مع الآخرين بدلاً من مقابلتهم وجهاً لوجه، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل " الهروب من الملل والمشاكل باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي".

أما بالنسبة للعامل الثالث فقد استوعب (٦.٦٩١٪) من التباين الكلي، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٣.٨١٤) وقد تشعب على هذا العامل (١٥) بند تشعباً جوهرياً، وقد تراوحت تشعبات البنود على هذا العامل ما بين (٠.٣١٨، ٠.٦٣٧) وكانت جميعها تشعبات موجبة وتدور معظم بنود هذا العامل حول التعرف على أصدقاء وثقافات جديدة، والتسوق وتبادل الصور والألعاب والملفات ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل " التعرف على ثقافات جديدة والترفيه عبر وسائل التواصل الاجتماعي".

أما بالنسبة للعامل الرابع فقد استوعب (٦.٤١٦٪) من النسبة الكلية للتباين، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٣.٦٥٧) وقد تشعب على هذا العامل

عشر بنود تشبعاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعات البنود على هذا العامل ما بين (٠.٣٢٠، ٠.٦٥٣) وكانت جميعها تشبعات موجبة وتدور بعض بنود هذا العامل حول تبادل المعلومات والخبرات والآراء، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل " تبادل المعلومات والخبرات عبر وسائل التواصل الاجتماعي".

أما بالنسبة للعامل الخامس فقد استوعب (٦٠.٣٨%) من التباين الكلي، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٣.٤٤١) وقد تشبع على هذا العامل عشر بنود تشبعاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعات البنود على هذا العامل ما بين (٠.٣٠٥، ٠.٦٢٧) وكانت جميعها تشبعات موجبة، وتدور بنود هذا العامل حول استخدام وسائل التواصل في نشر الأفكار والقيم المضللة والعادات الغربية، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل "نشر الأفكار المضللة والعادات الغربية".

أما بالنسبة للعامل السادس فقد استوعب (٥٠.٥٣٠%) من التباين الكلي، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٣.١٥٢) وقد تشبع على هذا العامل تسعة بنود تشبعاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعات البنود على هذا العامل ما بين (٠.٣٠٥، ٠.٦٣٧) وكانت جميعها تشبعات موجبة، وتدور بنود هذا العامل حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نقل ونشر الأخبار والتواصل مع الآخرين، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل "نشر الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي".

من خلال ما سبق يتضح أن التحليل العاملي قد أبرز أنماطاً متسقة- إلى حد ما- من العوامل المستخرجة والتي تكشف عن اتساق في العلاقات بين البنود وبعضها البعض، وأيضاً أشارت النتائج أن جميع بنود المقياس (٥٧ بنوداً) تشبعت تشبعاً جوهرياً على العوامل المستخرجة (التي تمثل أبعاد مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي) مع ارتفاع قيمة النسبة الكلية للتباين مما يؤكد قيمة العوامل واتساقها مما يعد مؤشراً جيداً لصدق هذا المقياس.

ثالثاً: ثبات المقياس:

١- حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha Coefficient

٢- التجزئة النصفية: تم حساب معاملات الارتباط بين جزئي المقياس وتصحيح

معامل الارتباط باستخدام معادلة "سبيرمان - براون" Spearman - Brown

جدول (٨)

معاملات ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (ن = 200)

المقاييس	عدد البنود	معامل ألفا	التجزئة النصفية
١. الدرجة الكلية	٥٧	٠,٩١٧	٠.٩٠
٢. مقياس البعد الاجتماعي	١٠	٠.٧٣١	٠.٧٥٧
٣. مقياس البعد التعليمي	١٠	٠.٧٠٦	٠.٧٢٥
٤. مقياس البعد الثقافي	١٠	٠.٧٢٠	٠.٦٧٠
٥. مقياس البعد الترفيهي	٩	٠.٦٨٢	٠.٥٩٩
٦. مقياس البعد السياسي	٩	٠.٦٦٩	٠.٧١٣
٧. مقياس البعد الإخباري	٩	٠.٦٧٢	٠.٧٢٥

يتضح من الجدول (٨) أن معاملات ثبات ألفا كرونباخ قد تراوحت ما بين "٦٦" ، ٠,٩١ ← ٠ ، كما أن معاملات ثبات التجزئة النصفية بعد التصحيح قد تراوحت ما بين "٥٩" ، ٠ ← ٠,٩٠ ، وبالتالي فإن معاملات ثبات مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بطريقتي ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية معاملات ثبات جيدة إحصائياً.

٢- مقياس التفكير النقدي:

أعد (سيد صبحي، ٢٠١٤) مقياس التفكير النقدي الذي يتكون من ٦٨ بند تقيس ٣ أبعاد للتفكير النقدي وهي:

البعد الأول/ المهارات المعرفية ويضم :

١- التنبؤ والاحتمالية (١، ٥، ٩، ٣٣) ٢- الفحص والتقصي (٣، ٢٨، ٣٠، ٤٣)

- ٣-التفكير الجدلي(٢، ١١، ١٢، ٥١) ٤ -المرونة واستيعاب المرونة (١٨، ٢١، ٣٥، ٦٨)
٥-الاستدلال المنطقي (١٠، ٥٥، ٦٣، ٦٧) ٦- توليد الحلول (٦، ٤٤، ٤٧، ٤٩)
٧-المثابرة العقلية (٢٠، ٤٠، ٤١، ٥٤، ٥٨، ٦٠) ٨-التساؤل (٢٩، ٣٦، ٥٦، ٦٢،

البعد الثاني/ المهارات الوجدانية :

- ١- الشجاعة الوجدانية (٤، ٧، ٢٤، ٣٩) ٢-حب الاستطلاع (١٤، ١٦، ٢٥، ٤٢)
٣-الشعور بالمشكلات (١٧، ٢٢، ٢٦، ٣٢) ٤-العدالة الفكرية (١٥، ٢٣، ٢٧، ٣٤)

البعد الثالث/المهارات الاجتماعية

- ١- تقييم الأحداث السالبة (٨، ٣٧، ٥٠، ٥٢) ٢- تقييم الأحداث الموجبة (٣١، ٤٥، ٤٦، ٦١)
٣- الجدل والحوار (١٣، ٤٨، ٥٣، ٥٧، ٥٩، ٦٥) ٤-اتخاذ القرار (١٩، ٣٨، ٦٤، ٦٦)
البنود التي تصحح بشكل عكسي هي: (٨، ١٠، ١١، ١٩، ٢١، ٢٦، ٣٤، ٣٧، ٤٨، ٥٠، ٦١)

طريقة تصحيح المقياس:

المقياس مكون من (٦٨) بند موزعة على ٣ أبعاد تتطلب الإجابة عن كل مقياس فرعي أن يحدد الفرد درجة انطباق كل بند عليه باستخدام مقياس خماسي: موافق بشدة (٥) ، موافق (٤) ، محايد (٣) ، معارض (٢) ، معارض بشدة (١) ، أما البنود العكسية تصحح بعكس طريقة التصحيح السابقة أي أن الدرجة (٥)

تصحيح (١) ، والدرجة (١) تصحيح (٥) ، والدرجة (٤) تصحيح (٢) ، والدرجة (٢) تصحيح (٤) ، بينما تظل الدرجة (٣) كما هي .

الخصائص السيكومترية للمقياس:

حسب معد المقياس الصدق بعدة طرق: صدق المحكمين، الصدق التمييزي، وصدق البناء التكويني. كما تم حساب الثبات من خلال استخدام طريقة ألفا-كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية. أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات درجات الأفراد ذوي الدرجات المرتفعة على المقاييس الفرعية والدرجة الكلية لمقياس التفكير النقدي، مما يؤكد على صدق المقياس. كما توصلت النتائج إلى أن جميع قيم معاملات ألفا مرتفعة، وكذلك قيم معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية، مما يؤكد على ثبات المقياس (سيد صبحي، ٢٠١٤).

في الدراسة الحالية تم التأكد من الكفاءة السيكومترية للمقياس كما يلي:

أولاً: الاتساق الداخلي:

تم حساب معامل الارتباط المستقيم لـ"بيرسون" بين درجة البند والدرجة الكلية للمقياس، ويوضح الجدول التالي الاتساق الداخلي لبند المقياس.

