

وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في العملية التعليمية

د. فوزية عبدالله آل علي*

ملخص الدراسة:

يتلخص موضوع البحث في أهمية دراسة استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية. تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى جمع البيانات المتعلقة باستخدام طلاب الجامعة - عينة دراسة - وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو استخدامها في العملية التعليمية، وكذلك دراسة بعض ما يتعلق بها

المتغيرات. للاستخدام؛ مثل الجنس والوضع الاجتماعي والمرحلة التعليمية وما إلى ذلك. تعتمد هذه الدراسة على نهج المسح المستخدم للحصول على معلومات أو أوصاف حول الظاهرة والموضوع. وخلصت الدراسة إلى أن عينة الدراسة اتفقت على ضرورة تمكين الجامعات العربية من تشجيع الطلاب على استخدام المزيد من التقنيات في الفصول الدراسية، وتدريب المناهج باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث سيساعد ذلك في تطوير مهارات الاتصال لدى طلاب الجامعة. كما اتفقوا على تدريس معظم منعبير وسائل التواصل الاجتماعي.

كما تسعى هذه الدراسة للتعرف على تصورات طلبة الإعلام إزاء وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية ومزاياها وعيوبها وأبرز العناصر التي يمكن توظيفها ضمن مقرر تعليمي عن وسائل التواصل الاجتماعي.

الكلمات الدالة:

وسائل التواصل الاجتماعي، العملية التعليمية مهارات الاتصال، وتدريب المناهج

*أستاذ مشارك في جامعة الشارقة - الإمارات العربية المتحدة

Social media and its role in the educational process

Abstract

The research topic is the importance of studying the use of social media in the educational method. This study is considered a descriptive study that aims to collect data related to university students - an innovative study - social media and their orientation towards using it in education, in addition to studying some of what is related to them.

still. To use; Such as gender, social status, educational stage, etc. This study is based on scanning used to obtain information or descriptions about the phenomenon and topic.

The study concluded that the study sample agreed on the need to enable Arab universities to encourage students to use more technologies in the classroom, and to teach curricula using social media, as this will help develop the communication skills of university students. They also agreed to teach most of the lessons through social media.

The study focused on topics of social media, educational process, and communication skills.

Keywords:

social media, educational process, communication skill, teach curricula

المقدمة

أهم ما يميز ثورة تكنولوجيا الاتصالات ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة؛ فكان الإنترنت الذي يربط ما بين الشبكات الحاسوبية في جميع أنحاء العالم بداية ظهور تلك المواقع وتتجاوب هذه الدراسة مع الاهتمامات العالمية الحديثة في مجال الإعلام والساعية إلى الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في تدريس المواد الإعلامية باعتباره وسيلة إعلامية واتصالية في المقام الأول، وباعتبارها وسيلة تعليمية تتوافر فيها المقومات والعناصر الأساسية للوسائل التعليمية الحديثة.

وبالرغم من بدء الاهتمام بمثل هذه الدراسات، إلا أنه لا توجد دراسات عربية تطرقت لمثل هذا الموضوع من جهة، ولم تطرح رؤي حول كيفية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الدراسات الإعلامية والتعليم الأكاديمي الإعلامي، من جهة ثانية، كما لم يتم رصد تصورات المعنيين والمستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي إزاء سماتها وعيوبها ومقوماتها كوسيلة تعليمية من جهة ثالثة.

وتسعى هذه الدراسة للتعرف على تصورات طلبة الإعلام إزاء وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية ومزاياها وعيوبها وأبرز العناصر التي يمكن توظيفها ضمن مقرر تعليمي عن وسائل التواصل الاجتماعي

أهداف البحث:

١. معرفة اتجاهات الطلبة إزاء وسائل التواصل الاجتماعي كمقرر في مجال دراسة الإعلام والاتصال، معرفة اتجاهات الطلبة إزاء وسائل التواصل الاجتماعي على محتويات مقرر عن شبكات التواصل الاجتماعي عرفة اتجاهات الطلبة إزاء وسائل التواصل الاجتماعي إزاء أفضل طرق التواصل فيما بينهم عبر هذه الوسائل معرفة اتجاهات الطلبة إزاء مزايا وعيوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية معرفة اتجاهات الطلبة إزاء توافر امكانيات تدريس وسائل التواصل الاجتماعي كمقرر تعليمي.

الدراسات السابقة:

تنوعت نتائج الدراسات السابقة التي بحثت حول الدور التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي، فمن الدراسات ما كشف عن الدور الإيجابي والمهم لمواقع التواصل الاجتماعي كما في دراسة كالبيدو وكوستن وموريس وKalpidou, Costin & Morris, 2011)) التي اظهرت أن الفيسبوك (Facebook) شبكة اجتماعية تقوى العلاقات الاجتماعية، وتساعد الطلبة على التوافق الاجتماعي والنفسي (١)، وكشفت دراسة لي ولي وجانغ (Jang, 2011 & Lee, Lee) أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لها مؤشرات تنبؤية على التوافق النفسي والاجتماعي للطلبة (٢).

ومن الدراسات ما كشف عن الدور السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي كما في دراسة سانغاري ولايميم ورويس (Rouis, 2011 & Sangari, Limayem) إذ أشارت نتائجها إلى أن الفيسبوك (Facebook) ليس له دورٌ مهمٌ على أداء الطلاب الأكاديمي (٣)، ونتائج دراسة لي ويو (Wu, 2007 & Lei) التي كشفت عن العلاقة الارتباطية

الإيجابية بين العزلة النفسية وارتفاع عدد ساعات استخدام الإنترنت (٤)، ونتائج دراسة العمري (٢٠٠٨) التي أظهرت بعض الآثار السلبية للإدمان على الإنترنت، ومن أهمها: مشكلات النوم، والكآبة والحزن عند البعد عن الإنترنت، والميل إلى العزلة، والبعد عن مخالطة الآخرين، والكذب في الحوار والدراسة (٥).

دراسة Cristina Maria. Balteretu ٢٠١٠، والتي سعت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الطلبة الجامعيين في رومانيا لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد اعتمد الباحث على أداة المجموعات المركزة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى الشباب هي Myspace، Netlog، Tagged، Hi5، Facebook، وكانت دوافع استخدامهم لهذه الشبكات تتركز في: الاتصال بسهولة مع أصدقائي، اكتشاف الكثير من المعلومات عن الآخرين، والبقاء على اتصال مع أصدقائي الذين يبعدون عني، التحادث مع الآخرين وتبادل الصور ومقطوعات الفيديو (٦).

دراسة رضا أمين ٢٠٠٩ والتي سعت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب، ودوافع استخدامه، والإشباع المتحققة من استخدامهم لهذا الموقع، وما مستوى ثقة الشباب به، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ١٢٢ مفردة من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن ٧٠.٥% من عينة الدراسة لا يعرفون مواقع متخصصة في عرض وإرفاق ملفات الفيديو سوى موقع اليوتيوب، وذكر ٢٩% من المبحوثين بأنهم يعرفون مواقع أخرى، مثل يوتيوب الإسلامي، مصراوي، وتمثلت أهم دوافع التعرض لموقع اليوتيوب في التعرف على الأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، وذلك بنسبة ٣١.٧%، والتسلية والترفيه بنسبة ٢٩.٩%، والرغبة في مشاهدة أجزاء من المسرحيات والبرامج التلفزيونية بنسبة ٢٦.١٥، والفضول للتعرض لنمط إعلامي جديد بنسبة ٢٠.٥% (٧).

