اتجاهات الطلبة تجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسائط تعليمية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كليات الإعلام فى الجامعات العربية

د. فوزية العلي(*)

تمثل وسائل التواصل الاجتماعى ثورة اتصالية جديدة، فهى بمثابة كيان اتصالى خاص ومميز، وجد ليبقى ولينافس غيره، وليفرض نموذجه المتفرد على كل المعنيين بالدراسات الإنسانية والاجتماعية عامة، والإعلامية خاصة، فى وقت خلقت فيه هذه الثورة كيانات اتصالية جديدة، وانتجت أدوات تواصل مغايرة ومميزة، وطرحت مجالات بحثية غير مسبوقة، واستحوذت على اهتمام الملايين من المستخدمين التقليديين لوسائل الإعلام، بحيث لم يعد بإمكان أية باحث فى مجال الإعلام والاتصال، عدم الأخذ بعين الاعتبار هذا الكيان الجديد: بحثًا وتدريسًا.

وقد تفاوتت استجابات الجماعات البحثية المعنية ببحوث الاتصال والإعلام مع هذا الكيان الاتصالى الجديد (وسائل التواصل الاجتماعي) ما بين التجاهل التام والإكتفاء بالإستمرار فى دراسة وسائل الإعلام التقليدية بمفردها، والإبقاء على تدريس ذات الدراسات الإعلامية التقليدية المعنية ببحوث الصحافة والإذاعة والتليفزيون والعلاقات العامة وغيرها، وعلى ذات المقررات التعليمية، دون الإقتراب الحقيقي من وسائل التواصل الاجتماعى، لصعوبة قراءاتها نظريًا، وتحليليها منهجيًا، و تدريسها أكاديميًا، وما بين محاولة الاقتراب من دراسة وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال التسلح بذات الأدوات والمداخل النظرية التقليدية، دون النظر لوسائل التواصل الاجتماعي ككيان اتصالى جديد ومغاير ومستقل، وما بين محاولات محدودة للتعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مستقل: سواء على مستوى التدريس والبرامج والمقررات أو الأطروحات النظرية العمومية التي تحاول استكشاف آفاق وسائل التواصل الاجتماعي، وأبرز سماتها المغايرة أو المتشابهة مع وسائل التواصل التقليدية، وإن بدأت مؤخراً بعض الجماعات البحثية تدرك أهمية التعاطى مع وسائل التواصل الجديد ككيان اتصالى مستقل، يحتاج لقراءة جديدة سواء من حيث إشكالياته وأدواته النظرية والمنهجية، وبدأت تهتم بمجالات بحثية جديدة من بينها العمل على تطوير مقررات تدريسية وبرامج تعليمية لوسائل التواصل

(*) أستاذ مشارك بكلية الاتصال – جامعة الشارقة.

الاجتماعي، حيث يسعى هذا الاتجاه للتأسيس لبرامج خاصة بتدريس وسائل التواصل الاجتماعى، وصياغة مقررات ملائمة لها[١]، وتتجاوب هذه الدراسة مع الاهتمامات العالمية الحديثة فى مجال الإعلام والساعية إلى الإستفادة من وسائل التواصل الاجتماعى فى تدريس المواد الإعلامية بإعتباره وسيلة إعلامية واتصالية، وبإعتبارها أيضا وسيلة تعليمية . وتسعى هذه الدراسة للتعرف على تصورات طلبة الإعلام إزاء وسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة تعليمية ومزاياها وعيوبها وأبرز العناصر التى يمكن توظيفها ضمن مقرر تعليمى عن وسائل التواصل الاجتماعى

وسائل التواصل الاجتماعى كوسائط تعليمية

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي Social Network Sites (SNS) من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الإنترنت، لا يفصل بينهم أية عوامل مثل السن أو النوع أو المهنة أو الجنسية، فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة، وهو ما يجعل الشباب أكثر تعرضاً لهذه المواقع، نظراً لإقبالهم المتزايد على استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في هذه الشبكات أكثر من أي فئة أخرى، وذلك بسبب بعض العوامل النفسية والاجتماعية المتمثلة في رغبة الشباب في إقامة علاقات وصداقات مع الآخرين في مختلف دول العالم[٢].

"تلك الشبكات الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات، حيث يري البعض أن تلك الشبكات ساعدت في حل مشكلة تربوية تمثلت في كون أن التعليم الإلكتروني تعليم جامد، حيث أضافت الشكل الإنساني من خلال مشاركة وتفاعل العنصر البشرى بالعملية التعليمية مما ساعد علي جذب المتعلمين وزيادة الرغبة في التعلم، ورأي البعض أنها يمكن أن تحل محل المؤسسات التربوية والجامعية". وقد بدأ الكثير من أعضاء هيئة التّدريس باستخدام هذه الشبكات للتّواصل مع الطلاب من أجل خلق بيئة تعليمية شفافة وتفاعلية يكون فيها الطّالب عنصراً فاعلاً يشارك في المسؤولية، وليس مجرّد متلقّ سلبي لمعلوماتٍ يلقنه إياها المعلِّم في القاعة الدّراسية[٣].

ولوسائط التواصل الاجتماعي العديد من فوائد الاستخدام، كما يشير لوسك (Lusk 2010)[٤]، حيث تُمكن الأفراد وبشكل عملي من اكتشاف اهتماماتهم، والبحث عن حلول لمشكلاتهم مع أشخاص آخرين، مشابهين لهم، أو مروا بالتجربة، فيقدموا خبرتهم وتجاربهم، لهؤلاء الأشخاص، ويمكن من خلال هذه المواقع الحصول

على الدعم الأكاديمي المباشر، حيث تقوم بعض هذه المواقع بحل الواجبات البيتية، وتوضيح المصطلحات التعليمية، كما تسهم في تحسين قدرات المستخدم ومعرفته على الاتصال المباشر (online)، ويشير ليو (Liu 2010)[٥]، أن هناك أربع استخدامات رئيسة لوسائط التواصل الاجتماعي، تتمثل في: التواصل وتمتين الروابط الاجتماعية، التواصل المباشر، السرية في الحصول على التغذية الراجعة، وبناء العلاقات، وهذه المواقع مفضلة على غيرها من قبل مجموعات الاتصال؛ لأنها تركز على الأغراض الحياتية والاجتماعية، كما أن عضوية هذه المواقع لا تتطلب بيروقراطية المواقع الأخرى في الدخول والحصول على المعلومة، كما أنها لا تعتمد على مجموعات اتصال ثابتة، وإنما مجموعات متغيرة باستمرار.