جدول (١)

ارتباط كل بند على حدة بالدرجة الكلية على مقياس الدراسة (ن=٢٠٠)

البند	الارتباط	البند	الارتباط	البند	الارتباط	البند	الارتباط
1	.385	19	.309	37	.301	٥٥	.490
2	.381	20	.553	38	.455	٥٦	.393
3	.438	21	.304	39	.394	٥٧	.408
4	.393	22	.390	40	.546	٥٨	.562
5	.413	23	.490	41	.500	٥٩	.589
6	.424	24	.455	42	.473	٦٠	.528
7	.345	25	.554	43	.508	٦١	.364
8	.335	26	.384	44	.561	٦٢	.511

الارتباط	البند	الارتباط	البند	الارتباط	البند	الارتباط	البند
.396	٦٣	.453	45	.499	27	.358	9
.433	٦٤	.424	46	.502	28	.382	10
.513	٦٥	.390	47	.433	29	.564	11
.361	٦٦	.246	48	.410	30	.596	12
.471	٦٧	.456	49	.488	31	.353	13
.575	٦٨	.338	50	.559	32	.400	14
		.303	51	.322	33	.524	15
		.386	52	.313	34	.361	16
		.315	53	.559	35	.308	17
		.496	54	.384	36	.342	18

يتضح من الجدول (١) تمتع بنود المقياس بمعاملات ارتباط مقبولة بينها وبين الدرجة الكلية للمقياس الفرعي.

جدول (٢)

الاتساق الداخلي بين درجة الأبعاد الرئيسية والأبعاد الفرعية والدرجة الكلية

لمقياس التفكير النقدي (ن = ٢٠٠)

معامل الارتباط	الأبعاد الرئيسية والأبعاد الفرعية	معامل الارتباط	الأبعاد الرئيسية والأبعاد الفرعية
.830	المهارات الوجدانية	.958	المهارات المعرفية
.530	شجاعة	.591	تنبؤ
.625	استطلاع	.727	فحص
.471	شعور	.674	جدلى
.731	عدالة	.578	مرونة
.813	المهارات الاجتماعية	.555	استدلال
.456	سالية	.731	حلول
.571	تقييم	.841	مثابرة
.726	حوار	.575	تساؤل
.701	قرار		

يتضح من الجدول (٢) أن جميع القيم أظهرت معاملات ارتباط مرتفعة للغاية بين المقاييس الفرعية والدرجة الكلية للمقياس، مما يعكس درجة كبيرة من الاتساق بين المقاييس الفرعية والدرجة الكلية للمقياس.

ويتضح بصفة عامة من الجدولين (١) و(٢) أن بنود المقياس والمقاييس الفرعية تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ومقبولة مع الدرجة الكلية للمقياس، مما يعكس درجة كبيرة من الاتساق الداخلي لمقياس التفكير النقدي.

ثانياً: صدق المقياس:

الصدق العاملي:

تم حساب الصدق العاملي للمقياس عن طريق حساب معاملات الارتباط المتبادلة بين بنود المقياس، وتحليلها عاملياً بطريقة المكونات الأساسية لهوتلنج مع استخدام محك الجذر الكامن (واحد صحيح) على الأقل للعوامل التي تم استخراجها ، ثم تم إجراء التدوير المتعامد بطريقة الفاريماكس، وقد تم اعتبار أن التشعب الملائم أو الجوهرى للبند هو الذى يبلغ ٠.٣ فأكثر وأيضاً اعتبر العامل عاملاً جوهرياً إذا ما تضمن ثلاثة بنود على الأقل وقد أسفر ذلك عن ظهور ثمانية عوامل تراوحت نسبة التباين لهذه العوامل بين (٢.٥٣٧, ٧.٤٩١) وقد بلغت نسبة التباين الكلى للعوامل الثمانية (٤٠.٠٤٦) وهى نسبة مقبولة تشير لأهمية العوامل المستخلصة، ويوضح الجدول التالي العوامل الثمانية متضمنة أرقام بنودها ونصوصها وتشعباتها.

جدول (٣)

نتائج التحليل العاملي لمقياس التفكير النقدي

العامل	رقم البند	التشعب	نسبة التباين
الأول	٣٦	٠.٦١٨	%٧.٤٩١
	٦٣	٠.٥٥٩	

العامل	رقم البند	التشيع	نسبة التباين
	٣٨	٠.٥٣٣	
	٣٥	٠.٥١٣	
	٤٢	٠.٥٠٠	
	٥٩	٠.٤٩٠	
	٤٥	٠.٤٨١	
	٤٧	٠.٤٧٤	
	٩	٠.٤٧٠	
	٦٤	٠.٤٦٨	
	٣٠	٠.٤٥٣	
	٣٢	٠.٤٠٦	
	٦٢	٠.٣٩٤	
	٢٠	٠.٣٨٤	
	٣٣	٠.٣٦١	
	٢٣	٠.٣٥٠	
	٥٥	٠.٣٢٩	
	١١	٠.٣٢١	
٥٢	٠.٣٠٦		
الثانى	٥٣	٠.٥٧٩	%٦.٦٦١
	٥٤	٠.٥٦٤	
	٦٥	٠.٥٥٠	
	٦٨	٠.٥٠٤	
	٤٩	٠.٤٩٥	
	٣٩	٠.٤٨٤	
	٦٤	٠.٤٥٥	
	٤٦	٠.٤٤١	
	٣٢	٠.٤٠٧	
	٤٣	٠.٤٠٧	
	٣١	٠.٣٩٤	
	٤٤	٠.٣٨٠	
	٥٥	٠.٣٧٩	

العامل	رقم البند	التشيع	نسبة التباين
	٦٢	٠.٣٦٧	
	٦٦	٠.٣٥٧	
	٥٦	٠.٣٥٠	
	٤١	٠.٣٣٦	
	٣٤	٠.٣٠١	
الثالث	٦٠	٠.٦١٣	%٦.١٣١
	٥٧	٠.٥٥٣	
	٣	٠.٥٣٥	
	٥	٠.٤٥٧	
	٦٧	٠.٤٣٨	
	١٢	٠.٤٢٤	
	٢	٠.٤٢٣	
	١٥	٠.٤٠٦	
	٦	٠.٣٩١	
	٥٩	٠.٣٧٣	
	١	٠.٣٦٤	
	٣٨	٠.٣٤٠	
	٦٨	٠.٣١٧	
الرابع	٢٥	٠.٥٢٨	%٤.٩٦٧
	١٣	٠.٥١٦	
	١٨	٠.٤٩٩	
	٥٨	٠.٤٤٩	
	٣١	٠.٤٤٧	
	٣٥	٠.٤٠٨	
	٢٠	٠.٣٩٦	
	٢١	٠.٣٨٤	
	٣٩	٠.٣٦٨	
	٥٧	٠.٣٣٨	
	٤٥	٠.٣٣٠	
	٤٠	٠.٣١٠	

العامل	رقم البند	التشيع	نسبة التباين
الخامس	٢٤	٠.٦٠١	٤.٤٤٤
	٢٣	٠.٥٢٩	
	٤	٠.٥٠٧	
	٢٧	٠.٤٦٤	
	٢٢	٠.٤٤٣	
	١٥	٠.٣٧٨	
	٤٤	٣٧٢	
	٢	٠.٣١٩	
	٢٩	٠.٣٠٧	
السادس	٣٤	٠.٦١٤	%٤.٣٩٦
	٣٧	٠.٥٩٣	
	٥١	٠.٥٦٩	
	١٧	٠.٥٣٤	
	٤٨	٠.٥٣٢	
	٦١	٠.٥٢٦	
	١٩	٠.٥١٣	
	٢٦	٠.٤٧٨	
السابع	١٤	٠.٥٣٩	%٣.٤١٩
	٨	٠.٥١٨	
	٢٨	٠.٤٤٣	
	١٦	٠.٤١٧	
	٢٧	٠.٤٠٧	
	٥٠	٠.٤٠٣	
	٢٦	٠.٣٥٨	
	٤٩	٠.٣٤٢	
الثامن	٣٣	٠.٤٦٧	%٢.٥٣٧
	١٠	٠.٤٦٠	
	٤٥	٠.٣٨٧	
	٥٢	٠.٣٤٢	
	٧	٠.٣٠٨	

يتضح من الجدول السابق أن العامل الأول قد استوعب (٧.٤٩١٪) من التباين الكلي، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٥.٠٩٤) وقد تشبع على هذا العامل (١٩) بنداً تشبعاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعات البنود على هذا العامل بين (٠.٣٠٦، ٠.٦١٨) وكانت جميعها تشبعات موجبة وتطور معظم بنود هذا العامل حول القدرة على طرح الأسئلة والأفكار المنطقية واتخاذ القرارات وإيجاد الحلول، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل "إثارة الأسئلة والقدرة على تقديم حلول متنوعة".