دراسة Mark Urista & Others ٢٠٠٩ والتي سعت الدراسة إلى التعرف على استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقعي Myspace، Facebook، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها: تمثلت أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي للموقعين في أنها وسيلة اتصال فعالة بالاتصال بالآخرين، وأنها وسيلة اتصال سهل ومريح في الاتصال بالأهل والأصدقاء، وأن دافع الفضول لدى هؤلاء الشباب جعلهم يقبلون على الاشتراك فيها لاكتشاف العالم المحيط بهم، وجعلهم أكثر شعبية وجاذبية في عيون الآخرين، بالإضافة إلى سهولة تشكيل وتعزيز العلاقات مع الآخرين من خلال إقامة اتصال فعال معهم، ويرى المشاركون في مناقشات المجموعات المركزة أن وجود الانفتاح والتحرر والشفافية جعل هذه المواقع أكثر شعبية، وأفاد المشاركون بأنهم حصلوا على الكثير من المعلومات الشخصية عن الأعضاء بدون معرفتهم (٨).

دراسة Pavica Sheldon ٢٠٠٨ والتي سعت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع Facebook في جامعة Louisiana ، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج ، منها: أن الشباب الجامعي يستخدم موقع Facebook لإشباع بعض الرغبات والاحتياجات التي لا توفرها وسائل الاتصال التقليدية ، مثل : البحث عن أصدقاء جدد خارج الواقع المحسوس الذي يعيشون فيه ، والوصول إلى أصدقاء يصعب الوصول إليهم بطرق الاتصال التقليدية ، وإقامة علاقات غرامية مع الآخرين ، والبحث عن الرفقة والمصاحبة ، وكشفت الدراسة أيضاً عن أن الطلبة أكثر استخداماً لموقع Facebook في كثير من الموضوعات السلبية ، وغير الأخلاقية بالمقارنة بالطلبات ، وأن الطالبات أكثر صدقاً في التعبير عن أنفسهن بالمقارنة بالطلبة ، وأن الطالبات تكشف

الكثير عن المعلومات الشخصية عن أنفسهن بالمقارنة بالطلبة (٩).

التعليق على الدراسات السابقة:.

- ١- اعتمدت معظم هذه الدراسات على مدخل الاستخدامات والإشباع في التعرف على معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع التعرض المختلفة ، والإشباع التي تتحقق من هذا التعرض ، واختبار دور المتغيرات الديموغرافية خصوصاً السن والنوع في التأثير على معدل التعرض ودوافعه والإشباع المترتبة عليه .
- ٢- قلة الدراسات التي ربطت بين وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها في العملية التعليمية
- ٣- قلة الدراسات التي حاولت استكشاف امكانيات وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط إعلامية ومقرر يمكن أن يدرس لطلبة الإعلام، باعتبارها وسيلة إعلامية متميزة.
- ٤- تناقض نتائج الدراسات حول تصورات المستخدمين عن شبكات التواصل الاجتماعي وعن الجوانب الايجابية والسلبية لهذه الوسائل.

الإطار النظري للدراسة:

سعى العديد من الباحثين لتطوير النظريات المستخدمة في دراسة ظواهر وسائل الإعلام وتطويعها في دراسة وسائل التواصل الاجتماعي ومن بينها:

مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency وهو أحد المداخل التي تشكل علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام حيث تعد درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام هي الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوك

نموذج الاستخدامات والإشباع: وفي هذا الإطار استخرج الباحثون، بالاستناد إلى دراسات إمبيريقية ، عدة أصناف من الاستخدامات منها: أولاً الاستخدامات ذات العلاقة بالمعلومات . أما الصنف الثاني الهام من الاستخدامات فيرتبط بما يسمى تنظيم الأحداث والفعاليات event coordination كتنظيم الاجتماعات المدرسية والمناسبات الاجتماعية وجمع الأموال والمناسبات الدينية وأعياد الميلاد عبر استخدام برنامج event الذي يتيح موقع الفايسبوك. أما الصنف الثالث من الاستخدامات فيتعلق

بإحداث جماعات تتقاسم اهتمامات مشتركة. وتؤكد هذه الاستخدامات أن للشبكات الاجتماعية علاقة متينة بأنشطة الحياة اليومية.

والعزلة، مدخل الاستخدامات والإشباع أن افراد الجمهور مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها "الإشباع" (١). وقد صنفت الدراسات التي أجريت على مدخل الاستخدامات والإشباع على تقسيم الإشباع إلى إشباع الوسيلة والتي تنشأ من أداء الوسيلة ، مثل إنشاء ملف شخصي Profile على مواقع التواصل الاجتماعي ، وتخفيف الإحساس بالتوتر ، والراحة والاسترخاء ، والتخلص من الملل والعزلة ، وإشباع المضمون مثل إشباع الحصول على المعلومات ، واكتشاف الواقع ، والربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من شبكة علاقاته الاجتماعية : مثل القدرة على التحدث مع الآخرين (١) .

تطويع نموذج نشر الأفكار المستحدثة في دراسة استخدامات الإعلاميين لوسائل التواصل الاجتماعي، من خلال معرفة مدى انتشار استخدام هذه الوسائل في المؤسسات الإعلامية، ودراسة ذلك على مستويين: مستوى التبنّي عبر المؤسسات، ثم مستوى التبنّي الفردي، مع التركيز على دراسة تأثير تعقد استخدام هذه الوسائل وملاءمتها على إمكانية تبنيها، مع الأخذ في الاعتبار العوامل التي تؤثر على تبني المؤسسات لهذه الوسائل الجديدة،

نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي. وهي ترى أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدي تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً. وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة (١٢) ()

وتحاول الدراسة الاستفادة من كل من النماذج والنظريات السابقة في قراءة ظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط تعليمي في مجال دراسة الإعلام وتصورات المستخدمين لهذه الوسيلة

مشكلة الدراسة:

ونظراً والمميزات المتعددة التي تتمتع بها وسائل التواصل الاجتماعي، استخدمتها كليات الإعلام في العديد من الدول في العملية التعليمية، وان هناك تباين في استخدامات هذه الكليات لهذه الوسائل، و في تصور طلبة الإعلام لفائدة هذه الوسائل من الناحية

التعليمية، وإلى إى مدى تعد وسائل مفيدة فى تدريس المقررات الإعلامية ، وبناءً على ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة فى الإجابة على التساؤل التالي: " ما واقع استخدام طلبة الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعى كوسيلة تعليمية، وما هى اتجاهاتهم إزاء فوائدها وعيوبها كوسيلة تعليمية؟

تساؤلات الدراسة:

١. ما هى أكثر أشكال التواصل الاجتماعى التى يفضل الطلبة استخدامها ضمن المقررات التعليمية، وتلك المستخدمة بالفعل فى الجامعات العربية؟
٢. ما هى تصورات الطلبة عن أبرز الموضوعات التى يمكن ادرجها ضمن مقرر عن وسائل التواصل الاجتماعى؟
٣. ما هى تصورات الطلبة حول أبرز الوسائل للتواصل مع الأساتذة الذين يدرسون مقررات عن وسائل التواصل الاجتماعى؟
٤. ما هى تصورات الطلبة حول أبرز سمات وسائل التواصل الاجتماعى كوسيط تعليمى؟
٥. ماهى أبرز مزايا وعيوب وسائل التواصل الاجتماعى كوسائل تعليمية من وجهة نظر طلبة الإعلام فى الجامعات العربية؟
٦. ما هى الاتجاهات العامة لطلبة الإعلام فى الجامعات العربية إزاء استخدام وسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة تعليمية؟.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تستهدف جمع البيانات الخاصة باستخدام طلبة الإعلام - عينة الدراسة - لمواقع التواصل الاجتماعى ، واتجاهاتهم إزاء استخدامها كوسيلة تعليمية ، بجانب دراسة بعض المتغيرات المتعلقة بالاستخدام مثل النوع والحالة الاجتماعية والمرحلة التعليمية وغيرها . وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً يستخدم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة محل الدراسة كما تقوم على قياس عادات الاستخدام: من خلال عدم الاكتفاء برصد عادات الجمهور فى استخدام تطبيقات الإعلام الاجتماعى إلى الاهتمام بالتعرف على العوامل التى تؤثر فى توجيه هذا الاستخدام وشكله.