ومن بين مزايا وسائل التواصل الاجتماعى فى العملية التعليمية:[٦] (١) توفر للمستخدمين فرص متاحة لتأسيس صفحات انترنت وإعداد شبكات اجتماعية خاصة بهم. (٢) تسمح باستمرار تحديث البيانات. (٣) تخلق بيئة تعاونية. (٤) تدعم دور نشط من خلال الإشعارات الاجتماعية والدردشة والمرفقات. (٥) الشبكات الاجتماعية توفر للمستخدمين بيئة للتفكير النقدي. (٦) يمكن للطلاب الحصول على المعلومات والأجوبة على الأسئلة السابقة من قبل زملاء الدراسة (٧) يطرح أفكاراً جديدة للتواصل بين الطلبة لكي يناقشوا مع بعضهم مناهج الدراسة والمحاضرات واكتشافهم طرق أفضل لمراجعة الدروس. (٨) يحسن مهارات الكتابة لدى الطالب. (٩) تعد وسيلة فاعلة لتعزيز التعليم من خلال إشغال الطلبة ودفعهم للتفاعل مع بعضهم البعض ويشمل الأمر حتى الطلبة الذين لا يعرفون شيئا عن مثل هذا التواصل الاجتماعي أو أولئك الذين لم يفلحوا في النشاطات الجماعية لأنهم سوف يجدون المتعة والإثارة في مثل هذا النمط من التعلم والتفاعل.

ويشير بلانكنشب (Blankenship 2011)[٧]، إلى أن هناك تأثيراً متزايداً لاستخدام هذه الوسائط، فى التعليم، والتعليم العالي خصوصاً، فهي تجعل الطالب أكثر اندماجاً بالموضوع واهتماماً، كما أن الطلبة يأخذون على عاتقهم تحمل مسؤولية أعباء تعلمهم، ومن جهة أخرى تضيف هذه المواقع روحاً إبداعية جديدة لطرائق تعلم المواضيع، تُمكن المتعلم من بلورة شخصية إبداعية، تؤدي إلى أحساس تفاعلي مع ما يتم تعلمه، وتقدم هذه المواقع الفرصة لإجراء مناقشات معمقة حول الموضوع المطروح، وهذه العوامل وغيرها تؤدي إلى تبني أراء واتجاهات جديدة، يغذيها حرية الطرح، وتشعب الأفكار وتنوعها.

نتيجة للاستخدامات السابقة، كالحصول على المعلومات، ومحتويات المساقات، وسهولة الاتصال بالآخرين، ومناقشة المواضيع، وتناقل البيانات؛ أصبح إلزاماً على الطالب بغض النظر عن مكانه، ومستواه أن ينخرط في استخدام وسائط مشاركة متعددة؛ لاكتشاف تلك المعلومات، والخروج من خصوصية التعلم إلى عموميته، والذي ينظر إليه في الوقت الراهن كمُخرج مهم من مخرجات التعلم البناءة

ولم يقف تأثير هذه الوسائط عند الطالب، بل تعداه إلى المعلم، فاستخدام المعلم للوسائط الاجتماعية عبر شبكة الإنترنت، أثر على نمط تفكيره، وتُأثر بشكل مباشر على نمط تفاعله مع طلابه، ويرى المعلمون أن وسائط التواصل الاجتماعي لها تأثير قوي على منظومة الشخص السياسية، والأخلاقية، والشخصية، وأن الطلاب بحاجة إلى توجيه مستمر، وحماية، وهذا الأمر يتطلب من المعلمين أن يبنوا فهماً أفضل للوسائط الاجتماعية؛ حتى يتمكنوا من تقديم المساعدة اللازمة لطلابهم، لاستيعاب كثير من الموضوعات المطروحة، والرسائل عبر هذه الوسائط، وفهمها (Mangram, 2008)[٨].

ومن المزايا الأخرى: توسيع دائرة المتعلّمين بتوفير سهولة التّواصل بينهم وبين المعلِّم، وكذلك نشر الثّقافة التّقنية وتوسيع مدارك الطّلاب بإطلاعهم على أحدث المستجدات في مجال دراستهم.وأخيراً إعطاء الفرصة لبعض الطّلاب الذين يعتريهم الخجل عند مواجهة المعلم للتّعبير عن آرائهم كتابة ممّا قد يساعدهم على الإبداع. بل إنّ هذا من شأنه أنْ يحقق فوائد اجتماعية واقتصادية أيضاً تتمثل في خفض الإنفاق على القاعات الدّراسية والأدوات والوسائل التّعليمية، والتّقليل من الكثافة المرورية في شوارع المدن، والحفاظ على البيئة بالتقليل من الاستخدام الورقي والطباعة[٩].

أهمية الدراسة:

١. من أوائل الدراسات العربية التى تحاول التعرف على إمكانية توظيف وسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة تعليمية
٢. من أوائل الدراسات العربية التى تحاول التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة إعلامية وتعليمية فى نفس الوقت.
٣. سعيها لتوضيح المقومات التعليمية والإعلامية لوسائل التواصل الاجتماعى.

٤. سعيها للتعرف على تصورات احد الأطراف المهمة فى توظيف وسائل التواصل الاجتماعى، وهم الشباب والطلبة الجامعيين من جهة ومن الدارسين للإعلام من جهة أخرى

٥. محاولتها توظيف بعض المداخل الدراسية الجديدة فى دراسة وسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة إعلامية وتعليمية

٦. محاولة جعل المناهج الدراسية مرنة بحيث تستوعب طرق التدريس الحديثة خاصة التفاعلية منها.

٧. إثارة انتباه المؤسسة التعليمية من طلية وأكاديميين إلى الدور الهام الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم.

أهداف البحث:

١. التعرف على اتجاهات طلبة الإعلام إزاء وسائل التواصل الاجتماعي كمقرر فى مجال الإعلام

٢. التعرف على اتجاهات طلبة الإعلام إزاء وسائل التواصل الاجتماعي على محتويات مقرر عن شبكات التواصل الاجتماعي

٣. التعرف على اتجاهات طلبة الإعلام إزاء وسائل التواصل الاجتماعي إزاء أفضل طرق التواصل فيما بينهم عبر هذه الوسائل

٤. التعرف على اتجاهات طلبة الإعلام إزاء مزايا وعيوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية

٥. التعرف على اتجاهات طلبة الإعلام على أبرز الفروق بين استخدام الوسائل التقليدية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي فى مجال تدريس المقررات الإعلامية

٦. التعرف على اتجاهات طلبة الإعلام إزاء توافر إمكانيات تدريس وسائل التواصل الاجتماعي كمقرر تعليمي.

الدراسات السابقة:

- دراسة عصام عبيد بعنوان "دور الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية من وجهة نظر الطلاب والطالبات" على عينة بحثية مكونة من (١٠٠) طالب وطالبة كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود

الإسلامية للتعرف على اتجاهاتهم نحو الشبكات الاجتماعية فيما يخص المقررات الدراسية الخاصة بهم، حيث خلص إلى عدم ثقة الطلاب بأهمية الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية، وعدم تقبلهم أسلوب المشاركة الفعلية في الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية، كذلك عدم إقبال الأساتذة على ربط مواقعهم الشخصية أو مواقع أقسامهم الدراسية على الويب بالشبكات الاجتماعية.

- اظهرت دراسة للمجلس البريطاني عن تأثير الشبكة العنكبوتية في أنماط المتعلمين الشباب الذين يودون تعلم اللغة الانجليزية كلغة ثانية، ظهور فاعلية وتفاعل كبيرة للمعلمين في استخدام الوسائل التكنولوجية في التعليم واستطاعوا دمج طلابهم مع عالم أكبر خارج الحصة، ولقد استطاع هؤلاء الطلاب الحصول على علامات أكثر واكتسبوا مهارات أسرع وأكثر من سواهم، ومن أهم نتائج هذا البحث أيضا إنه حوالي ٦٩% من المتعلمين حول العالم تعلموا بفاعلية أكبر عندما استخدموا المواقع الاجتماعية التفاعلية.