أما بالنسبة للعامل الثاني فقد استوعب (٦.٦٦١٪) من النسبة الكلية للتباين ، وبلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٤.٥٢٩) وقد تشبع على هذا العامل (١٨) بنداً تشبعاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعات البنود على هذا العامل ما بين (٠.٣٠١، ٠.٥٧٩) وتطور بعض بنود هذا العامل حول إعادة النظر في القرارات عند توافر الأدلة المنطقية وأيضاً تطور بعض بنود هذا العامل حول الاستماع إلى آراء الآخرين وإسداء النصح لهم ، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل "الحكم العادل على الرأي والرأي الآخر".

أما بالنسبة للعامل الثالث فقد استوعب (٦.١٣١٪) من التباين الكلي، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٤.١٦٩) وقد تشبع على هذا العامل (١٣) بند تشبعاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعات البنود على هذا العامل ما بين (٠.٣١٧، ٠.٦١٣) وكانت جميعها تشبعات موجبة وتطور معظم بنود هذا العامل حول الهدوء والتنظيم في عرض وجهة النظر واتخاذ القرارات والاختيار بين البدائل وأيضاً تطور بعض بنود هذا العامل حول تقييم وجهات النظر والتفسيرات النظرية، لذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل "التروي في التفكير واتخاذ القرارات".

أما بالنسبة للعامل الرابع فقد استوعب (٤.٩٦٧٪) من النسبة الكلية للتباين، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٣.٣٧٨) وقد تشبع على هذا العامل (١٢) بنود تشبعاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعات البنود على هذا العامل ما بين (٠.٣١٠، ٠.٣١٠)

٠.٥٢٨) وكانت جميعها تشبعت موجبة وتدور بعض بنود هذا العامل حول البحث عن الحقائق والسعى لمعرفة كل ما هو جديد، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل " فحص وتقصي الحقائق".

أما بالنسبة للعامل الخامس فقد استوعب (٤.٤٤٤%) من التباين الكلي، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٣.٠٢٢) وقد تشبع على هذا العامل (٩) بنود تشبعتاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعت البنود على هذا العامل ما بين (٠.٣٠٧، ٠.٦٠١) وكانت جميعها تشبعت موجبة، وتدور بنود هذا العامل حول الجرأة في التعبير عن المشاعر الذاتية، والقدرة على استيعاب المشكلات الحياتية ومواجهتها، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل " الشجاعة الوجدانية والشعور بالمشكلات".

أما بالنسبة للعامل السادس فقد استوعب (٤.٣٩٦%) من التباين الكلي، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٢.٩٨٩) وقد تشبع على هذا العامل (٨) بنود تشبعتاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعت البنود على هذا العامل ما بين (٠.٤٧٨، ٠.٦١٤) وكانت جميعها تشبعت موجبة، وتدور بنود هذا العامل حول الأفكار والأفعال السلبية في الحياة، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل " تقييم الأمور السلبية".

أما بالنسبة للعامل السابع فقد استوعب (٣.٤١٩%) من التباين الكلي، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٢.٣٢٥) وقد تشبع على هذا العامل (٨) بنود تشبعتاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعت البنود على هذا العامل ما بين (٠.٣٤٢، ٠.٥٣٩) وكانت جميعها تشبعت موجبة، وتدور بنود هذا العامل حول الانتباه للتفاصيل الدقيقة وحب الاستطلاع، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل "الانتباه للتفاصيل وحب الاستطلاع".

أما بالنسبة للعامل الثامن فقد استوعب (٢.٥٣٧%) من التباين الكلي، وقد بلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (١.٧٢٥) وقد تشبع على هذا العامل (٥) بنود

تشبعاً جوهرياً، وقد تراوحت تشبعات البنود على هذا العامل ما بين (0.308)، (0.467) وكانت جميعها تشبعات موجبة، وتدور بنود هذا العامل حول التنبؤ والاحتمالية وإعادة تنظيم طريقة حل المشكلات ومواجهة الحياة، ولذا نقترح تسمية هذا العامل بعامل " التنبؤ وحل المشكلات".

من خلال ما سبق يتضح أن التحليل العائلي قد أبرز أنماطاً متسقة - إلى حد ما - من العوامل المستخرجة والتي تكشف عن اتساق في العلاقات بين البنود وبعضها البعض، وأيضاً أشارت النتائج أن جميع بنود المقياس (68 بنداً) تشبعت تشبعاً دالاً أو جوهرياً على العوامل المستخرجة (التي تمثل أبعاد التفكير النقدي) مع ارتفاع قيمة النسبة الكلية للتباين مما يؤكد قيمة العوامل واتساقها مما يعد مؤشراً جيداً لصدق هذا المقياس.

ثالثاً: ثبات المقياس:

١ - حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha Coefficient: تم حساب ثبات المقياس عن طرق معامل ثبات " ألفا " وقد بلغت عينة الثبات " ٢٠٠ " من الشباب من الذكور والإناث.

٢ - ثبات التجزئة النصفية: تم حساب ثبات المقياس من خلال تجزئة كل مقياس فرعي إلى عبارات فردية وعبارات زوجية ، وتم حساب معاملات الارتباط بين جزئي المقياس وتصحيح معامل الارتباط باستخدام معادلة "سبيرمان - براون" لتساوي جزئي المقياس للحصول على معامل الثبات الكلي، وفيما يلي نعرض لنتائج الثبات بالطريقتين السابقتين في جدول واحد، وذلك لإعطاء رؤية شاملة لثبات القائمة.

جدول (٤)

معاملات الثبات بطريقتي ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لمقياس التفكير النقدي

(ن = ٢٠٠)

المقاييس	عدد البنود	معامل ألفا	التجزئة النصفية
الدرجة الكلية	٦٨	٠,٨٩٨	٠,٨٩٨
المهارات المعرفية	٣٤	٠,٨٥٩	٠,٨٣٥
المهارات الوجدانية	١٦	٠,٦٥٥	٠,٦٦٧
المهارات الاجتماعية	١٨	٠,٦٢٨	٠,٦٢٨

يتضح من الجدول السابق أن معاملات ثبات ألفا كرونباخ قد تراوحت ما بين "٠,٦٢٨ - ٠,٨٩٨"، كما أن معاملات ثبات التجزئة النصفية بعد التصحيح قد تراوحت ما بين "٠,٦٢٨ - ٠,٨٩٨"، وبالتالي فإن معاملات ثبات مقياس التفكير النقدي بطريقتي ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية معاملات ثبات جيدة إحصائياً.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

اعتدالية توزيع متغيرات الدراسة :

تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوسيط ومعامل الالتواء لمتغيرات الدراسة لدى عينة الدراسة للتأكد من اعتدالية التوزيع. يوضح الجدول (٩) نتائج اعتدالية التوزيع.