قياس الدوافع والإشباع، والاتجاهات فى بحوث تطبيقات الإعلام الاجتماعى: بصورة مغايرة لما هو مألوف فى قياس هذه الدوافع والإشباع المتحققة من استخدام وسائل الاعلام التقليدية (١٣).

مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة الإعلام فى عدة جامعات عربية، فمن الإمارات تم تطبيق الاستمارة مع طلبة من جامعات الشارقة وزايد وعجمان والإمارات، ومن الدول العربية الأخرى تم تطبيق الاستمارة مع طلبة من جامعة السلطان قابوس ومن جامعات مصرية.

عينة الدراسة :

تستخدم الباحثة في هذه الدراسة العينة العمدية Purposive sample ، حيث اختارت الباحثة في هذا النوع من العينات حالات يعتقد أنها تمثل المجتمع في الجانب الذي يتناوله البحث ، وبذلك طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 148 مفردة طلبة الإعلام في جامعات عربية متنوعة ، حيث بلغ عدد المشاركين من جامعات عربية ٦٠ طالبة وطالب بنسبة (40.5%) ومن جامعات اماراتية ٧٨ بلغت نسبتهم (59.5%) ويوضح الجدول التالي خصائص عينة الدراسة.

المتغير	المستويات	إجمالي العينة (ن = ١٤٨)	
		ك	%
النوع	ذكور	٧٩	53.4%
	إناث	٦٩	46.6%
الحالة الاجتماعية	أعزب	١٣٠	٧٨.٨%
	متزوج	١٠	6.8%
	مطلق	٧	4.7%
	أرمل	١	.7%
	السنة الدراسية	الأولى	٣٢
	الثانية	٢٨	15.6%
	الثالثة	٢٢	12.2%
	الرابعة	٥٧	31.7%
	خريجون	١٣	7.2%

أداة جمع البيانات:

تستخدم هذه الدراسة صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد تضمنت الجوانب المختلفة التي تسعى الدراسة إلى التعرف عليها وفقاً لأهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، وقد تضمنت صحيفة الاستبيان محورين هما:

المحور الأول: التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ومعدل التعرض

المحور الثاني: أكثر وسائل التواصل الاجتماعي من حيث التعرض والوسائل المستخدمة في التعرض

المحور الثالث: أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة

المحور الرابع: أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في المقررات التعليمية ، ومزاياها وسماتها

نتائج الدراسة الميدانية :

تستعرض الباحثة في هذا الجزء نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بتعرض طلبة الإعلام لوسائل التواصل الاجتماعي، وذلك على النحو التالي :

وسائل التواصل الاجتماعي المفضل استخدامها ضمن المقررات التعليمية

في حالة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ضمن أي مقرر تعليمي، ما هي أكثر الوسائل التي يتم استخدامها؟					
لا تستخدم		تستخدم بدرجة متوسطة		تستخدم بكثرة	
%	ك	%	ك	%	ك
22.1%	31	35.0%	49	42.9%	60
10.1%	14	28.8%	40	61.2%	85
15.9%	22	27.5%	38	56.5%	78
14.4%	20	27.3%	38	58.3%	81
14.4%	20	32.4%	45	53.2%	74
15.0%	21	36.4%	51	48.6%	68

جدول رقم (٣) يوضح وسائل التواصل الاجتماعي المفضل استخدامها ضمن المقررات التعليمية

يوضح الجدول السابق تصورات الطلبة حول أفضل وسائل التواصل الإلكتروني التي يمكن استخدامها ضمن المقررات التعليمية، حيث رأوا أن أكثر الأشكال التي يمكن استخدامها بكثرة هي إرسال وقراءة الرسائل الإلكترونية بنسبة ٦١.٢%، تلاها استخدام محركات البحث داخل الفصل مثل جوجل بنسبة ٥٨.٣%، يليها، استخدام الهواتف الجوال لإرسال وقراءة الرسائل الفورية لأغراض تعليمية مثل مجموعات الطلبة على الواتس اب بنسبة ٥٦.٥%، يليها استخدام الحواسيب بأشكالها المختلفة داخل الفصل بنسبة ٥٣.٢%، يليها استخدام مواقع وشبكات الانترنت التعاونية مثل المدونات والويكيبيديا ووثائق جوجل ..الخ داخل الفصل بنسبة ٤٨.٦%، يليها استخدام مواقع التشبيك الإلكتروني مثل الفيس بوك وتويتر ويوتيوب بنسبة ٤٢.٩%.

ويكشف ما سبق عن تراجع مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل مفضلة من قبل الطلبة لاستخدامها ضمن المقررات التعليمية بينما تصدر البريد الإلكتروني ومحركات البحث واستخدام الهواتف الجوال

أبرز الوسائل للتواصل مع الأساتذة الذين يدرسون مقررات عن وسائل التواصل الاجتماعي

أبرز الوسائل للتواصل بين استاذ مقرر	
ك	%
66	48.9%
93	68.9%
77	57.0%
93	68.9%
81	60.0%
48	35.6%
74	54.8%
84	62.2%

جدول رقم (٥) يوضح أبرز للتواصل مع الأساتذة الذين يدرسون مقررات عن وسائل التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول أن الطلبة يرون أنه في مقدمة الوسائل التي يمكن استخدامها للتواصل مع الأساتذة الذين يدرسون مقررات عن وسائل التواصل الاجتماعي هو ارسال ملفات فيما بينهم بنسبة ٦٨.٩%، وبنفس النسبة إنشاء صفحة خاصة بالمقرر على وسائل التواصل الاجتماعي، يليه وضع فيديوهات على شبكة التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٢.٢%، يليه وضع بوستات للطلبة بنسبة ٦٠% يليه، وضع بوستات للجميع بنسبة ٥٧%، يليه وضع صور بنسبة ٤٨.٩% أخيرا التوصل عبر الشات بنسبة ٤٨.٩%

أبرز سمات وسائل التواصل كوسيلة تعليمية

أبرز سمات/ مزايا وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية من وجهة نظر ك							
العبارة	كبيرة		محايد		محدودة		قيمة المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%	
إمكانية إنشاء مقرر الكتروني كامل عبر هذه الوسائل	95	70.9%	36	26.9%	3	2.2%	0.023
إمكانية استخدامها في مجال التواصل وتبادل مواد المقرر على مدار الأربع وعشرين ساعة	89	66.4%	40	29.9%	5	3.7%	0.246
إمكانية توظيف أكثر من وسيلة (صور، فيديو.. إلخ) لتسهيل فهم المعلومات المتعلقة بالمقرر	100	74.6%	25	18.7%	9	6.7%	0.927
إمكانية مشاركة كل طلبة المقرر وآخرين في تبادل المعلومات والآراء	101	74.8%	27	20.0%	7	5.2%	0.117
تشجيع الطلبة المترددين أو الذين يشعرون بالخجل على التواصل عبر هذه الشبكات	97	72.4%	31	23.1%	6	4.5%	0.629
اكتشاف مواهب وقدرات للطلبة قد لا يتسنى ظهورها داخل الفصل التقليدي	96	71.1%	33	24.4%	6	4.4%	0.652
إمكانية توثيق كل المعلومات الخاصة بالمقرر والرجوع إليها عند الحاجة	98	72.6%	33	24.4%	4	3.0%	0.442
التواصل الفوري والآنني بين طلبة المقرر وأساتذته	104	77.6%	26	19.4%	4	3.0%	0.520
توظيف إمكانات الانترنت عامة ضمن المساق (المصادر التعليمية الأخرى)	84	63.2%	44	33.1%	5	3.8%	0.109