- كما 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 Kalpidou, (Costin & Morris, 2011) التي اظهرت أن الفيسبوك (Facebook) شبكة اجتماعية تقوى العلاقات الاجتماعية، وتساعد الطلبة على التوافق الاجتماعي والنفسي[١٠]، وكشفت دراسة لي ولي وجانغ (Lee, Lee & Jang, 2011) أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لها مؤشرات تنبؤية على التوافق النفسي والاجتماعي للطلبة[١١].

- ومن الدراسات ما كشف عن الدور السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي كما في دراسة سانغاري ولايمايم ورويس (Sangari, Limayem & Rouis, 2011) إذ أشارت نتائجها إلى أن الفيسبوك (Facebook) ليس له دورٌ مهمٌ على أداء الطلاب الأكاديمي[١٢]، ونتائج دراسة لي ويو (Lei & Wu, 2007) التي كشفت عن العلاقة الارتباطية الإيجابية بين العزلة النفسية وارتفاع عدد ساعات استخدام الإنترنت [١٣]، 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 والدردشة[١٤].

- اهتمت دراسة جمال المنيس[١٥] بدراسة النتائج المرتبطة بالاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني بين الشباب الكويتي، وسلطت الضوء على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، مثل تويتر وإنستجرام، على الشباب الكويتي من النواحي الاجتماعية والنفسية. من الناحية الاجتماعية تعرضت الدراسة لدور وسائل التواصل الاجتماعي في بروز ظاهرة "الإحلال الاجتماعي"؛ حيث بينت النتائج أن الاستخدام المكثف لهذه الوسائل يأتي على حساب الوقت الذي يقضيه الفرد مع أسرته.. كما بينت الدراسة وجود فروقات بين الذكور والإناث من حيث الثقة بالنفس في أثناء استخدام هذه الوسائل؛ فالإناث أكثر ثقة بالنفس من الذكور عند استخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي.

- دراسة Cristina Maria. Balteretu 2010، والتى 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 Hi5. Facebook، .Netlog Tagged، MySpace، 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.[١٦]

- دراسة (Alice Hall 2009) والتى سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بصفاتهم الشخصية، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ١٠١ مفردة ممن لديهم ملف شخصي Profile واحد على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها: أن نسبة ٨٣% من المبحوثين لديهم حساب في موقعين من هذه المواقع، ونسبة ١٣% لديهم حساب في أكثر من ثلاثة مواقع من هذه المواقع، وجاء موقع Facebook في مقدمة المواقع التي يقبل عليها الشباب، وذلك بنسبة ٥٥%، تلاه موقع Myspace بنسبة ٣٣%، أما عن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جاء دافع الحفاظ

على العلاقات القائمة في مقدمة الدوافع، تلاه قضاء الوقت بمتوسط ٣,٢٨، والحصول على المعلومات، وتعزيز علاقتي مع الآخرين على الترتيب[١٧].

- دراسة رضا أمين ٢٠٠٩ والتى سعت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب، ودوافع استخدامه، والإشباعات 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 نسبة 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 التليفزيونية بنسبة ٢٦,١٥%، والفضول للتعرض لنمط إعلامي جديد بنسبة ٢٠,٥%[١٨].

- دراسة (Mark Urista & Others 2009) والتى 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، 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[١٩].

- دراسة Pavica Sheldon 2008 والتى 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 بالطالبات، وأن الطالبات أكثر صدقاً في التعبير عن أنفسهن بالمقارنة بالطلبة، وأن الطالبات تكشف الكثير عن المعلومات الشخصية عن أنفسهن بالمقارنة بالطلبة[٢٠].

التعليق على الدراسات السابقة:

١- ركزت الدراسات السابقة على دراسة كيفية استخدام الشباب الجامعي لواقع مواقع التواصل الاجتماعي، نظراً للعديد من السمات والخصائص التي يتسم بها الطلبة الجامعيون، مما يجعلهم هدفاً للعديد من الأبحاث، معتمدة على مدخل الاستخدامات والاشباعات.

٢- قلة الدراسات التى ربطت بين وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها في التعليم.

٣- قلة الدراسات التى حاولت استكشاف امكانيات وسائل التواصل الاجتماعى كوسيط إعلامية ومقرر يمكن أن يدرس لطلبة الإعلام، باعتبارها وسيلة إعلامية متميزة.

٤- تناقض نتائج الدراسات حول تصورات المستخدمين عن شبكات التواصل الاجتماعى وعن الجوانب الايجابية والسلبية لهذه الوسائل.

الإطار النظري للدراسة :

سعى العديد من الباحثين لتطوير النظريات المستخدمة في دراسة ظواهر وسائل الإعلام وتطويعها فى دراسة وسائل التواصل الاجتماعي ومن بينها:نظرية المجال العام، و مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام ، ونموذج الاستخدامات والإشباعات، و نموذج نشر الأفكار المستحدثة كما تستفيد الدراسة من المفاهيم المتعلقة ببناء الهوية الذاتية على الشبكات الاجتماعية، ومقولة البناء الشبكى، ومقولة الاعتماد المتبادل. وتحاول الدراسة الاستفادة من كل من النماذج والنظريات السابقة

فـى قـراءة ظـاهرة اسـتخدام وسـائل التواصـل الاجتمـاعى كوسـيط تعليمـي فـى مجـال دراسة الإعلام وتصورات المستخدمين لهذه الوسيلة

مشكلة الدراسة:

أدى التطور العلمي والتقني المتسارع إلى تطور كبير في حياة البشرية، ودخل ذلك التقدم وتلك التقنية في مختلف جوانب الحياة، بما فيها الحياة الاجتماعية في المجتمع، وأدى ذلك إلى تغيير شكل الحياة الاجتماعية في كثير من الدول، وكان من أبز مستحدثات ذلك التطور التقني الذي شهده العالم أخيراً ظهور ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي، ونظراً للفوائد والمميزات الكثيرة التي تتمتع بها هذه الوسائل، فقد سارعت كليات الإعلام فى العديد من الدول إلى استخدامها فى العملية التعليمية، بيد أن الواقع يكشف عن تباين فى استخدامات هذه الكليات لهذه الوسائل، وتباين فى تصور طلبة الإعلام لجدوى وفائدة هذه الوسائل من الناحية التعليمية، وإلى إى مدى تعد وسائل مفيدة فى تدريس المقررات الإعلامية ، وبناءً على ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي :" ما واقع استخدام طلبة الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية، وما هى اتجاهاتهم إزاء فوائدها وعيوبها كوسيلة تعليمية؟

تساؤلات الدراسة:

١. إلى أى مدى يتعرض طلبة الإعلام لوسائل التواصل الاجتماعى فى مقابل تعرض لوسائل الإعلام التقليدية؟
٢. ما هى أكثر وسائل التواصل الاجتماعى استخداما من قبل طلبة الإعلام فى الجامعات العربية؟
٣. ما هى أكثر أشكال التواصل الاجتماعى التى يفضل الطلبة استخدامها ضمن المقررات التعليمية، وتلك المستخدمة بالفعل في الجامعات العربية؟
٤. ما هى تصورات الطلبة عن أبرز الموضوعات التي يمكن إدرجها ضمن مقرر عن وسائل التواصل الاجتماعى؟
٥. ما هى تصورات الطلبة حول ابرز الوسائل للتواصل مع الأساتذة الذين يدرسون مقررات عن وسائل التواصل الاجتماعى؟

٦. ما هى تصورات الطلبة حول أبرز سمات وسائل التواصل الاجتماعى كوسيط تعليمي؟

٧. ماهى أبرز مزايا وعيوب وسائل التواصل الاجتماعى كوسائل تعليمية من وجهة نظر طلبة الإعلام فى الجامعات العربية؟

٨. ما هى الاتجاهات العامة لطلبة الإعلام فى الجامعات العربية إزاء استخدام وسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة تعليمية؟

فروض الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الطلاب الذكور والإناث فيما يتعلق برؤيتهم لمزايا وسائل التواصل الاجتماعى كوسيط تعليمي
- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الطلاب الذكور والإناث فيما يتعلق برؤيتهم لعيوب وسائل التواصل الاجتماعى كوسيط تعليمي
- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الطلاب الذكور والإناث فيما يتعلق برؤيتهم لوسائل التواصل الاجتماعى كوسيط تعليمي

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع البيانات الخاصة باستخدام طلبة الإعلام - عينة الدراسة - لمواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم ازاء 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.

وتقوم الرؤية المنهجية لهذه الدراسة على قياس المتغيرات المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة تعليمية بما يلي: (١) معايير قياس كثافة الاستخدام ونمط الاستخدام: (٢) قياس عادات الاستخدام: (٣) قياس الدوافع والاشباعات، ومع الأخذ في الاعتبار تنوع الأبعاد التي تشكل الحاجات الموجهة لسلوكنا في استخدام تطبيقات الإعلام الاجتماعي، ما بين "نفسي، واجتماعي، ومعرفي".

مجتمع وعينة 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. وتعتمد الباحثة على العينة العمدية، 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 ١٤٨ مفردة طلبة الإعلام فى جامعات عربية متنوعة ،حيث بلغ عدد المشاركين من جامعات عربية ٦٠ طالبة وطالب بنسبة(٤٠,٥%) ومن جامعات اماراتية ٧٨ بلغت نسبتهم (٥٩,٥%)

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 عدة محاور هى: المحور الأول: التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ومعدل التعرض. المحور الثاني: أكثر وسائل التواصل الاجتماعى من حيث التعرض والوسائل المستخدمة فى التعرض. المحور الثالث: أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعى والاشباعات المتحققة. المحور الرابع: أكثر وسائل التواصل الاجتماعى استخداما فى المقررات التعليمية، ومزاياها وسماتها التعليمية وعيوبها

اختبار الصدق والثبات والمعالجة الاحصائية

وللتأكد من صحة استمارة الاستبيان وصلاحيتها للتطبيق، ومدى تمثيلها لأغراض الدراسة، تم عرضها على عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام، وإجراء التعديلات اللازمة، وفي ضوء توجيهاتهم تم تعديل صياغة بعض الأسئلة، وإضافة البعض الآخر، بالإضافة إلى قيام الباحث بإجراء اختبار قبلي على عينة ١٠% من المبحوثين، ترتب عليه إعادة صياغة عدد من العبارات لتكون أكثر ملاءمة للمبحوثين، وبذلك تحقق الصدق الظاهري للبيانات .

وللتأكد من ثبات البيانات استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار Test- Re-Test، حيث قام الباحث بإعادة تطبيق ٢٠ استمارة بما يعادل ١٠% من العينة،

وبلغت نسبة الثبات ٠,٩٤، وهي نسبة تدل على وضوح الاستمارة، والثقة في صلاحيتها للتطبيق النهائي، ومن ثم تم تطبيق هذه الاستمارة خلال شهور مارس وإبريل ومايو ٢٠١٥. وقد تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج التحليل الإحصائي في العلوم الاجتماعية SPSS،

نتائج الدراسة الميدانية:

١- تعرض طلبة الإعلام لوسائل التواصل الاجتماعى

جدول رقم (١) يوضح تعرض طلبة الإعلام لوسائل التواصل الاجتماعى

الوسائل	دائما		أحيانا		نادرا	
	ك	%	ك	%	ك	%
الصحف	١٦	%١١,٠	٦٥	%٤٤,٥	٦٥	%٤٤,٥
التليفزيون	٥٤	%٣٧,٢	٧٥	%٥١,٧	١٦	%١١,٠
الكمبيوتر عامة	٩٤	%٦٤,٤	٣٨	%٢٦,٠	١٤	%٩,٦
الانترنت عامة	١٣٦	%٩٢,٥	١٠	%٦,٨	١	%٧.
وسائل التواصل الاجتماعي	١٣٣	%٨٩,٩	١٤	%٩,٥	١	%٧.
أجهزة الموبايل	١٣٦	%٩٢,٥	٨	%٥,٤	٣	%٢,٠

يوضح الجدول السابق بروز تعرض الطلبة لوسائل التواصل الاجتماعى والانترنت فى مقابل وسائل الإعلام التقليدية، حيث بلغت نسبة القائلين بأنهم يتعرضون للإنترنت بشكل دائم ٩٢,٥%، وأجهزة الموبايل ٩٢,٥% ووسائل التواصل الاجتماعى ٨٩,٩% والكمبيوتر عامة بنسبة ٦٤,٤%، بينما ذكر ٣٧,٢% بأنهم يتعرضون للتليفزيون ١١% للصحف بشكل دائم، وهو ما يكشف عن التعرض المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعى والإنترنت من قبل طلبة الإعلام فى مقابل تراجع تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية.

جدول رقم (٢) يوضح تصورات الطلبة إزاء مزاياوسائل التواصل الاجتماعى

أبرز مزايا وسائل التواصل الإجتماعي	الترتيب	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري
تتفوق على وسائل الاتصال التقليدية في مجال خلق روابط وعلاقات اجتماعية	٢	٣,٤١	٢,٣١١
أقرب الوسائل للتفاعل والنقاش والحوار بين المستخدمين	٣	٣,٣٥	٢,١٥٨
تجدد الأخبار والمعلومات والآراء أولاً بأول	١	٢,٩٧	٢,٣٧٠
خلق تجمعات متجانسة من المستخدمين من ذوي الإهتمامات المشتركة	٧	٤,٢٧	٢,١٤٤
توظيفها لعدة أدوات من نصوص وصور وفيديوهات ورسوم وغيرها	٦	٤,١٨	٢,٢٠٣
مراقبة ومتابعة إهتمامات الآخرين	٤	٤,٨٨	٢,٣٥٠
تمثل منبرًا لمن لا يستطيع أن يجد له مكانًا للتعبير في وسائل الاعلام التقليدية	٥	٤,٥٣	٢,٤٣٧