جدول (٩)

المتوسط الحسابي والوسيط والانحراف المعياري ومعامل الالتواء لمتغيرات الدراسة

(ن = ١٦٦)

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الوسيط	الانحراف المعياري	معامل الالتواء
استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	٢١٠,٠٠٣	٢٠٩,٠٠٠	٢١,٦٤	٠,١٤

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الوسيط	الانحراف المعياري	معامل الالتواء
المهارات المعرفية	١٣٠.٧٢	١٣٠.٠٠	١١.٩٠	٠.١٨
المهارات الوجدانية	٦٢.١٥	٦٢.٠٠	٥.٦٥	٠.٠٨
المهارات الاجتماعية	٦٤.٥٨	٦٤.٥٠	٥.٨٤	٠.٠٤

يتضح من الجدول السابق أن قيم معاملات الالتواء لعينة البحث في المتغيرات قيد البحث تراوحت ما بين ٠.٠٤ و ٠.١٨، وهي تقع ضمن النطاق المقبول ± 0.3 . مما يدل على أن درجات أفراد العينة في جميع المتغيرات قيد البحث تتوزع اعتدالياً.

نتائج الفرض الأول ومناقشتها:

ينص الفرض الأول على :

ينص الفرض الأول على: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (البعد الاجتماعي-البعد التعليمي-البعد الثقافي -البعد الترفيهي- البعد السياسي-البعد الإخباري) وبين التفكير النقدي (المهارات المعرفية-المهارات الوجدانية - المهارات الاجتماعية)".

للتحقق من صحة الفرض تم حساب معامل الارتباط المستقيم "بيرسون" بين المتغيرين، وكانت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١٠)

معاملات الارتباط بين وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي لدى عينة من

الشباب (ن = ١٦٦)

المتغيرات	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي					
	اجتماعي	تعليمي	ثقافي	ترفيهي	سياسي	إخباري
التفكير النقدي الدرجة الكلية	٠.٣٢ **	٠.٦٦ **	٠.٦٨ **	٠.٣٤ **	٠.٥٧ **	٠.٤٨ **
الدرجة الكلية	٠.٥٨ **					

**٠,٦٠	**٠,٥١	**٠,٥٩	**٠,٣٨	**٠,٦٩	**٠,٦٨	**٠,٣٨	المهارات المعرفية
**٠,٥٦	**٠,٥٤	**٠,٥٥	**٠,٣٧	**٠,٣٥	**٠,٦٠	**٠,٣٣	المهارات الوجدانية
**٠,٤٨	**٠,٤٧	**٠,٣٨	٠,٠٨-	**٠,٤٦	**٠,٤٩	٠,٠٩-	المهارات الاجتماعية

** دال عند ٠,٠١

أشارت النتائج إلى:

* وجود علاقة موجبة دالة إحصائياً بين التفكير النقدي وأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الاجتماعي، والتعليمي، والثقافي والترفيهي، والسياسي، والإخباري والدرجة الكلية). وكانت جميع معاملات الارتباط دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠١).

* وجود علاقة موجبة دالة إحصائياً بين المهارات المعرفية وأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الاجتماعي، والتعليمي، والثقافي، والترفيهي، والسياسي، والإخباري والدرجة الكلية). وكانت جميع معاملات الارتباط دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠١).

* وجود علاقة موجبة دالة إحصائياً بين المهارات الوجدانية وأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الاجتماعي، والتعليمي، والثقافي، والترفيهي، والسياسي، والإخباري والدرجة الكلية). وكانت جميع معاملات الارتباط دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠١).

* وجود علاقة موجبة دالة إحصائياً بين المهارات الاجتماعية وأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (التعليمي، والثقافي، والسياسي، والإخباري والدرجة الكلية). وكانت جميع معاملات الارتباط دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠١).

اتفقت النتائج مع نتائج دراسة Junco (2012) التي وجدت ارتباطاً إيجابياً بين استخدام فيسبوك والانخراط الأكاديمي، مما يعزز من التفكير النقدي، كما اتفقت مع نتائج دراسة Manca وRanieri (2016) التي أوضحت نتائجها أن وسائل

التواصل الاجتماعي تتيح للطلاب الفرصة لتبادل الأفكار والنقد البناء، مما يعزز من التفكير النقدي، وكذلك مع نتائج دراسة Tess (2013) التي أكدت نتائجها أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تعزز التفاعل الأكاديمي والتفكير النقدي.

ويمكن تفسير النتائج السابقة في ضوء أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر بيئة تفاعلية تتيح للأفراد مناقشة الأفكار وتحليلها بشكل نقدي، مما يعزز المهارات المعرفية من خلال التعرض لوجهات نظر مختلفة (Greenhow, 2011) ، وأن النقاشات المفتوحة والمناظرات تعزز من قدرة الأفراد على التفكير بشكل نقدي وتحليل المعلومات من زوايا متعددة (Paul & Elder, 2006) ، وأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يتيح للأفراد الوقت للتفكير قبل الاستجابة، ومساحة لتوضيح الأفكار بالكلمات، وفرصاً لإعادة قراءة الأفكار وتحسينها، مما يعزز المهارات الوجدانية والاجتماعية (Manca & Ranieri, 2016).

كما تشير النتائج إلى أهمية دور المهارات المعرفية والوجدانية والاجتماعية في فهم المفاهيم وفحص المعلومات التي يحصل عليها الأفراد من مواقع التواصل الاجتماعي وإخضاعها للتحليل والتمحيص لمعرفة مدى صدقها؛ فالأفراد ذوو المهارات المعرفية العالية يحرصون على الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي بمتابعة المستجدات العلمية وإجراء البحوث والاشتراك في المجموعات الخاصة بتخصصهم العلمي لتبادل الآراء ومناقشة المشكلات العلمية، مما يساهم في فحص وتقييم السياسات المنشورة والمتبادلة في وسائل التواصل الاجتماعي وفك شفرتها، وتقادي الإشاعات السياسية والتلاعب الإعلامي، مما يعزز الوعي في التعامل مع الأخبار والقضايا المطروحة (عامر، طارق، ٢٠١٥؛ صالح، شعيب وآخرون، ٢٠١٩؛ الشاعر، عبد الرحمن، ٢٠١٥؛ سلامة، سامية وآخرون، ٢٠١٧).

كذلك فإن المهارات المعرفية والوجدانية والاجتماعية تؤدي دوراً في فهم وتقبل واحترام وجهات النظر والثقافات المختلفة، مما يعزز التفاعل البناء عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويسهم في بناء جسور الفهم بين الأفراد والثقافات المختلفة (سلامة، سامية وآخرين، ٢٠١٧).

وبصفة عامة أشارت النتائج إلى أن التعرض لآراء متنوعة وتفاعل مستمر يعزز التفكير النقدي من خلال إجبار الأفراد على تحليل وتقييم المعلومات بشكل مستمر. وسائل التواصل الاجتماعي تشجع على النقاش المفتوح والتفاعل الفوري، مما يعزز من قدرة الأفراد على التفكير النقدي. القدرة على العودة إلى المناقشات السابقة وإعادة النظر في الأفكار تسمح بتعميق الفهم وتحسين النقد. الدعم من الأقران والأساتذة عبر منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز من الثقة في القدرات النقدية ويشجع على المزيد من التفكير النقدي. باختصار، أكدت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة فعالة لتعزيز التفكير النقدي إذا تم استخدامها بطرق موجهة ومدروسة، مما يعزز من قدرة الشباب على تحليل المعلومات وتقييمها بشكل نقدي.

نتائج الفرض الثاني ومناقشتها:

ينص الفرض الثاني على أنه:

توجد ملائمة إحصائية بين النموذج المقترح للعلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي لدى الشباب.