0.326	2.241	3.0%	4	26.5%	35	70.5%	93	تعزز مهارات الطلبة في مجالات متعددة منها مهارات التواصل والأبحاث
0.851	0.322	3.8%	5	27.3%	36	68.9%	91	تشجع على التعلم، سواء من خلال المناقشات التفاعلية داخل أو خارج الفصل
0.431	1.681	5.2%	7	26.9%	36	67.9%	91	إشراك الطلبة بصورة أفضل داخل الفصل الدراسي
0.925	0.155	5.2%	7	32.8%	44	61.9%	83	تساعد في إشراك الطلبة والأساتذة وأولياء الأمور معاً في العملية التعليمية
0.317	2.298	9.1%	12	37.9%	50	53.0%	70	تساعد في تخفيض نفقات التعليم التقليدي
0.758	0.553	6.1%	8	34.8%	46	59.1%	78	تقلل من الوقت المطلوب لإنجاز الدروس سواء داخل الفصل أو خارجه
0.573	1.114	12.1%	16	33.3%	44	54.5%	72	تقلل من معدلات غياب الطلبة عن المحاضرات
0.829	0.374	1.5%	2	35.3%	47	63.2%	84	تطور من مهارات مدرس المقرر سواء من الناحية التعليمية او التكنولوجية

جدول رقم (٦) يوضح تصورات الطلبة إزاء أبرز سمات وسائل التواصل الاجتماعي كوسائل تعليمية

يتضح من الجدول السابق أن طلبة الإعلام يرون أن من بين أبرز وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية هي:

- أنه يمكن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في العديد من الحملات الإعلامية بنسبة ٨٠.٦%، وبنفس النسبة القول بملاءمتها لأذوات واهتمامات طلبة الإعلام بنسبة ٨٠.٦%، تلاها التواصل الفوري والأنلي بين طلبة المقرر وأساتذته، وقال بذلك ٧٧.٦%، تلاها إشراك الطلبة بصورة أفضل داخل الفصل الدراسي وقال بذلك ٧٦.٩%، تلاها إمكانية الاستفادة من مقررات مشابهة مطروحة في أماكن أخرى بنسبة ٧٧.٥%، تلاها، إمكانية مشاركة كل طلبة المقرر وآخرين في تبادل المعلومات والآراء وقال بذلك ٧٤.٨%، تلاها إمكانية توظيف أكثر من وسيلة (صور، فيديو.. إلخ) لتسهيل فهم المعلومات المتعلقة بالمقرر وقال بذلك ٧٤.٦%، تلاها تدريس مقررات عن التواصل الاجتماعي سيطور من المهارات الاتصالية لدى طلبة الإعلام بنسب ٧٦.١%، تلاها مسابقتها للتكنولوجيا الحديثة وتوظيفها في التعليم بنسبة ٧٣.٦%، تلاها إمكانية توثيق كل المعلومات الخاصة بالمقرر والرجوع إليها عند الحاجة وقال بذلك ٧٢.٦%، تلاها تشجيع الطلبة المترددين أو الذين يشعرون بالخجل على التواصل عبر هذه الشبكات وقال بذلك ٧٢.٤%، تلاها يمكن الاستفادة مما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي كوسائل توضيحية لمقررات إعلامية بنسبة ٧٢.٢%، تلاها تطور مهارات الطالب وقدرته على الوصول الي المعلومات والتعاون مع الآخرين بنسبة ٧٢.٢%، تلاها تزيد من العلاقات الاجتماعية سواء بين الطلبة أنفسهم أو بينهم وبين أساتذتهم بنسبة ٧١.٤%، وتلاها اكتشاف مواهب وقدرات للطلبة قد لا يتسنى ظهورها داخل الفصل التقليدي وقال بذلك ٧١.١%، تلاها إمكانية إنشاء مقرر اليكتروني كامل عبر هذه الوسائل بنسبة ٧٠.٩%، تلاها تعزز مهارات الطلبة في مجالات متعددة منها مهارات التواصل والأبحاث وقال بذلك ٧٠.٥%، تلاها تشجع على التعلم، سواء من خلال المناقشات التفاعلية داخل أو خارج الفصل وقال بذلك ٦٨.٩%، تلاها إمكانية استخدامها في مجال التواصل وتبادل مواد المقرر على مدار الأربع وعشرين ساعة، تلاها توظيف امكانيات الانترنت عامة ضمن المساق (المصادر التعليمية الأخرى)، تلاها تساعد في

إشراك الطلبة والأساتذة وأولياء الأمور معًا في العملية التعليمية بنسبة ٦١.٩%، تلاها تقلل من الوقت المطلوب لإنجاز الدروس سواء داخل الفصل أو خارجه،

ومن ناحية أخرى تكشف نتائج الدراسة عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكر أو أنثى) من بين طلبة الإعلام وكل من القول بإمكانية إنشاء مقرر اليكتروني كامل عبر هذه الوسائل، حيث بلغت قيمة كآ 7.557 وبقيمة معنوية بلغت 0.023، وكذلك القول بإمكانية استخدامها في مجال التواصل وتبادل مواد المقرر على مدار الأربع وعشرين ساعة ، حيث بلغت قيمة كآ 2.801 وبقيمة معنوية بلغت 0.246، والقول بإمكانية توظيف أكثر من وسيلة (صور، فيديو.. إلخ) لتسهيل فهم المعلومات المتعلقة بالمقرر ، حيث بلغت قيمة كآ 0.151 وبقيمة معنوية بلغت 0.927، والقول بإمكانية مشاركة كل طلبة المقرر وآخرين في تبادل المعلومات والآراء ، حيث بلغت قيمة كآ 4.291 وبقيمة معنوية بلغت 0.117، والقول بتشجيع الطلبة المترددين أو الذين يشعرون بالخجل على التواصل عبر هذه الشبكات ، حيث بلغت قيمة كآ 0.927 وبقيمة معنوية بلغت 0.629 ، القول بإمكانية توثيق كل المعلومات الخاصة بالمقرر والرجوع إليها عند الحاجة ، حيث بلغت قيمة كآ 1.633 وبقيمة معنوية بلغت 0.442، القول باكتشاف مواهب وقدرات للطلبة قد لا يتسنى ظهورها داخل الفصل التقليدي ، حيث بلغت قيمة كآ وبقيمة معنوية بلغت ، والقول التواصل الفوري والأنبي بين طلبة المقرر وأساتذته ، حيث بلغت قيمة كآ 1.308 وبقيمة معنوية بلغت 0.520، القول توظيف امكانيات الانترنت عامة ضمن المساق (المصادر التعليمية الأخرى)، حيث بلغت قيمة كآ 4.438 وبقيمة معنوية بلغت 0.109، و القول تعزز مهارات الطلبة في مجالات متعددة منها مهارات التواصل والأبحاث ، حيث بلغت قيمة كآ 2.241 وبقيمة معنوية بلغت 0.326 ، القول إشراك الطلبة بصورة أفضل داخل الفصل الدراسي ، حيث بلغت قيمة كآ 1.681 وبقيمة معنوية بلغت 0.431 ، القول تشجع علي التعلم، سواء من خلال المناقشات التفاعلية داخل أو خارج الفصل ، حيث بلغت قيمة كآ 0.322 وبقيمة معنوية بلغت 0.851 ، القول تساعد في إشراك الطلبة والأساتذة وأولياء الأمور معًا في العملية التعليمية ، حيث بلغت قيمة كآ 0.155 وبقيمة معنوية بلغت 0.925 ، والقول تساعد في تخفيض نفقات التعليم التقليدي ، حيث بلغت قيمة كآ 2.298 وبقيمة معنوية بلغت 0.317 ، والقول تقلل من الوقت المطلوب لإنجاز الدروس سواء داخل الفصل أو خارجه ، حيث بلغت قيمة كآ 0.553 وبقيمة معنوية بلغت 0.317 ، والقول تقلل من معدلات غياب الطلبة عن المحاضرات ، حيث بلغت قيمة كآ 1.114 وبقيمة معنوية بلغت 0.573 ،، والقول تطور مهارات الطالب وقدرته على الوصول الي المعلومات والتعاون مع الآخرين ، حيث بلغت قيمة كآ 0.359 وبقيمة معنوية بلغت 0.836 ، والقول إمكانية الاستفادة من مقررات مشابهة مطروحة في أماكن أخرى ، حيث بلغت قيمة كآ 1.548 وبقيمة معنوية بلغت 0.461 ، والقول ملاءمتها لأذوات واهتمامات طلبة الإعلام ، حيث بلغت قيمة كآ 0.429 وبقيمة معنوية بلغت 0.807