يوضح الجدول السابق اتجاهات الطلبة حول إبرز مزايا وسائل التواصل الاجتماعى، وقد جاء فى المرتبة الأولى تجدد الأخبار والمعلومات والآراء أولاً بأول وبمتوسط حسابى ٢,٩٧، يليها إنها تتفوق على وسائل الاتصال التقليدية في مجال خلق روابط وعلاقات اجتماعية وبمتوسط حسابى ٣,٤١، يليها إنها أقرب الوسائل للتفاعل والنقاش والحوار بين المستخدمين وبمتوسط حسابى ٣,٣٥، وفى المرتبة الرابعة إنها تساعد فى مراقبة ومتابعة إهتمامات الآخرين وبمتوسط حسابى ٤,٨٨، وفى المرتبة الخامسة إنها تمثل منبرًا لمن لا يستطيع أن يجد له مكانًا للتعبير في وسائل الاعلام التقليدية وبمتوسط حسابى ٤,٥٣، وفى المرتبة السادسة توظيفها لعدة أدوات من نصوص وصور وفيديوهات ورسوم وغيرها وبمتوسط حسابى ٤,١٨، وفى المرتبة السابعة إنها تساعد فى خلق تجمعات متجانسة من المستخدمين من ذوي الإهتمامات المشتركة وبمتوسط حسابى ٤,٢٧. وبصفة عامة وجدت اتجاهات ايجابية لدى الطلبة إزاء مزايا استخدام وسائل التواصل الاجتماعى.

وسائل التواصل الاجتماعى المفضل استخدامها ضمن المقررات التعليمية

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

فى حالة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ضمن أي مقرر تعليمي، ما هى أكثر الوسائل التى يتم استخدامها؟	تستخدم بكثرة		تستخدم بدرجة متوسطة		لا تستخدم	
أكثر الاشكال استخداما داخل الفصل الدراسي	ك	%	ك	%	ك	%
مواقع التشبيك الاليكتروني مثل الفيس بووك وتويتر ويويتوب	٦٠	٤٢,٩	٤٩	٣٥,٠	٣١	٢٢,١
إرسال وقراءة الرسائل الاليكترونية	٨٥	٦١,٢	٤٠	٢٨,٨	١٤	١٠,١
استخدام الهواتف الجوالة لإرسال وقراءة الرسائل الفورية لأغراض تعليمية مثل مجموعات الطلبة على الواتس اب	٧٨	٥٦,٥	٣٨	٢٧,٥	٢٢	١٥,٩
استخدام محركات البحث مثل جوجل داخل الفصل	٨١	٥٨,٣	٣٨	٢٧,٣	٢٠	١٤,٤
استخدام الحواسيب باشكالها المختلفة داخل الفصل	٧٤	٥٣,٢	٤٥	٣٢,٤	٢٠	١٤,٤
استخدام مواقع وشبكات الانترنت التعاونية مثل المدونات والويكبيديا ووثائق جوجل ..الخ داخل الفصل	٦٨	٤٨,٦	٥١	٣٦,٤	٢١	١٥,٠

يوضح الجدول السابق تصورات الطلبة حول أفضل وسائل التواصل الاليكترونى التى يمكن استخدامها ضمن المقررات التعليمية، حيث رأوا أن أكثر الأشكال التي يمكن استخدامها بكثرة هى ارسال وقراءة الرسائل الاليكترونية بنسبة ٦١,٢%، تلاها استخدام محركات البحث داخل الفصل مثل جوجل بنسبة ٥٨,٣%، يليها، استخدام الهواتف الجوالة لإرسال وقراءة الرسائل الفورية لأغراض تعليمية مثل مجموعات الطلبة على الواتس اب بنسبة ٥٦,٥%، يليها استخدام الحواسيب باشكالها المختلفة داخل الفصل بنسبة ٥٣,٢%، يليها استخدام مواقع وشبكات الانترنت التعاونية مثل المدونات والويكبيديا ووثائق جوجل .. لخ داخل الفصل بنسبة ٤٨,٦%، يليها استخدام مواقع التشبيك الاليكتروني مثل الفيس بووك وتويتر ويويتوب بنسبة ٤٢,٩%.

ويكشف ما سبق عن تراجع مواقع التواصل الاجتماعى كوسائل مفضلة من قبل الطلبة لاستخدامها ضمن المقررات التعليمية بينما تصدر البريد الاليكترونى ومحركات البحث واستخدام الهواتف الجولة

أكثر الأشكال التي يمكن استخدامها (ضمن مقرر عن وسائل التواصل الاجتماعي)

جدول رقم (٤) يوضح أكثر الأشكال التي يمكن استخداما ضمن مقرر عن وسائل التواصل الاجتماعى

أكثر الأشكال التي يمكن استخدامها (ضمن مقرر عن وسائل التواصل الاجتماعي)						
	بدرجة كبيرة		متوسطة		قليلة	
أكثر الاشكال التى يمكن أن تستخدم	ك	%	ك	%	ك	%
مجموعات الفيس بووك	٤٤	٣١,٧	٢٩	٢٠,٩	٦٦	٤٧,٥
مجموعات جوجل بلس	٣٥	٢٥,٩	٤٩	٣٦,٣	٥١	٣٧,٨
أدوات العمل الجماعى مثل ويكيس و GoogleDoc	٣٧	٢٧,٦	٤١	٣٠,٦	٥٦	٤١,٨
مشاركة سمعية مثل البودكاست	٤١	٣١,٨	٤٣	٣٣,٣	٤٥	٣٤,٩
المدونات الصغيرة مثل تويتر	٥٣	٣٩,٣	٣٩	٢٨,٩	٤٣	٣١,٩
مشاركة الصور مثل فليكر	٢٨	٢١,٢	٤٧	٣٥,٦	٥٧	٤٣,٢
مشاركة الفيديوهات (يوتيوب مثلاً)	٧٩	٥٨,٥	٣٥	٢٥,٩	٢١	١٥,٦
المدونات	٣٧	٢٩,٨	٥١	٤١,١	٣٦	٢٩,٠
أدوات إعلام أخرى	٣٥	٣٨,٥	٣٢	٣٥,٢	٢٤	٢٦,٤

يكشف الجدول السابق عن أن طلبة الإعلام يرون أن أبرز الأشكال التي يمكن استخدامها ضمن مقرر عن وسائل التواصل الاجتماعى هي هى مشاركات الفيديو عبر اليوتيوب بنسبة ٥٨,٥%، يليها المدونات الصغيرة كتويتر بنسبة ٣٩,٣%، يليها أدوات إعلام أخرى بنسبة ٣٨,٥%، يليها، المشاركات السمعية مثل البودكاست بنسبة ٣١,٨%، يليها مجموعات الفيس بوك بنسبة ٣١,٧%، والمدونات بنسبة ٢٩,٨%، يليها أدوات العمل الجماعى بنسبة ٢٧,٦%، ومجموعات جوجل بلس بنسبة ٢٥,٩% ومشاركة الصور عبر فليكر مثلا ٢١,٢%. ويشير ما سبق الى تنوع وسائل التواصل الاجتماعى التي يمكن استخدامها ضمن المقررات التعليمية كما يشير الى تفضيل الطلبة لاستخدام الفيديو والتويتر