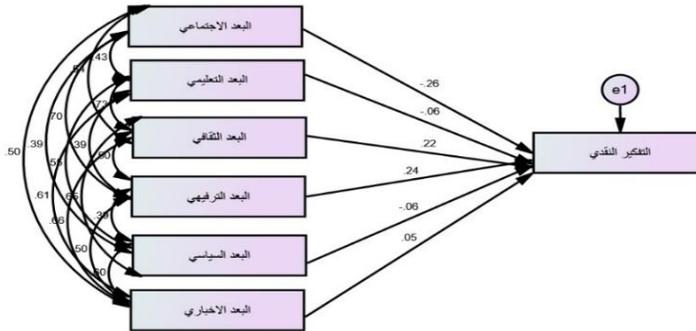
للتحقق من صحة الفرض تم تحليل البيانات باستخدام تحليل المسار، حيث تم بناء نموذج يوضح مسارات العلاقة بين كل من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل والتفكير النقدي كمتغير تابع، وجاءت نتائج تحليل مسارات هذا النموذج كما يلي:

جدول (١١)

مؤشرات جودة النموذج لمتغيرات الدراسة

القيمة المرجعية	قيمه	المؤشر
أكثر ٠,٩٠	٠,٩٩٤	GFI مؤشر جودة المطابقة المعدل
أكثر ٠,٩٠	٠,٩٩٣	NFI مؤشر جودة المطابقة المعياري
أكثر ٠,٩٠	٠,٩٩٧	CFI مؤشر جودة المطابقة المقارن
أقل من ٥	١,٧٣٢	cimn/ df مربع كاي المعياري
أقل ٠,٠٨	٠,٠٦٧	مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط خطأ التقدير Rmse
-	٣,٤٦٤	مربع كاي
غير دالة	٠,١٧٧	مستوى دلالة مربع كاي
أكثر ٠,٩٠	٠,٩٧٠	مؤشر توكر - لويس

وتعكس لنا نتائج المؤشرات السابقة مطابقة النموذج المفترض للبيانات بصورة جيدة ، حيث استطاع النموذج أن يحقق شروط حسن المطابقة، وجميع المؤشرات تؤكد جودة النموذج المقترح، وتؤكد قيم التأثيرات المباشرة جودة النموذج المقترح. والشكل التالي يوضح المسار التخطيطي لمتغيرات الدراسة .



شكل (٣)

نموذج تحليل المسار للعلاقات بين وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل والتفكير النقدي كمتغير تابع

والجدول التالي يوضح ملخص نتائج تحليل المسار للتأثير المباشر بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل ومتغير التفكير النقدي كمتغير تابع :

جدول (١٢)

التأثيرات المباشرة ودلالاتها الإحصائية لمتغيرات الدراسة كما يتضمنها النموذج

الدلالة	النسبة الحرجة	الخطأ المعياري	الوزن الانحداري المعياري	الوزن الانحداري غير المعاياري	المسار
,٠١	٢,٩٣٤-	,٣٤٩	,٢٦١-	١,٠٢٤-	البعد الاجتماعي ← التفكير النقدي
,٥٥٥	,٥٩٠-	,٤٩٢	,٠٥٩-	,٢٩٠-	البعد التعليمي ← التفكير النقدي
,٠٥	تم تثبيت وزنه الانحداري		,٢١٥	١	البعد الثقافي ← التفكير النقدي
,٠٥	تم تثبيت وزنه الانحداري		,٢٣٥	١	البعد الترفيهي ← التفكير النقدي
,٥٤٢	,٦١٠-	,٥٥٠	,٠٦٠-	,٣٣٥-	البعد السياسي ← التفكير النقدي
,٦١١	,٥٠٩	,٥٨١	,٠٥٥	,٢٩٥	البعد الاخباري ← التفكير النقدي

من استقراء النتائج الموضحة بالجدول السابق يتضح لنا أن نموذج تحليل المسار للتأثير المباشر بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل ومتغير التفكير النقدي كمتغير تابع قد حقق مواصفات حسن المطابقة، أما عن نتائج تحليل المسار للتأثير المباشر فقد اتضح الأتي:

يتضح من الجدول السابق:

-توجد تأثيرات مباشرة سالبة للبعد الاجتماعي على التفكير النقدي حيث قيمة التأثير = -٢٦١، عند مستوى ٠,٠١ .

- توجد تأثيرات مباشرة موجبة للبعد الثقافي على التفكير النقدي حيث قيمة التأثير = ٢١٥ , عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .
- توجد تأثيرات مباشرة موجبة للبعد الترفيهي على التفكير النقدي حيث قيمة التأثير = ٢٣٥ , عند مستوى دلالة ٠,٠٥ .
- لا توجد تأثيرات مباشرة للبعد التعليمي على التفكير النقدي حيث قيمة التأثير =-٠,٥٩ , عند مستوى دلالة ٠,٥٥٥ .
- لا توجد تأثيرات مباشرة للبعد السياسي على التفكير النقدي حيث قيمة التأثير =-٠,٦٠ , عند مستوى دلالة ٠,٥٤٢ .
- لا توجد تأثيرات مباشرة للبعد الاخباري على التفكير النقدي حيث قيمة التأثير = ٠,٥٥ , عند مستوى دلالة ٠,٦١١ .

وتشير مؤشرات جودة المطابقة إلى أن النموذج يحقق مطابقة جيدة للبيانات، كما أظهرت نتائج تحليل المسار تأثيرات دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي مما يؤكد صحة الفرض المطروح.

التأثيرات المباشرة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي:

- البعد الاجتماعي: أظهرت النتائج أن هناك تأثيراً دالاً بين البعد الاجتماعي والتفكير النقدي، حيث كانت قيمة التأثير (-٢٦١,) دالة عند مستوى (٠.٠١). فوسائل التواصل الاجتماعي قد تحدث تغيرات في العلاقات الاجتماعية فيفضل الفرد التعامل عبر هذه الوسائل عن التعامل وجهاً لوجه، وقد يؤدي هذا إلى زيادة الانعزال الاجتماعي، وضعف الاتصالات الحقيقية بين الأفراد، وفصل الأشخاص عن الواقع مما يجعل الفرد يشكل آراء وأفكار سلبية عن الواقع المجتمعي.

- البعد الثقافي: أظهرت النتائج أيضاً تأثيراً دالاً بين البعد الثقافي والتفكير النقدي، حيث كانت قيمة التأثير (٢١٥,) دالة عند مستوى (٠.٠٥)، هذا يشير إلى أن البعد الثقافي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يسهم في بناء جسور الفهم بين الأفراد والثقافات المختلفة وتقبل واحترام وجهات النظر والثقافات

المختلفة ، فتلعب الثقافات دوراً كبيراً في تعزيز عملية التفكير النقدي (سلامة ، سامية؛ وآخرون، ٢٠١٧) :-

-البعد الترفيهي : أظهرت النتائج أيضاً تأثيراً دالاً بين البعد الترفيهي والتفكير النقدي، حيث كانت قيمة التأثير (٢٣٥) دالة عند مستوى (٠.٠٥)، فمن الممكن أن المحتوى الترفيهي لوسائل التواصل الاجتماعي أن يزيد قدرة الفرد على تحفز الإبداع والتفكير النقدي وتوسيع آفاق الفرد.

- البعد التعليمي : لم يظهر تأثير دال بين البعد التعليمي والتفكير النقدي، حيث كانت قيمة التأثير (-٠٥٩) غير دالة إحصائياً. قد يشير هذا إلى أن البعد التعليمي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد لا يكون متعلق بشكل كبير بالتفكير النقدي، أو قد يحتاج إلى دراسة أعمق لفهم العلاقة.

- البعد السياسي : لم يظهر تأثير دال بين البعد السياسي والتفكير النقدي، حيث كانت قيمة التأثير (-٠٦٠) غير دالة إحصائياً. فالعلاقة بين البعد السياسي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي تعتمد على السياق والظروف المحيطة، مما يجعل البعد السياسي للوسائل التواصل الاجتماعي مجالاً معقداً يحتاج إلى بحث متعمق وتحليل شامل.

- البعد الإخباري : لم يظهر تأثير دال بين البعد الإخباري والتفكير النقدي، حيث كانت قيمة التأثير (٠٥٥) غير دالة إحصائياً. فمن الممكن أن تؤدي آليات التحديث السريع والتقصير للمعلومات الإخبارية على وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقليل القدرة على التفكير العميق والتحليل، ويشير هذا إلى أن البعد الإخباري لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد يحتاج إلى دراسة أعمق لفهم العلاقة.

وقد اكدت نتائج مؤشرات جودة المطابقة أن النموذج تحليل المسار المفترض يطابق البيانات بشكل جيد، مما يشير إلى أن النموذج قادر على تفسير العلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي بشكل موثوق.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسات Junco (2012) و Manca & Ranieri (2016) التي أشارت إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز التفكير النقدي.