أبرز عيوب وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية

العيوب	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	قيمة المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%		
مضيق للوقت	48	35.6%	62	45.9%	25	18.5%	2.17	0.430
تساعد في نشر الإشاعات وسرعة تداولها	103	76.3%	27	20.0%	5	3.7%	2.73	9.950
النظر إليها باعتبارها وسيلة ترفيهية وتسلية أكثر منها تعليمية	80	59.7%	48	35.8%	6	4.5%	2.55	3.971
إنعدام أو قلة الخصوصية	74	54.8%	46	34.1%	15	11.1%	2.44	10.769
قلة الثقة في المعلومات التي يتم تداولها عبر هذه الوسائل	79	58.5%	46	34.1%	10	7.4%	2.51	1.707
صعوبة توثيق المعلومات التي يتم تداولها	75	55.6%	48	35.6%	12	8.9%	2.47	6.063
سهولة فقدان المعلومات وضياعها ضمن الكم الكبير من الرسائل والبوستات	72	53.3%	44	32.6%	19	14.1%	2.39	4.052
تقوم بتشجيع تركيز الطالب في حالة استخدامها داخل الفصل الدراسي	88	66.2%	33	24.8%	12	9.0%	2.57	4.417
يمكن استخدامها في نشر سلوكيات سلبية مثل التحرش والبلطجة وأهانة الآخرين	78	59.1%	40	30.3%	14	10.6%	2.48	0.831
يمكن استخدامها خارج الفصل وليس داخل الفصل أو العكس	69	53.9%	42	32.8%	17	13.3%	2.41	6.201
لا توجد برامج أو مقررات متكاملة حتى الآن حول وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالإعلام	33	47.1%	25	35.7%	12	17.1%	2.30	2.071
قلة الكتب الدراسية ذات الصلة بتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي	37	54.4%	23	33.8%	8	11.8%	2.43	3.696
غير مفيدة لمعظم تخصصات الإعلام	17	25.8%	24	36.4%	25	37.9%	1.88	6.339
تزيد من الأعباء الدراسية المفروضة على الطالب والأستاذ	21	30.4%	25	36.2%	23	33.3%	1.97	0.037
معظم طلبة الإعلام غير قادرين على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بكفاءة	22	31.9%	24	34.8%	23	33.3%	1.99	0.861
مكلفة مادياً في حالة الرغبة في استخدامها بكثرة	22	32.4%	20	29.4%	26	38.2%	1.94	2.542
غير مأمونة الاستخدام من حيث توافر الاتصال بالإنترنت في أي وقت وبسرعة	30	43.5%	27	39.1%	12	17.4%	2.26	0.986
تحويل وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات تعليمية سيئها الطلبة عن تأدية دروسهم الأصلية	31	44.9%	27	39.1%	11	15.9%	2.29	0.414

جدول رقم (٧) يوضح أبرز عيوب وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية

يتضح من الجدول السابق أن طلبة الإعلام رأوا أن من بين أبرز عيوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هي

إنها تساعد في نشر الإشاعات وسرعة تداولها وذلك بنسبة ٧٦.٣% ، و تقوم بتشيت تركيز الطالب في حالة استخدامها داخل الفصل الدراسي وذلك بنسبة ٦٦.٢% ، و يمكن استخدامها في نشر سلوكيات سلبية مثل التحرش والبلطجة وأهانة الآخرين وذلك بنسبة ٥٩.١% ، و النظر إليها باعتبارها وسيلة ترفيهية وتسلية أكثر منها تعليمية وذلك بنسبة ٥٩.٧% ، و قلة الثقة في المعلومات التي يتم تداولها عبر هذه الوسائل وذلك بنسبة ٥٨.٥% ، و صعوبة توثيق المعلومات التي يتم تداولها وذلك بنسبة ٥٥.٦% ، و إنعدام أو قلة الخصوصية وذلك بنسبة ٥٤.٨% ، و قلة الكتب الدراسية ذات الصلة بتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة ٥٤.٤% ، و سهولة فقدان المعلومات وضياعها ضمن الكم الكبير من الرسائل والبوستات وذلك بنسبة ٥٣.٣% ، و يمكن استخدامها خارج الفصل وليس داخل الفصل أو العكس وذلك بنسبة ٥٣.٩% ، و لا توجد برامج أو مقررات متكاملة حتى الآن حول وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالإعلام وذلك بنسبة ٤٧.١% ، و تحويل وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات تعليمية سيلهى الطلبة عن تأدية دروسهم الأصلية وذلك بنسبة ٤٤.٩% ، و غير مأمونة الاستخدام من حيث توافر الاتصال بالإنترنت في أي وقت وبسرعة وذلك بنسبة ٤٣.٥% ، و مضيعة للوقت وذلك بنسبة ٣٦.٦% ، و مكلفة مادياً في حالة الرغبة في استخدامها بكثرة وذلك بنسبة ٣٢.٤% ، و معظم طلبة الإعلام غير قادرين على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بكفاءة وذلك بنسبة ٣١.٩% ، و تزيد من الأعباء الدراسية المفروضة على الطالب والأستاذ وذلك بنسبة ٣٠.٤% ، و غير مفيدة لمعظم تخصصات الإعلام وذلك بنسبة ٢٥.٨% ،

كما يكشف الجدول السابق عن وجود اتجاهات ايجابية لدى الطلبة إزاء القول بان من عيوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنها تساعد في نشر الإشاعات وسرعة تداولها ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٧٣ ، وإنهم ينظرون إليها باعتبارها وسيلة ترفيهية وتسلية أكثر منها تعليمية ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٥٥ ، و لقلة الثقة في المعلومات التي يتم تداولها عبر هذه الوسائل ، وإنها تقوم بتشيت تركيز الطالب في حالة استخدامها داخل الفصل الدراسي ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٥٧

كما ظهرت اتجاهات سلبية لدى الطلبة إزاء القول بان من عيوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنها مضيعة للوقت ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.١٧ ، وإنها تنصف بإنعدام أو قلة الخصوصية حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٤٤ ، وانه من الصعب توثيق المعلومات التي يتم تداولها ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٤٧ ، و سهولة فقدان المعلومات وضياعها ضمن الكم الكبير من الرسائل والبوستات حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٣٩ ، و لإمكانية استخدامها في نشر سلوكيات سلبية مثل التحرش والبلطجة وأهانة الآخرين حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٤٨ ، وانه يمكن استخدامها خارج الفصل وليس داخل الفصل أو العكس ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٤٣ ، وانه لا توجد برامج أو مقررات متكاملة حتى الآن حول وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالإعلام ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٣٠ ، و لقلة الكتب الدراسية ذات الصلة بتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٤٣ ، و إنها غير مفيدة لمعظم تخصصات الإعلام ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك

١.٨٨، وإنها تزيد من الأعباء الدراسية المفروضة على الطالب والأستاذ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ١.٩٧، وإن معظم طلبة الإعلام غير قادرين على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بكفاءة، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ١.٩٩، وإنها مكلفة مادياً في حالة الرغبة في استخدامها بكثرة، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ١.٩٤، وإنها غير مأمونة الاستخدام من حيث توافر الاتصال بالإنترنت في أي وقت وبسرعة، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٢٦، وإن تحويل وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات تعليمية سيلهى الطلبة عن تأدية دروسهم الأصلية، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٢٩ ومن ناحية أخرى يكشف الجدول السابق عدم وجود علاقة احصائية بين النوع (ذكر او أنثى) من طلبة الإعلام وبين رؤيتهم للعيوب التي تنصف بها وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية إنها مضيعة للوقت، حيث بلغت قيمة كآ 0.430 وبقيمة معنوية بلغت 0.430، و تساعد في نشر الاشاعات وسرعة تداولها، حيث بلغت قيمة كآ 9.950 وبقيمة معنوية بلغت 0.007 و تقوم بتشيت تركيز الطالب في حالة استخدامها داخل الفصل الدراسي، حيث بلغت قيمة كآ 4.417 وبقيمة معنوية بلغت 0.110 ويمكن استخدامها في نشر سلوكيات سلبية مثل التحرش والبلطجة وأهانة الآخرين، حيث بلغت قيمة كآ 0.831 وبقيمة معنوية بلغت 0.660 والنظر اليها باعتبارها وسيلة ترفيهية وتسلية أكثر منها تعليمية، حيث بلغت قيمة كآ 3.971 وبقيمة معنوية بلغت 0.137، و قلة الثقة في المعلومات التي يتم تداولها عبر هذه الوسائل حيث بلغت قيمة كآ 3.971 وبقيمة معنوية بلغت 0.137، و صعوبة توثيق المعلومات التي يتم تداولها، حيث بلغت قيمة كآ 6.063 وبقيمة معنوية بلغت 0.048 و إنعدام أو قلة الخصوصية، حيث بلغت قيمة كآ 10.769 وبقيمة معنوية بلغت 0.005، و قلة الكتب الدراسية ذات الصلة بتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة كآ 3.696 وبقيمة معنوية بلغت 0.158، و سهولة فقدان المعلومات وضياعها ضمن الكم الكبير من الرسائل والبوستات، حيث بلغت قيمة كآ 4.052 وبقيمة معنوية بلغت 0.132، و يمكن استخدامها خارج الفصل وليس داخل الفصل أو العكس، حيث بلغت قيمة كآ 6.201 وبقيمة معنوية بلغت 0.045، و لا توجد برامج أو مقررات متكاملة حتى الآن حول وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالإعلام، حيث بلغت قيمة كآ 2.071 وبقيمة معنوية بلغت 0.355، و تحويل وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات تعليمية سيلهى الطلبة عن تأدية دروسهم الأصلية، حيث بلغت قيمة كآ 0.414 وبقيمة معنوية بلغت 0.813، و غير مأمونة الاستخدام من حيث توافر الاتصال بالإنترنت في أي وقت وبسرعة، حيث بلغت قيمة كآ 0.986 وبقيمة معنوية بلغت 0.611، و مكلفة مادياً في حالة الرغبة في استخدامها بكثرة، حيث بلغت قيمة كآ 2.542 وبقيمة معنوية بلغت 0.281، و معظم طلبة الإعلام غير قادرين على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بكفاءة، حيث بلغت قيمة كآ 0.861 وبقيمة معنوية بلغت 0.650، و تزيد من الأعباء الدراسية المفروضة على الطالب والأستاذ حيث بلغت قيمة كآ 0.037 وبقيمة معنوية بلغت 0.982، و غير مفيدة لمعظم تخصصات الإعلام، حيث بلغت قيمة كآ 6.339 وبقيمة معنوية بلغت 0.042

اتجاهات طلبية الإعلام إزاء وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية

المعنى	درجة الحرية	إختبار T	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
.654	131	.449	2.53	9.8%	13	27.8%	37	62.4%	83	المناهج التعليمية لكليات الإعلام في العالم العربي تفتقر لمقررات عن وسائل التواصل الاجتماعي
.923	131	.097	2.16	21.1%	28	42.1%	56	36.8%	49	تدريس مقررات عن وسائل التواصل الاجتماعي يحتاج لإمكانيات غير متوافرة لدى جامعتنا
.585	130	-.547	2.08	29.5%	39	32.6%	43	37.9%	50	لا يوجد أساتذة مؤهلين بشكل كاف في جامعتنا لتدريس مقررات عن التواصل الاجتماعي
.266	130	-1.116	1.91	34.1%	45	40.9%	54	25.0%	33	طلبة الإعلام يعتبرون مقررات عن التواصل الاجتماعي غير مفيدة وأقرب للتفقيه منها للتعليم
.048	129	-1.996	2.20	17.6%	23	45.0%	59	37.4%	49	لا تحتاج وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات خاصة بها من أجل تدريسها
.000	129	-3.742	2.51	6.9%	9	35.1%	46	58.0%	76	تدريس معظم مقررات الإعلام يجب أن يتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي
.253	68	1.154	2.40	11.4%	8	37.1%	26	51.4%	36	ينبغي على كليات الإعلام في العالم العربي ان تغير من مناهجها وتدرج وسائل التواصل الاجتماعي
.436	68	.784	2.59	4.3%	3	32.9%	23	62.9%	44	ينبغي على كليات الإعلام في العالم العربي ان تشجع على استخدام التقنيات أكثر داخل الفصول
.035	68	-2.155	2.39	10.0%	7	41.4%	29	48.6%	34	يغلب الطابع التقليدي في التدريس على معظم أساتذة الإعلام بجامعتنا
.056	67	-1.943	1.78	40.6%	28	40.6%	28	18.8%	13	طلبة الإعلام العرب غير مؤهلين للتعامل مع وسائل التواصل كمقرر تعليمي
.249	67	-1.162	2.23	20.3%	14	36.2%	25	43.5%	30	لا يثق الأهل في جدوى الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية
.059	125	-1.903	2.31	14.2%	18	40.2%	51	45.7%	58	ينبغي تسليم الأعمال الصفية و الواجبات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بما يسمح بالمناقشات حولها بين الطلاب
.755	125	-.313	2.57	8.7%	11	26.0%	33	65.4%	83	المؤسسات الإعلامية العربية بحاجة ماسة لطلبة (إعلام) على دراية بكيفية استخدام وسائل التواصل

جدول رقم (٨) يوضح اتجاهات طلبية الإعلام إزاء وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية

يتضح من الجدول السابق المتعلق باتجاهات الطلبة إزاء وسائل الاتصال الاجتماعي كوسيلة تعليمية أنه بينما قال ٦٢,٤% انهم يوافقون على أن المناهج التعليمية لكليات الإعلام في

العالم العربي تفتقر لمقررات عن وسائل التواصل الاجتماعي ، قال ٩.٨% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٢٧.٩% موقفاً محايداً. و بينما قال ٣٦.٨% أنهم يوافقون على تدريس مقررات عن وسائل التواصل الاجتماعي يحتاج لإمكانيات غير متوافرة لدى جامعتنا، قال ٢١.١% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٤٢.١% موقفاً محايداً. و بينما قال ٣٧.٩% أنهم يوافقون على لا يوجد أساتذة مؤهلين بشكل كاف في جامعتنا لتدريس مقررات عن التواصل الاجتماعي، قال ٢٩.٥% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٣٢.٦% موقفاً محايداً. و بينما قال ٢٥% أنهم يوافقون على طلبة الإعلام يعتبرون مقررات عن التواصل الاجتماعي غير مفيدة وأقرب للترفيه منها للتعليم، قال ٣٤.١% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٤٠.٩% موقفاً محايداً.

وبينما قال ٣٧.٤% أنهم يوافقون على لا تحتاج وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات خاصة بها من أجل تدريسها، قال ١٧.٦% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٤٥% موقفاً محايداً. و بينما قال ٥٨% أنهم يوافقون على تدريس معظم مقررات الإعلام يجب أن يتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، قال ٦.٩% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٣٥.١% موقفاً محايداً. و بينما قال ٥١.٤% أنهم يوافقون على ينبغي على كليات الإعلام في العالم العربي ان تغير من مناهجها وتدرج وسائل التواصل الاجتماعي، قال ١١.٤% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٣٧.١% موقفاً محايداً. و بينما قال ٦٢.٤% أنهم يوافقون على ينبغي على كليات الإعلام في العالم العربي ان تشجع على استخدام التقنيات أكثر داخل الفصول، قال ٤.٣% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٣٢.٩% موقفاً محايداً.