أبرز الموضوعات ذات الصلة بالإعلام التي يمكن ان يتم إدراجها ضمن مساق خاص بتدريس وسائل التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٥) يوضح أبرز الموضوعات التي يمكن ان يتم إدراجها ضمن مساق خاص بتدريس وسائل التواصل الاجتماعي

الموضوعات التي يمكن إدراجها ضمن مقرر عن وسائل التواصل الاجتماعي	موافق		غير موافق	
	ك	%	ك	%
كيفية نشر المعلومات والأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي	١٢٢	%٩٠,٤	١٣	%٩,٦
أخلاقيات التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي	١٢٤	%٨٩,٩	١٤	%١٠,١
كيفية تنفيذ حملات إعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي	١٢٨	%٩٣,٤	٩	%٦,٦
الآثار الاجتماعية والنفسية والسياسية للتواصل عبر هذه الشبكات	١٢٣	%٨٩,٨	١٤	%١٠,٢
كيفية تشكيل وتوجيه الرأي العام عبر شبكات التواصل الاجتماعي	١٢٠	%٨٨,٢	١٦	%١١,٨
آراء واتجاهات الجمهور إزاء قضايا معينة مطروحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	١١٧	%٨٥,٤	٢٠	%١٤,٦
كيفية إنشاء وإدارة شبكات التواصل الاجتماعي	١١٥	%٨٣,٩	٢٢	%١٦,١
توظيف الوسائط المتعددة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	١١٥	%٨٣,٩	٢٢	%١٦,١
أساليب الدعاية والترويج والتسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي	١١١	%٨١,٠	٢٦	%١٩,٠
الإعلان الاليكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي	١١٧	%٨٥,٤	٢٠	%١٤,٦
أخرى تراها مهمة.....	١٣	%٧٢,٢	٥	%٢٧,٨

يتضح من الجدول السابق أن الطلبة يرون أن من بين أبرز الموضوعات ذات الصلة بالإعلام التي يمكن ان يتم إدراجها ضمن مساق خاص بتدريس وسائل التواصل الاجتماعي هى كيفية تنفيذ حملات إعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبى ٩٣,٤%، يليها كيفية نشر المعلومات والأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٩٠,٤%، يليها أخلاقيات التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٨٩,٩%، يليها الآثار الاجتماعية والنفسية والسياسية للتواصل عبر هذه الشبكات بنسبة ٨٩,٨%، يليها كيفية تشكيل وتوجيه الرأي العام عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٨٨,٢%، يليها الإعلان الاليكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٨٥,٤%، وبنفس النسبة آراء واتجاهات الجمهور إزاء قضايا معينة مطروحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي يليها كيفية إنشاء وإدارة شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٨٣,٩%، وبنفس النسبة توظيف الوسائط المتعددة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يليها أساليب الدعاية والترويج والتسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٨٥,٤%.

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

أبرز سمات/ مزايا وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية من وجهة نظرك								
العبارة	كبيرة		محايد		محدودة			
	ك	%	ك	%	ك	%	كا٢	قيمة المعنوية
إمكانية إنشاء مقرر اليكتروني كامل عبر هذه الوسائل	٩٥	٧٠,٩	٣٦	٢٦,٩	٣	٢,٢	٧,٥٥٧	٠,٠٢٣
إمكانية استخدامها في مجال التواصل وتبادل مواد المقرر على مدار الأربع وعشرين ساعة	٨٩	٦٦,٤	٤٠	٢٩,٩	٥	٣,٧	٢,٨٠١	٠,٢٤٦
إمكانية توظيف أكثر من وسيلة (صور، فيديو.. إلخ) لتسهيل فهم المعلومات المتعلقة بالمقرر	١٠٠	٧٤,٦	٢٥	١٨,٧	٩	٦,٧	٠,١٥١	٠,٩٢٧
إمكانية مشاركة كل طلبة المقرر وآخرين فى تبادل المعلومات والآراء	١٠١	٧٤,٨	٢٧	٢٠,٠	٧	٥,٢	٤,٢٩١	٠,١١٧
تشجيع الطلبة المترددين أو الذين يشعرون بالخجل على التواصل عبر هذه الشبكات	٩٧	٧٢,٤	٣١	٢٣,١	٦	٤,٥	٠,٩٢٧	٠,٦٢٩
اكتشاف مواهب وقدرات للطلبة قد لا يتسنى ظهورها داخل الفصل التقليدي	٩٦	٧١,١	٣٣	٢٤,٤	٦	٤,٤	٠,٨٥٦	٠,٦٥٢
إمكانية توثيق كل المعلومات الخاصة بالمقرر والرجوع إليها عند الحاجة	٩٨	٧٢,٦	٣٣	٢٤,٤	٤	٣,٠	١,٦٣٣	٠,٤٤٢
التواصل الفورى والآني بين طلبة المقرر وأساتذته	١٠٤	٧٧,٦	٢٦	١٩,٤	٤	٣,٠	١,٣٠٨	٠,٥٢٠
توظيف امكانيات الانترنت عامة ضمن المساق (المصادر التعليمية الأخرى)	٨٤	٦٣,٢	٤٤	٣٣,١	٥	٣,٨	٤,٤٣٨	٠,١٠٩
تعزز مهارات الطلبة في مجالات متعددة منها مهارات التواصل والأبحاث	٩٣	٧٠,٥ %	٣٥	٢٦,٥ %	٤	٣,٠	٢,٢٤١	٠,٣٢٦
تشجع على التعلم، سواء من خلال المناقشات التفاعلية داخل أو خارج الفصل	٩١	٦٨,٩	٣٦	٢٧,٣	٥	٣,٨	٠,٣٢٢	٠,٨٥١
إشراك الطلبة بصورة أفضل داخل الفصل الدراسي	٩١	٦٧,٩	٣٦	٢٦,٩	٧	٥,٢	١,٦٨١	٠,٤٣١
تساعد في إشراك الطلبة والأساتذة وأولياء الأمور معًا في العملية التعليمية	٨٣	٦١,٩	٤٤	٣٢,٨	٧	٥,٢	٠,١٥٥	٠,٩٢٥
تساعد في تخفيض نفقات التعليم التقليدي	٧٠	٥٣,٠	٥٠	٣٧,٩	١٢	٩,١	٢,٢٩٨	٠,٣١٧
تقلل من الوقت المطلوب لإنجاز الدروس سواء داخل الفصل أو خارجه	٧٨	٥٩,١	٤٦	٣٤,٨	٨	٦,١	٠,٥٥٣	٠,٧٥٨
تقلل من معدلات غياب الطلبة عن المحاضرات	٧٢	٥٤,٥	٤٤	٣٣,٣	١٦	١٢,١	١,١١٤	٠,٥٧٣