باختصار، تؤكد النتائج أن نموذج تحليل المسار يحقق معايير المطابقة الجيدة ويمكن أن يفسر التأثيرات المباشرة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي، مما يعزز من قدرة الشباب على التفكير النقدي بطرق متعددة.

نتائج الفرض الثالث:

ينص الفرض الثالث على: "توجد فروق دالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور ومتوسط درجات الإناث على متغيرات الدراسة (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي)".

للتحقق من صحة الفرض تم حساب اختبار (ت) بين الذكور والإناث، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٣)

دلالة الفروق بين الذكور والإناث في كل من التفكير النقدي واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الإناث (ن=٩٨)		الذكور (ن=٦٨)		المتغير	
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
دال	٢,٩١	١١,٣٢	١٢٨,٩٢	١٢,٢٨	١٣٤,٥٧	المهارات المعرفية	التفكير النقدي
غير دال	١,١٥	٥,٥٣	٦١,٨١	٥,٩١	٦٢,٨٩	المهارات الوجدانية	
دال	٢,٠٧	٥,٣٨	٦٣,٩٥	٦,٥٧	٦٥,٩٤	المهارات الاجتماعية	
غير دال	١,٣٦	٢٠,٤٠	٢٠٨,٤٧	٢٣,٩٣	٢١٣,٣٦	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	

د.ح= ١٦٦ الدلالة : ١.٩٦ (٠.٠٥) ٢.٥٨ (٠.٠١)

يتضح من الجدول السابق ما يلي :

- التفكير النقدي - المهارات المعرفية:
 - توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث لصالح الذكور (قيمة ت = 2.91، دالة عند مستوى 0.01). يشير هذا إلى أن الذكور يميلون إلى تحقيق درجات أعلى في المهارات المعرفية للتفكير النقدي مقارنة بالإناث.
- التفكير النقدي - المهارات الوجدانية:
 - لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث (قيمة ت = 1.15، غير دالة). يشير هذا إلى أن الذكور والإناث لديهم مستويات متقاربة من المهارات الوجدانية في التفكير النقدي.
- التفكير النقدي - المهارات الاجتماعية:
 - توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث لصالح الذكور (قيمة ت = 2.07، دالة عند مستوى 0.05). يشير هذا إلى أن الذكور يميلون إلى تحقيق درجات أعلى في المهارات الاجتماعية للتفكير النقدي مقارنة بالإناث.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:
 - لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث (قيمة ت = 1.36، غير دالة). يشير هذا إلى أن الذكور والإناث لديهم مستويات متقاربة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
 - وتؤكد النتائج السابقة على صحة الفرض المطروح بشكل جزئي.
 - ويمكن تفسير الفروق بين الذكور والإناث في التفكير النقدي كما يلي:
- المهارات المعرفية:
 - تشير الفروق لصالح الذكور إلى أن الذكور قد يكون لديهم تفوق في تحليل المعلومات وتقييمها. هذا يمكن تفسيره من خلال الدراسات السابقة التي أظهرت أن الذكور يميلون إلى الانخراط أكثر في الأنشطة التي

تتطلب تحليلاً نقدياً ومعرفياً (Halpern, 2013) يمكن أن تعزى هذه الفروق إلى البناء النفسي للذكور والعوامل الثقافية التي تشجع الذكور على جودة الإنجاز وفحص البيانات والمعلومات بعناية، والتساؤل عن مدى مصداقيتها، والمثابرة في مواجهة الصعوبات (Heard et al., 2020).

• المهارات الاجتماعية:

○ الفروق لصالح الذكور قد تشير إلى أن الذكور أكثر قدرة على استخدام مهاراتهم الاجتماعية في تفاعلات التفكير النقدي. يمكن أن يكون ذلك نتيجة لتأثيرات اجتماعية وثقافية تشجع الذكور على التعبير عن آرائهم بثقة أكبر (Eagly & Carli, 2007) التنشئة الاجتماعية للذكور في المجتمعات العربية غالباً ما تكون أكثر تحرراً، مما يتيح لهم الفرص للتفاعل الاجتماعي وتطوير مهارات التفكير النقدي (خليل، منال؛ البوريني، إيمان، ٢٠١٨).

عدم وجود فروق في المهارات الوجدانية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

• المهارات الوجدانية:

○ يشير عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في المهارات الوجدانية إلى أن كلا الجنسين يظهران مستويات متشابهة في التعامل مع العواطف والمشاعر في سياق التفكير النقدي. هذا يتماشى مع الأبحاث التي تشير إلى أن الفروق بين الجنسين في المجالات الوجدانية قد تكون ضئيلة (Hyde, 2014).

• استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

○ يشير عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى أن كلا الجنسين يستخدمان هذه الوسائل بطرق متشابهة. اتفقت هذه النتيجة مع دراسة إبراهيم وآخرون

(٢٠١٨)، ودراسة صالح وآخرون (٢٠١٩)، ودراسة الصالحي (٢٠٢٠). يمكن تفسير ذلك بأن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءًا لا يتجزأ من حياة الشباب اليومية، مما يجعل استخدامها متشابهًا بين الجنسين. (Pew Research Center, 2021) تساعد وسائل التواصل الاجتماعي كلا الجنسين على إقامة اتصالات جديدة، وتحسين العلاقات الاجتماعية، ومتابعة الأخبار والمستجدات في الوقت الفعلي (Gok, 2016؛ Shaikh et al., 2023).

وبصفة عامة تشير النتائج إلى أن هناك فروقًا دالة إحصائية بين الذكور والإناث في بعض أبعاد التفكير النقدي (المهارات المعرفية والاجتماعية)، بينما لا توجد فروق دالة في المهارات الوجدانية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتعكس هذه النتائج تأثيرات اجتماعية وثقافية محتملة، ويجب التأكيد على أنه من المهم تعزيز مهارات التفكير النقدي لدى جميع الطلاب بغض النظر عن الجنس، مع مراعاة الفروق الفردية والجنسية.

مراجع الدراسة :

- إبراهيم، سلوى شحته محمد، الكلية، نجلاء عبدالله إبراهيم، وبدوي، زينب عبدالعليم. (٢٠١٨). التفكير الناقد واستخدام موقع الفيس بوك كمنبئين بالوعي الاجتماعي. مجلة كلية التربية بالإسماعيلية، ع ٤٠، ٣٢٢-٣٤١ - عايش، صباح (٢٠٢١) استخدام نموذج راش في تدريج اختبار التفكير النقدي (اختبار واطسون - جليسر للتفكير النقدي الصورة القصيرة). مجلة العلوم النفسية والتربوية ٧ (٣). ١١٢-١٠٠ .
- أبو خطوة، السيد عبد المولى ، والباز، أحمد نصحي. (٢٠١٤). شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي، مجلة جامعة العلوم والتكنولوجيا، مج ٧، ع ١٥، ١٨٧-٢٢٥.
- الشمري، عفاف عليوي ، آل رشيد، هياء معجب (٢٠٢١) التفكير النقدي، المجلة العربية للنشر العلمي، ع ٢٦، ٦٤٦-٦٦٨ .
- الشوربجي، اياد سمير جمعة. (٢٠٠٩). التفكير الناقد لدى المرشدين التربويين وعلاقته بسماتهم الشخصية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية (غزة)، غزة.
- الصافي، إسرائ محمد (٢٠١٢). العلاقة بين الذكاء الانفعالي والتفكير الناقد لدى الطلبة المتفوقين (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عمان العربية، عمان.
- الصالحي، أبو بكر حبيب أحمد. (٢٠٢٠). دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة في إطار نظرية الانفعال المعرفي. مجلة البحوث الإعلامية، ع ٥٤، ج ٦، ٣٦٨٣-٣٧٤٤.
- العقاب، أحمد بن عبدالرحمن، و علي، حجاج غانم أحمد. (٢٠١٥). استراتيجيات التعلم المنبئة بمهارات التفكير الناقد لدى طلاب جامعة القصيم. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القصيم، بريدة.
- المزيني، فاضل بن سلطان بن محمد. (٢٠٠٩). ممارسة معلمي الثقافة الإسلامية مهارات التفكير الناقد واكتساب طلبتهم لها. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة.
- خليل، منال ناجي مصطفى ، والبوريني، إيمان سعيد نصر الله. (٢٠١٨). درجة امتلاك التفكير الناقد والتفكير الإبداعي وعلاقتهما بمستوى الطموح لدى طلبة كلية التمريض في الجامعات الأردنية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة البلقاء التطبيقية، السلط.