وبينما قال ٤٨.٦% أنهم يوافقون على يغلب الطابع التقليدي في التدريس على معظم أساتذة الإعلام بجامعتنا، قال ١٠% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٤١.٤% موقفاً محايداً. و بينما قال ١٨.٨% أنهم يوافقون على طلبة الإعلام العرب غير مؤهلين للتعامل مع وسائل التواصل كمقرر تعليمي، قال ٤٠.٦% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٤٠.٦% موقفاً محايداً.

و بينما قال ٤٣.٥% أنهم يوافقون على لا يثق الأهل في جدوى الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية، قال ٢٠.٣% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٣٦.٢% موقفاً محايداً. و بينما قال ٤٥.٧% أنهم يوافقون على ينبغي تسليم الأعمال الصفية و الواجبات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بما يسمح بالمناقشات حولها بين الطلاب، قال ١٤.٢% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٤٠.٢% موقفاً محايداً. و بينما قال ٦٥.٤% أنهم يوافقون على المؤسسات الإعلامية العربية بحاجة ماسة لطلبة (إعلام) على دراية بكيفية استخدام وسائل التواصل، قال ٨.٧% أنهم لا يوافقون، بينما اتخذ ٢٦% موقفاً محايداً.

كما يتضح من الجدول السابق إن معظم اتجاهات الطلبة إزاء وسائل الاتصال الاجتماعي كوسيلة تعليمية هي اتجاهات سلبية، وخاصة فيما يتعلق بالقول بأن تدريس مقررات عن وسائل التواصل الاجتماعي يحتاج لإمكانيات غير متوافرة لدى جامعتنا ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.١٦، وأنه لا يوجد أساتذة مؤهلين بشكل كاف في جامعتنا لتدريس مقررات عن التواصل الاجتماعي ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٠٨، وأن طلبة الإعلام يعتبرون مقررات عن التواصل الاجتماعي غير مفيدة وأقرب للترفيه منها للتعليم ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ١.٩١، وأنها لا تحتاج وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات خاصة بها من أجل تدريسها ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٢٠، وأنه ينبغي على كليات الإعلام في العالم العربي ان تغير من مناهجها وتدرج وسائل التواصل الاجتماعي ، حيث بلغ

متوسط القائلين بذلك ٢.٤٠ ، وأنه يغلب الطابع التقليدي في التدريس على معظم أساتذة الإعلام بجامعتنا ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٣٩ ، وأن على طلبة الإعلام العرب غير مؤهلين للتعامل مع وسائل التواصل كمقرر تعليمي ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ١.٧٨ ، وأن الأهل لا يثقون في جدوى الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٢٣ ، وأنه ينبغي تسليم الأعمال الصفية و الواجبات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بما يسمح بالمناقشات حولها بين الطلاب ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٣١ ،

ولم تظهر اتجاهات ايجابية سوى فيما يتعلق بالقول بأن المؤسسات الإعلامية العربية بحاجة ماسة لطلبة (إعلام) على دراية بكيفية استخدام وسائل التواصل ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٥٧ ، وأنه ينبغي على كليات الإعلام في العالم العربي ان تشجع على استخدام التقنيات أكثر داخل الفصول ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٥٩ ، وأن تدريس معظم مقررات الإعلام يجب أن يتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٥١ ، وأن المناهج التعليمية لكليات الإعلام في العالم العربي تفنقر لمقررات عن وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢.٥٣ .

ومن ناحية أخرى يوضح الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات طلبة الإعلام (من الذكور والإناث) حول وسائل التواصل الاجتماعي كوسائل تعليمية سوى فيما يتعلق بالقول بإنها لا تحتاج وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات خاصة بها من أجل تدريسها، حيث بلغت قيمة $T-1.996$ ، عند درجة حرية ١٢٩ وبمعنوية 0.048 ، وكذلك عند القول أن تدريس معظم مقررات الإعلام يجب أن يتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة $T-3.742$ ، عند درجة حرية ١٢٩ وبمعنوية 0.000 .

الخلاصة ومناقشة التساؤلات والنتائج

- كشفت نتائج الدراسة عما يلي:
- اوضحت الدراسة أن الطلبة يرون أن من أفضل وسائل التواصل الإلكتروني التي يمكن استخدامها ضمن المقررات التعليمية، هي ارسال وقراءة الرسائل الإلكترونيّة ، تلاها استخدام محركات البحث داخل الفصل مثل جوجل ، يليها، استخدام الهواتف الجوالّة لإرسال وقراءة الرسائل الفورية لأغراض تعليمية مثل مجموعات الطلبة على الواتس اب ، يليها استخدام الحواسيب بأشكالها المختلفة داخل الفصل ، يليها استخدام مواقع وشبكات الانترنت التعاونية مثل المدونات والويكيديا ووثائق جوجل ..الخ داخل الفصل ، يليها استخدام مواقع التشبيك الإلكتروني مثل الفيس بوك وتويتر ويوتيوب. وهو ما يكشف عن تراجع مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل مفضلة من قبل الطلبة لاستخدامها ضمن المقررات التعليمية بينما تصدر البريد الإلكتروني ومحركات البحث واستخدام الهواتف الجوالّة
- أوضحت نتائج الدراسة أن طلبة الإعلام يرون أن من أبرز مزايا وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية هي:- أنه يمكن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في العديد من الحملات الإعلامية ، وبنفس النسبة القول بملاءمتها لأدوات واهتمامات طلبة

الإعلام ، تلاها التواصل الفوري والآني بين طلبة المقرر وأساتذته، تلاها إشراك الطلبة بصورة أفضل داخل الفصل الدراسي تلاها إمكانية الاستفادة من مقررات مشابهة مطروحة في أماكن أخرى ، تلاها ، إمكانية مشاركة كل طلبة المقرر وآخرين في تبادل المعلومات والآراء تلاها إمكانية توظيف أكثر من وسيلة (صور، فيديو.. إلخ) لتسهيل فهم المعلومات المتعلقة بالمقرر تلاها تدريس مقررات عن التواصل الاجتماعي سيطور من المهارات الاتصالية لدى طلبة الإعلام تلاها مساهمتها للتكنولوجيا الحديثة وتوظيفها في التعليم ، تلاها إمكانية توثيق كل المعلومات الخاصة بالمقرر والرجوع إليها عند الحاجة تلاها تشجيع الطلبة المترددين أو الذين يشعرون بالخل على التواصل عبر هذه الشبكات ، تلاها يمكن الاستفادة مما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي كوسائل توضيحية لمقررات إعلامية ، تلاها تطور مهارات الطالب وقدرته على الوصول الي المعلومات والتعاون مع الآخرين ، تلاها تزيد من العلاقات الاجتماعية سواء بين الطلبة أنفسهم أو بينهم وبين أساتذتهم ، وتلاها اكتشاف مواهب وقدرات للطلبة قد لا يتسنى ظهورها داخل الفصل التقليدي تلاها إمكانية إنشاء مقرر اليكتروني كامل عبر هذه الوسائل ، تلاها تعزز مهارات الطلبة في مجالات متعددة منها مهارات التواصل والأبحاث تلاها تشجع على التعلم، سواء من خلال المناقشات التفاعلية داخل أو خارج الفصل تلاها إمكانية استخدامها في مجال التواصل وتبادل مواد المقرر على مدار الأربعة وعشرين ساعة، تلاها توظيف امكانيات الانترنت عامة ضمن المساق (المصادر التعليمية الأخرى)، تلاها تساعد في إشراك الطلبة والأساتذة وأولياء الأمور معاً في العملية التعليمية ، تلاها تقلل من الوقت المطلوب لإنجاز الدروس سواء داخل الفصل أو خارجه، تلاها تطور من مهارات مدرس المقرر سواء من الناحية التعليمية او التكنولوجية ب، تلاها لا تحتاج وسائل التواصل الاجتماعي لمقرر خاص بها، فتعلمها يتم عن طريق الممارسة ، تلاها يمكن الاستغناء عن وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، تلاها تقلل من معدلات غياب الطلبة عن المحاضرات ، تلاها تساعد في تخفيض نفقات التعليم التقليدي