تطور من مهارات مدرس المقرر سواء من الناحية التعليمية او التكنولوجية	٨٤	٦٣,٢	٤٧	٣٥,٣	٢	١,٥	٠,٣٧٤	٠,٨٢٩
تطور مهارات الطالب وقدرته على الوصول الي المعلومات والتعاون مع الآخرين	٩٦	٧٢,٢	٣٢	٢٤,١	٥	٣,٨	٠,٣٥٩	٠,٨٣٦
إمكانية الاستفادة من مقررات مشابهة مطروحة في أماكن أخرى	٥٥	٧٧,٥	١٤	١٩,٧	٢	٢,٨	١,٥٤٨	٠,٤٦١
ملاءمتها لأدوات واهتمامات طلبة الإعلام	٥٨	٨٠,٦	١٣	١٨,١	١	١,٤	٠,٤٢٩	٠,٨٠٧
مسايرتها للتكنولوجيا الحديثة وتوظيفها في التعليم	٥٣	٧٣,٦	١٩	٢٦,٤	٠	٠,٠	٠,١٠٢	٠,٧٥٠
تزيد من العلاقات الاجتماعية سواء بين الطلبة أنفسهم أو بينهم وبين أساتذتهم	٥٠	٧١,٤	١٦	٢٢,٩	٤	٥,٧	٠,٩٥٢	٠,٦٢١
تدريس مقررات عن التواصل الاجتماعي سيطور من المهارات الاتصالية لدى طلبة الإعلام	٥٤	٧٦,١	١٤	١٩,٧	٣	٤,٢	٢,٥٨٠	٠,٢٧٥
يمكن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي فى العديد من الحملات الإعلامية	٥٨	٨٠,٦	١٢	١٦,٧	٢	٢,٨	٠,٥٢٢	٠,٧٧٠
يمكن الاستغناء عن وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي	٣٩	٥٤,٩	٢٠	٢٨,٢	١٢	١٦,٩	٠,٠٩٣	٠,٩٥٥
لا تحتاج وسائل التواصل الاجتماعي لمقرر خاص بها، فتعلمها يتم عن طريق الممارسة	٤٢	٥٨,٣	٢١	٢٩,٢	٩	١٢,٥	٠,٤٣٢	٠,٨٠٦
يمكن الاستفادة مما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي كوسائل توضيحية لمقررات إعلامية	٥٢	٧٢,٢	١٥	٢٠,٨	٥	٦,٩	٤,٠٨٦	٠,١٣٠

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

- أنه يمكن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي فى العديد من الحملات الإعلامية بنسبة ٨٠,٦%، وبنفس النسبة القول بملاءمتها لأدوات واهتمامات طلبة الإعلام بنسبة ٨٠,٦%، تلاها التواصل الفورى والآني 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 فى 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 مسايرتها 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، تلاها تطور من مهارات مدرس المقرر سواء من الناحية التعليمية او التكنولوجية بنسبة ٦٣,٢%، تلاها لا تحتاج وسائل التواصل الاجتماعي لمقرر خاص بها، فتعلمها يتم عن طريق الممارسة بنسبة ٥٨,٣%، تلاها يمكن الاستغناء عن وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة ٥٤,٩%، تلاها تقلل من معدلات غياب الطلبة عن المحاضرات بنسبة ٥٤,٥%، تلاها تساعد في تخفيض نفقات التعليم التقليدي بنسبة ٥٣%

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 كا٢ ٧,٥٥٧ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٠٢٣، وكذلك القول بإمكانية استخدامها في مجال التواصل وتبادل مواد المقرر على مدار الأربع وعشرين ساعة، حيث بلغت قيمة كا٢ ٢,٨٠١ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٢٤٦، والقول بإمكانية توظيف أكثر من وسيلة (صور، فيديو.. إلخ)

لتسهيل فهم المعلومات المتعلقة بالمقرر، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,١٥١ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٩٢٧، والقول بإمكانية مشاركة كل طلبة المقرر وآخرين فى تبادل المعلومات والآراء، حيث بلغت قيمة كا٢ ٤,٢٩١ وبقيمة معنوية بلغت ٠,١١٧،و القول بتشجيع الطلبة المترددين أو الذين يشعرون بالخجل على التواصل عبر هذه الشبكات، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٩٢٧ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٦٢٩، القول إمكانية توثيق كل المعلومات الخاصة بالمقرر والرجوع إليها عند الحاجة، حيث بلغت قيمة كا٢ ١,٦٣٣ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٤٤٢، القول باكتشاف مواهب وقدرات للطلبة قد لا يتسنى ظهورها داخل الفصل التقليدي، حيث بلغت قيمة كا٢ وبقيمة معنوية بلغت، و القول التواصل الفورى والآني بين طلبة المقرر وأساتذته، حيث بلغت قيمة كا٢ ١,٣٠٨ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٥٢٠، القول توظيف امكانيات الانترنت عامة ضمن المساق (المصادر التعليمية الأخرى)، حيث بلغت قيمة كا٢ ٤,٤٣٨ وبقيمة معنوية بلغت ٠,١٠٩، و و القول تعزز مهارات الطلبة في مجالات متعددة منها مهارات التواصل والأبحاث، حيث بلغت قيمة كا٢ ٢,٢٤١ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٣٢٦، القول إشراك الطلبة بصورة أفضل داخل الفصل الدراسي، حيث بلغت قيمة كا٢ ١,٦٨١ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٤٣١ ، القول تشجع على التعلم، سواء من خلال المناقشات التفاعلية داخل أو خارج الفصل، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٣٢٢ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٨٥١، القول تساعد في إشراك الطلبة والأساتذة وأولياء الأمور معًا في العملية التعليمية، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,١٥٥ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٩٢٥، والقول تساعد في تخفيض نفقات التعليم التقليدي، حيث بلغت قيمة كا٢ ٢,٢٩٨ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٣١٧، والقول تقلل من الوقت المطلوب لإنجاز الدروس سواء داخل الفصل أو خارجه، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٥٥٣ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٣١٧ ، والقول تقلل من معدلات غياب الطلبة عن المحاضرات ، حيث بلغت قيمة كا٢ ١,١١٤ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٥٧٣ ،، والقول تطور مهارات الطالب وقدرته على الوصول الي المعلومات والتعاون مع الآخرين، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٣٥٩ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٨٣٦، والقول إمكانية الاستفادة من مقررات مشابهة مطروحة في أماكن أخرى، حيث بلغت قيمة كا٢ ١,٥٤٨ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٤٦١، والقول ملاءمتها لأدوات واهتمامات طلبة الإعلام، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٤٢٩ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٨٠٧، والقول تزيد من العلاقات الاجتماعية سواء بين الطلبة أنفسهم أو بينهم وبين أساتذتهم، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٩٥٢ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٦٢١، والقول تدريس مقررات عن التواصل الاجتماعي سيطور من المهارات الاتصالية

لدى طلبة الإعلام، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٤٢٩ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٨٠٧ ، والقول يمكن الاستغناء عن وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٠٩٣ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٩٥٥، والقول لا تحتاج وسائل التواصل الاجتماعي لمقرر خاص بها، فتعلمها يتم عن طريق الممارسة، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٤٣٢ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٨٠٦، والقول يمكن الاستفادة مما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي كوسائل توضيحية لمقررات إعلامية، حيث بلغت قيمة كا٢ ٤,٠٨٦ وبقيمة معنوية بلغت ٠,١٣٠

أبرز عيوب وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية

جدول رقم (١٠) يوضح أبرز عيوب وسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة تعليمية