- زغول، إيمان حسن. (٢٠٢٢). بيئة تعلم مدمج قائم على شبكات التواصل الاجتماعي وفقا لأنماط الشخصية وأنماط نشر التعليقات وأثرها في تنمية مهارات التفكير الناقد لوسائل الإعلام الجديد لطلاب كلية التربية وآرائهم نحوها. *تكنولوجيا التربية - دراسات وبحوث*، ع ٥٠، ٧٩-١٢٥ .
- عبدالعاطي، حسن الباتع محمد. (٢٠٠٨). التفكير الناقد في عصر المعلوماتية. *مجلة دراسات المعلومات*، ع ٢، ١٤٩-١٨٠ .
- الجعافرة، أسى عبدالحافظ خلف، و الخرابشة، عمر محمد عبدالله. (٢٠٠٩). درجة إتلاك المنفوقين في مدرسة اليوبيل بالأردن لمهارات التفكير الناقد. *رسالة الخليج العربي*، س ٣٠، ع ١١٢، ١٩٧-٢٤١ .
- العمري، عمر حسين محمد. (٢٠٢١). أثر الحوسبة السحابية في تنمية مهارات استخدام تطبيقات جوجل التعليمية والتفكير الناقد لدى طلبة جامعة مؤتة. *مؤتة للبحوث والدراسات - سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، مج ٣٦، ع ٥٤، ٣٢٩-٣٥٦ .
- المدحاني، نورا بنت سالم بن محمد. (٢٠٠٣). التفكير الناقد لدى طلبة جامعة السلطان قابوس وعلاقته ببعض المتغيرات. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة السلطان قابوس، مسقط.
- سكتاوي، منال طاهر محمد. (٢٠١٠). تصميم برنامج تدريبي لتنمية مهارات استخدام الشبكة الدولية للمعلومات الإنترنت وأثره على التفكير الناقد لدى أعضاء الهيئة المعاونة بكليات التربية في المملكة العربية السعودية. *عالم التربية*، س ١١، ع ٣٢٤، ١٤١-٢٠٨ .
- سلامة، سامية إبراهيم، جمعة، أميمة مصطفى كامل، و السيد، محمد عبدالحميد. (٢٠١٧). استخدام الشباب الجامعي للصحف الالكترونية وعلاقتها بمهارة التفكير الناقد لديهم. *بحوث في التربية النوعية*، ع ٣٠، ١١٤٠-١١٧١ .
- سليمان، السر أحمد ؛ السيد، عثمان فضل. (٢٠١٧). التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفكير الناقد لدى طلاب جامعة حائل. *مجلة التربية*، ع ١٧٤، ج ٢، ١٦٦-١٩٥ .
- صالح، شعيب جمال محمد، المحمد، حمدان بن إبراهيم، و أبو ناصر، فحي محمد علي. (٢٠١٩). الاستخدام الناقد والإبداعي لمنصات التواصل الاجتماعي وانعكاسه على الأمن الفكري لدى طلبة جامعة الملك فيصل. *المجلة التربوية*، ج ٦٨، ٢١-٦٧ .
- طارق عبد الرؤوف عامر. (٢٠١٥). برنامج الكورت والتعبات الست للتفكير، القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.

- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر. (٢٠١٥). *مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني*، عمان: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع.
- مصطفى، نجلاء علي عبد الله. (٢٠١٨). *فاعلية التعليم المدمج باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات التفكير الناقد والاتجاه نحو عملية التعلم لدى طلاب جامعة الأمير سطاتم بن عبدالعزيز. مجلة العلوم التربوية والنفسية، مج ٢، ع ٢٨، ٧٧-١٠٠.*
- موسى، مبارك. (٢٠٢١). *التفكير النقدي والممارسات التعليمية. مجلة البحوث التربوية والتعليمية. مج ١٠، ع ٢٤، ١٥٩-١٧٤.*
- نور على سعد درويش (٢٠١٦): *قيم وخصائص مدمني الإنترنت، الإسكندرية: دار الوفاء* لدنيا الطباعة والنشر.
- وطي، نادية، والشايب، محمد الساسي. (٢٠١٥). *التفكير الناقد لدى تلاميذ التعليم الثانوي وعلاقته بالتحصيل الدراسي: دراسة ميدانية بثانويات بلدية الرويسات ورقلة.* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، ورقلة.
- Heard, J., Scoular, C., Duckworth, D., Ramalingam, D., & Teo, I. (2020). *Critical thinking: Skill development framework*.
- Marazano, R., Pickering, D., Arredondo, D., Blackburn, G., Brandt, R., & Moffett, C. (1992). *Dimensions of thinking*. Alexandria, VA: Association for Supervision and Curriculum Development.
- November, N. (2015). Using Social Media to Enhance Critical Thinking: Crossing Socio-Educational Divides. In *The Palgrave Handbook of Critical Thinking in Higher Education* (pp. 509-523). New York: Palgrave Macmillan US.
- Samad, S., Nilashi, M., & Ibrahim, O. (2019). The impact of social networking sites on students' social wellbeing and academic performance. *Education and Information Technologies, 24*, 2081-2094.
- Shaikh, A. R., Alhoori, H., & Sun, M. (2023). YouTube and science: models for research impact. *Scientometrics, 128*(2), 933-955.
- van Essen, C. M., & Van Ouytsel, J. (2023). Snapchat streaks—How are these forms of gamified interactions associated with problematic smartphone use and fear of missing out among early adolescents?. *Telematics and Informatics Reports, 11*, 1-7.

- Abdullah, D., Sastraatmadja, A. H. M., Lestari, N. C., Saputra, N., & Al Haddar, G. (2023). Implementation of youtube as a learning media in the new normal era. *Cendikia: Media Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 13(3), 476-481.
- Adams, N. E. (2015). Bloom's taxonomy of cognitive learning objectives. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 103(3), 152.
- Alharbi, M. M. (2022). Investigating the Potential of Blended Learning to Develop Critical Thinking Skills among Student Teachers in Saudi Arabia (Doctoral dissertation, *University of Leicester*).
- Al-Rahmi, W. M., & Othman, M. S. (2013). The impact of social media use on academic performance among university students: A pilot study. *Journal of Information Systems Research and Innovation*, 4(1), 1-10.
- Al-Zou'bi, R. (2021). The impact of media and information literacy on acquiring the critical thinking skill by the educational faculty's students. *Thinking Skills and Creativity*, 39, 100782.
- Anderson, J., & Rainie, L. (2012). Millennials will benefit and suffer due to their hyperconnected lives. Washington DC, *Pew Research Center*, 18.
- Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M., & Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram?. *Teaching and teacher education*, 96, 103149, 1-14.
- Arthurs, J., Drakopoulou, S., & Gandini, A. (2018). Researching youtube. *Convergence*, 24(1), 3-15.
- Bataineh, R. F., & Zghoul, L. H. (2006). Jordanian TEFL graduate students' use of critical thinking skills (as measured by the Cornell Critical Thinking Test, Level Z). *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 9(1), 33-50.
- Bissell, A. N., & Lemons, P. P. (2006). A new method for assessing critical thinking in the classroom. *BioScience*, 56(1), 66-72.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.