أوضحت نتائج الدراسة أن طلبة الإعلام يرون أن من أبرز سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية هي: إنها تساعد في نشر الإشاعات وسرعة تداولها ، و تقوم بتشيت تركيز الطالب في حالة استخدامها داخل الفصل الدراسي ، و يمكن استخدامها في نشر سلوكيات سلبية مثل التحرش والبلطجة وأهانته الآخرين و النظر إليها باعتبارها وسيلة ترفيهية وتسلية أكثر منها تعليمية و قلة الثقة في المعلومات التي يتم تداولها عبر هذه الوسائل و صعوبة توثيق المعلومات التي يتم تداولها ، و انعدام أو قلة الخصوصية ، و قلة الكتب الدراسية ذات الصلة بتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي و سهولة فقدان المعلومات وضياعها ضمن الكم الكبير من الرسائل والبوستات يمكن استخدامها خارج الفصل وليس داخل الفصل أو العكس و لا توجد برامج أو مقررات متكاملة حتى الآن حول وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالإعلام ، و تحويل وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات تعليمية سيلهى الطلبة عن تأدية دروسهم الأصلية ، و غير مأمونة الاستخدام من حيث توافر الاتصال بالإنترنت في أي وقت وبسرعة ، ومضيعة للوقت و مكلفة مادياً في حالة الرغبة في استخدامها بكثرة ، و معظم طلبة الإعلام غير قادرين

على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بكفاءة و تزيد من الأعباء الدراسية المفروضة على الطالب والأستاذ ، و غير مفيدة لمعظم تخصصات الإعلام

تكشف نتائج عن عدم صحة الفرض الثاني والقائل بوجود اتجاهات ايجابية لدى الطلبة إزاء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية ، حيث ظهرت اتجاهات سلبية لدى الطلبة إزاء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية أكثر من القائلين بإيجابياتها، ومن بين هذه الاتجاهات القول بأن من عيوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنها مضيعة للوقت ، وانها تنصف بانعدام أو قلة الخصوصية، ، وانه من الصعب توثيق المعلومات التي يتم تداولها، ،ولسهولة فقدان المعلومات وضياعها ضمن الكم الكبير من الرسائل والبوستات ، ولإمكانية استخدامها في نشر سلوكيات سلبية مثل التحرش والبلطجة وأهانه الآخرين وغيرها.

كما أوضحت نتائج الدراسة أن إن معظم اتجاهات الطلبة إزاء وسائل الاتصال الاجتماعي كوسيلة تعليمية هي اتجاهات سلبية، وخاصة فيما يتعلق بالقول بأن تدريس مقررات عن وسائل التواصل الاجتماعي يحتاج لإمكانيات غير متوفرة لدى جامعتنا ، ، وأنه لا يوجد أساتذة مؤهلين بشكل كاف في جامعتنا لتدريس مقررات عن التواصل الاجتماعي ، ، وأن طلبة الإعلام يعتبرون مقررات عن التواصل الاجتماعي غير مفيدة وأقرب للترفيه منها للتعليم ، ، وأنها لا تحتاج وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات خاصة بها من أجل تدريسها ، وأنه ينبغي على كليات الإعلام في العالم العربي ان تغير من مناهجها وتدرج وسائل التواصل الاجتماعي ، ، وأنه يغلب الطابع التقليدي في التدريس على معظم أساتذة الإعلام بجامعتنا ، ، وأن على طلبة الإعلام العرب غير مؤهلين للتعامل مع وسائل التواصل كمقرر تعليمي ، وأن الأهل لا يتقنون في جدوى الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية ، وأنه ينبغي تسليم الأعمال الصفية و الواجبات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بما يسمح بالمناقشات حولها بين الطلاب ،

أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية فيما يتعلق برؤيتهم لمزايا وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط تعليمي، وكذلك عدم وجود ذات دلالة احصائية بين الطلاب الذكور والأناث فيما يتعلق برؤيتهم لعيوب وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط تعليمي

أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات طلبة الإعلام (من الذكور والأناث) حول وسائل التواصل الاجتماعي كوسائل تعليمية سوى فيما يتعلق بالقول بإنها لا تحتاج وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات خاصة بها من أجل تدريسها، وكذلك عند القول أن تدريس معظم مقررات الإعلام يجب أن يتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي

وتوصى الدراسة بضرورة الاهتمام بتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي ضمن تدريس المقررات الإعلامية، والعمل على صياغة مقررات خاصة بدراسة وسائل التواصل الاجتماعي، وتوفير الامكانيات التي تساعد على توظيفها ضمن الجامعات العربية، وعلى تأهيل طلبة وأساتذة الإعلام للتعامل مع هذه الوسائل الجديدة، والحرص على تعزيز ايجابيات هذه الوسائل وتجنب سلبياتها، وعدم الاقتصار على استخدام وسيلة معينة دون سواها، فضلاً عن توظيف الامكانيات التفاعلية التي توفرها هذه الوسائل من أجل خلق بيئة تعليمية متميزة في تعليم مقررات الإعلام وغيرها.

مراجع الدراسة:

https://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%B9%D9%86_%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A

- 1 -Kalpidou, M., Costin, D & Morris, J. (2011). The Relationship Between Facebook and the Well-Being of Undergraduate College Students, *Cyberpsychology , Behavior and Social Networking*, 14(4).pp.183-189.
- 2 -Lee, E., Lee, L & Jang, J. (2011). Internet for the Internationals: Effects of Internet Use Motivations on International Students College Adjustment, *Cyber psychology. Behavior and Social Networking*, 14, (7-8): 433- 437.
- 3 - Sangari, E., Limayem, M & Rouis, S. (2011). Impact of Face book Usage on Students' Academic Achievement: Role of self-regulation and trust. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology* 9, (3).pp. 961-994
- 4 -Lei, L & Wu, Y. (2007). Adolescents paternal attachment and internet use, *cyber psychology & behavior*, 10(5): 633-640.
- ٥- العمري، علي بن حنfan) ٢٠٠٨. (إدمان الإنترنت وبعض آثاره النفسية والاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية في إدارة التربية والتعليم في محافظة حائل التعليمية.رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك خالد، أبها، السعودية.
- 6 - Bălterețu, Cristina Maria; Balaban. Delia ,2010 ,Cristinam Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students, A Qualitative Approach. ,*Journal of Media Research*, Vol. 3 Issue 1, ,p p67-74.
- ٧ أمين ، رضا عبد الواحد ، ٢٠٠٩، استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت ، أبحاث المؤتمر الدولي الأول، الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد ، جامعة البحرين، ٧-٩ إبريل) ص ص ٥١١-٥٣٦.
- 8 - Urista, Mark A., Qingwen Dong, Day, Kenneth D.,2009, Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses & Gratification Theory ,*Human Communication*, Vol, 12 Issue 2, Summer, p p215-229
- 9 - Sheldon, Pavica,2008, student favorite: facebook and motives for its use, *Southwestern Mass Communication Journal*, Vol. 23 Issue 2, Mar, p39-53
- ١٠-مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين، ١٩٩٨، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية: ص ٢٤٨.
- 11 - Kayahara, J., and Wellman, B., 2007 ،Searching for culture—high and low, *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol 12, Issue3, article 4 , Retrieved December 2, 2010 from: [ttp://jcmc.indiana.edu/vol12/issue3/kayahara.html](http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue3/kayahara.html)

- ١٢-وانل عبد الباري، ٢٠٠٩، تكنولوجيا الاتصال والتغير الاجتماعي: الأبعاد التنموية للمعلوماتية، المؤتمر الدولي لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، مارس ٢٠٠٩
- ١٣- مها عبد المجيد، مدخل إلى إشكالية النظرية في بحوث الإعلام الجديد، في: حسام الهامي وأحمد سمير ومها عبد المجيد، *مناهج البحث في الإعلام الجديد*، (القاهرة: الوايل الصيب للنشر والتوزيع)، الطبعة الأولى، ٢٠١٣، ص ص ١٩٧- ٣٣٤.