- Carr, N. (2020). *The shallows: What the Internet is doing to our brains*. WW Norton & Company.
- Cheng, L., Fang, G., Zhang, X., Lv, Y., & Liu, L. (2024). Impact of social media use on critical thinking ability of university students. *Library Hi Tech*, 42(2), 642-669.
- Dilekli, Y. (2019). What Are the Dimensions of Thinking Skills in Turkish Literature?: A Content Analysis Study. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 8(1), 110-118.
- Doodoo, N. A., & Youn, S. (2021). Snapping and chatting away: Consumer motivations for and outcomes of interacting with Snapchat AR ad lens. *Telematics and Informatics*, 57, 1-17.
- Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2007). *Through the Labyrinth: The Truth about How Women Become Leaders*. Harvard Business Review Press.
- Elder, L., & Paul, R. (2020). *Critical thinking: Tools for taking charge of your learning and your life*. Foundation for Critical Thinking.
- Ennis, R. H. (2015). Critical thinking: A streamlined conception. In *The Palgrave handbook of critical thinking in higher education* (pp. 31-47). New York: Palgrave Macmillan US.
- Erzurum, F., & Tiryakioglu, F. (2011). Use of social networks as an education tool. *Contemporary Educational Technology*, 2(2), 135-150.
- Facione, P. A. (2011). Critical thinking: What it is and why it counts. *Insight assessment*, 1(1), 1-23.
- Facione, P. A. (1990). Critical Thinking: A Statement of Expert Consensus for Purposes of Educational Assessment and Instruction, Research Findings and Recommendations. Prepared for the Committee on Pre-College Philosophy of the American Philosophical Association, *ERIC Document ED315423*.
- Gok, T. (2016). The Effects of Social Networking Sites on Students' Studying and Habits. *International journal of Research in Education and Science*, 2(1), 85-93.
- Greenhow, C. (2011). Youth, learning, and social media. *Journal of Educational Computing Research*, 45(2), 139-161.
- Greenhow, C., & Lewin, C. (2019). Social media and education: Reconceptualizing the boundaries of formal and informal learning. In *Social media and education* (pp. 6-30). Routledge.

- Halpern, D. F. (2013). *Sex Differences in Cognitive Abilities*. Psychology Press.
- Holmes, N. G., Wieman, C. E., & Bonn, D. (2015). Teaching critical thinking. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(36), 11199-11204.
- Howard, L. W., Tang, T. L. P., & Jill Austin, M. (2015). Teaching critical thinking skills: Ability, motivation, intervention, and the Pygmalion effect. *Journal of Business Ethics*, 128, 133-147.
- Huitt, W. (1998). Critical thinking: An overview. *Educational psychology interactive*, 3(6), 34-50.
- Hyde, J. S. (2014). Gender similarities and differences. *Annual Review of Psychology*, 65, 373-398.
- Junco, R. (2012). The relationship between frequency of Facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement. *Computers & Education*, 58(1), 162-171.
- Kelly, S., Christen, S., & Snyder, L. G. (2013). An analysis of effective online reputation management :A critical thinking social media activity. *Journal of Research in Business Education*, 55(1), 24-35.
- Khan, S. (2012). Impact of social networking websites on students. *Abasyn Journal of Social Sciences*, 5(2), 56-77.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.
- Ku, K. Y., Kong, Q., Song, Y., Deng, L., Kang, Y., & Hu, A. (2019). What predicts adolescents' critical thinking about real-life news? The roles of social media news consumption and news media literacy. *Thinking Skills and Creativity*, 33, 1-12.
- Laiya, R. E. (2020). Application of Critical Thinking on the Social Media (Case Study Comments and Statuses on Facebook about Miss Tourism Competition on West Nias). In *Journal of Physics: Conference Series*. 1477(4).042002). IOP Publishing.
- Lima, M., Jouini, N., Namaci, L., & Fabiani, T. (2014). Social media as a learning resource for business students of the 'Net Generation': using active learning principles to empower creative and critical

- thinking. *International Journal for Quality in Higher Education Institutions*, 1(1), 24-40.
- Lismaya, L. (2019). *Berpikir Kritis & PBL:(Problem Based Learning)*. Media Sahbat Cendekia.
 - Manca, S., & Ranieri, M. (2016). Facebook and the others. Potentials and obstacles of social media for teaching in higher education. *Computers & Education*, 95, 216-230.
 - Marzano, R. J. Brandt, R. S., Hughes, C., Jones, B., Presseisen, B. Z., Rankin, S. C., & Suhor, C. (1988). Dimensions of thinking: A framework for curriculum and instruction. *The Association for Supervision and Curriculum Development*, 125 N. West St., Alexandria, VA 22314-2798.
 - Mazman, S. G., & Usluel, Y. K. (2009). The usage of social networks in educational context. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 49(1), 338-342.
 - Nuraini, I. (2022). UPAYA GURU DALAM MENGEMBANGKAN KEMAMPUAN CRITICAL THINKING PESERTA DIDIK PADA MATA PELAJARAN FIQIH DI MTS ANNAJAH PETUKANGAN JAKARTA SELATAN (Bachelor's thesis, *Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*).
 - Ophir, E., Nass, C., & Wagner, A. D. (2009). Cognitive control in media multitaskers. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(37), 15583-15587.
 - Paredes-Corvalan, D., Pezoa-Fuentes, C., Silva-Rojas, G., Rojas, I. V., & Castillo-Vergara, M. (2023). Engagement of the e-commerce industry in the US, according to Twitter in the period of the COVID-19 pandemic. *Heliyon*, (9), 1-30.
 - Pattanapichet, F., & Wichadee, S. (2015). Using Space In Social Media To Promote Undergraduate Students Critical Thinking Skills. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 16(4), 38-49.
 - Paul, R., & Elder, L. (2006). *Critical Thinking: Tools for Taking Charge of Your Learning and Your Life*. Pearson.
 - Paul, R., & Elder, L. (2019). *The miniature guide to critical thinking concepts and tools*. London: Rowman & Littlefield.

- Pew Research Center. (2021). *Social Media Use in 2021*. Retrieved from *Pew Research Center* website.
- Rahman, S. A., & Manaf, N. F. A. (2017). A Critical Analysis of Bloom's Taxonomy in Teaching Creative and Critical Thinking Skills in Malaysia through English Literature. *English Language Teaching*, 10(9), 245-256.
- Rosen, L. D., Whaling, K., Carrier, L. M., Cheever, N. A., & Rokkum, J. (2013). The media and technology usage and attitudes scale: An empirical investigation. *Computers in human behavior*, 29(6), 2501-2511.
- Schafersman, S. D. (1991). An introduction to critical thinking. Retrieved from <http://www.freeinquiry.com/critical-thinking.html>
- Slameto, S. (2014). Developing critical thinking skills through school teacher training'training and development personnel'model and their determinants of success. *International Journal of Information and Education Technology*, 4(2), 161-166.
- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y. (2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in human behavior*, 27(6), 2322-2329.
- Sternberg, R. J. (1986). Critical Thinking: Its Nature, Measurement, and Improvement. *National Inst. of Education (ED)*, Washington, 86, 1-37.
- Sutikno, T., Handayani, L., Stiawan, D., Riyadi, M. A., & Subroto, I. M. I. (2016). WhatsApp, viber and telegram: Which is the best for instant messaging?. *International Journal of Electrical & Computer Engineering*, 6(3), 909-914.
- Tess, P. A. (2013). The role of social media in higher education classes (real and virtual) – A literature review. *Computers in Human Behavior*, 29(5), A60-A68.
- Widiantari, I. A. P. A., Dwi, N. L. P. E. S., & Artini, L. P. (2023). YouTube as an Alternative Learning Media for Independent Bilingual Young Learners: A Review. *Journal of English Teaching*, 9(1), 83-97.

Path Analysis of the Relationship Between Social Media Use and Critical Thinking Among Youth

Abstract

The study aimed to analyze the path of relationships between social media use and critical thinking among youth, and to verify the possibility of developing a model that explains the relationships between the study variables. Social media has become an integral part of young people's daily lives, affecting various aspects. The study relied on an exploratory sample of 200 young men and women and a main sample of 166 young men and women aged between 21 and 37 years. Two main scales were used: the Critical Thinking Scale and the Social Media Use Scale. The results showed a statistically significant correlation between social media use and critical thinking. They also revealed a statistically significant positive direct effect of the cultural and recreational dimension on critical thinking, and a statistically significant negative direct effect of the social dimension on critical thinking. Additionally, the study indicated statistically significant differences between males and females in critical thinking. The results suggested that social media can have both positive and negative effects on critical thinking among youth, where directed and mindful use can enhance critical thinking skills. The study recommended guiding social media use to enhance critical thinking and achieve the desired educational and developmental benefits.