العيوب	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	كا٢	قيمة المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%			
مضيعة للوقت	٤٨	٣٥,٦	٦٢	٤٥,٩	٢٥	١٨,٥	٢,١٧	٠,٤٣	٠,٨٠٦
تساعد فى نشر الاشاعات وسرعة تداولها	١٠٣	٧٦,٣	٢٧	٢٠	٥	٣,٧	٢,٧٣	٩,٩٥	٠,٠٠٧
النظر اليها باعتبارها وسيلة ترفيهية وتسلية أكثر منها تعليمية	٨٠	٥٩,٧	٤٨	٣٥,٨	٦	٤,٥	٢,٥٥	٣,٩٧١	٠,١٣٧
إنعدام أو قلة الخصوصية	٧٤	٥٤,٨	٤٦	٣٤,١	١٥	١١,١	٢,٤٤	١٠,٧٦٩	٠,٠٠٥
قلة الثقة في المعلومات التي يتم تداولها عبر هذه الوسائل	٧٩	٥٨,٥	٤٦	٣٤,١	١٠	٧,٤	٢,٥١	١,٧٠٧	٠,٤٢٦
صعوبة توثيق المعلومات التي يتم تداولها	٧٥	٥٥,٦	٤٨	٣٥,٦	١٢	٨,٩	٢,٤٧	٦,٠٦٣	٠,٠٤٨
سهولة فقدان المعلومات وضياعها ضمن الكم الكبير من الرسائل والبوستات	٧٢	٥٣,٣	٤٤	٣٢,٦	١٩	١٤,١	٢,٣٩	٤,٠٥٢	٠,١٣٢
تقوم بتشيت تركيز الطالب فى حالة	٨٨	٦٦,٢	٣٣	٢٤,٨	١٢	٩	٢,٥٧	٤,٤١٧	٠,١١

استخدامها داخل الفصل الدراسي									
يمكن استخدامها في نشر سلوكيات سلبية مثل التحرش والبلطجة وأهانة الآخرين	٧٨	٥٩,١	٤٠	٣٠,٣	١٤	١٠,٦	٢,٤٨	٠,٨٣١	٠,٦٦
يمكن استخدامها خارج الفصل وليس داخل الفصل أو العكس	٦٩	٥٣,٩	٤٢	٣٢,٨	١٧	١٣,٣	٢,٤١	٦,٢٠١	٠,٠٤٥
لا توجد برامج أو مقررات متكاملة حتى الآن حول وسائل التواصل الاجتماعى وعلاقتها بالإعلام	٣٣	٤٧,١	٢٥	٣٥,٧	١٢	١٧,١	٢,٣	٢,٠٧١	٠,٣٥٥
قلة الكتب الدراسية ذات الصلة بتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي	٣٧	٥٤,٤	٢٣	٣٣,٨	٨	١١,٨	٢,٤٣	٣,٦٩٦	٠,١٥٨
غير مفيدة لمعظم تخصصات الإعلام	١٧	٢٥,٨	٢٤	٣٦,٤	٢٥	٣٧,٩	١,٨٨	٦,٣٣٩	٠,٠٤٢
تزيد من الأعباء الدراسية المفروضة على الطالب والأستاذ	٢١	٣٠,٤	٢٥	٣٦,٢	٢٣	٣٣,٣	١,٩٧	٠,٠٣٧	٠,٩٨٢

معظم طلبة الإعلام غير قادرين على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعى بكفاءة	٢٢	٣١,٩	٢٤	٣٤,٨	٢٣	٣٣,٣	١,٩٩	٠,٨٦١	٠,٦٥
مكلفة ماديًا فى حالة الرغبة في استخدامها بكثرة	٢٢	٣٢,٤	٢٠	٢٩,٤	٢٦	٣٨,٢	١,٩٤	٢,٥٤٢	٠,٢٨١
غير مأمونة الاستخدام من حيث توافر الاتصال بالإنترنت في أي وقت وبسرعة	٣٠	٤٣,٥	٢٧	٣٩,١	١٢	١٧,٤	٢,٢٦	٠,٩٨٦	٠,٦١١
تحويل وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات تعليمية سيلهى الطلبة عن تأدية دروسهم الأصلية	٣١	٤٤,٩	٢٧	٣٩,١	١١	١٥,٩	٢,٢٩	٠,٤١٤	٠,٨١٣

يتضح من الجدول السابق أن طلبة الإعلام رأوا أن من بين أبرز عيوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعى هى:

- إنها تساعد فى نشر الاشاعات وسرعة تداولها وذلك بنسبة ٧٦,٣%، و تقوم بتشتيت تركيز الطالب فى 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 اليها 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%، وصعوبة توثيق المعلومات التي يتم تداولها وذلك بنسبة ٥٥,٦%، وإنعدام أو قلة الخصوصية وذلك بنسبة ٥٤,٨%، و قلة الكتب الدراسية ذات الصلة بتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة ٥٤,٤%، وسهولة 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 الاجتماعى وعلاقتها بالإعلام وذلك بنسبة ٤٧,١%، وتحويل 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%، ومضيعة للوقت وذلك بنسبة ٣٦,٦%، و مكلفة ماديًا فى حالة الرغبة في استخدامها بكثرة وذلك بنسبة ٣٢,٤%، و معظم طلبة الإعلام غير قادرين على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعى بكفاءة وذلك بنسبة ٣١,٩%، وتزيد 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 بإن من عيوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعى إنها تساعد فى نشر الاشاعات 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، ولقلة الثقة في المعلومات التي يتم تداولها عبر هذه الوسائل، وإنها تقوم بتشتيت تركيز الطالب فى حالة استخدامها داخل الفصل الدراسي، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢,٥٧.
- كما ظهرت اتجاهات سلبية لدى الطلبة إزاء القول بإن من عيوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعى إنها مضيعة للوقت، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢,١٧، وأنها تتصف 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، ولسهولة فقدان المعلومات وضياعها ضمن الكم الكبير من الرسائل والبوستات حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢,٣٩ ، ولإمكانية استخدامها في نشر سلوكيات سلبية مثل التحرش والبلطجة وإهانة 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 الاجتماعى وعلاقتها بالإعلام، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢,٣٠، ولقلة الكتب الدراسية ذات الصلة بتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ٢,٤٣، وإنها 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 الاجتماعى بكفاءة، حيث بلغ متوسط القائلين بذلك ١,٩٩، وإنها مكلفة ماديًا فى 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 أنثي) من طلبة الإعلام وبين رؤيتهم للعيوب التى تتصف بها وسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة تعليمية إنها مضيعة للوقت، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٤٣٠ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٤٣٠، و تساعد فى نشر الاشاعات وسرعة تداولها، حيث بلغت قيمة كا٢ ٩,٩٥٠ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٠٠٧ و تقوم بتشتيت تركيز الطالب فى حالة استخدامها داخل الفصل الدراسي، حيث بلغت قيمة كا٢ ٤,٤١٧ وبقيمة معنوية بلغت ٠,١١٠ و يمكن استخدامها في نشر سلوكيات سلبية مثل التحرش والبلطجة وإهانة الآخرين، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٨٣١ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٦٦٠ و النظر اليها باعتبارها وسيلة ترفيهية وتسلية أكثر منها تعليمية ، حيث بلغت قيمة كا٢ ٣,٩٧١ وبقيمة معنوية بلغت ٠,١٣٧

و قلة الثقة في المعلومات التي يتم تداولها عبر هذه الوسائل حيث بلغت قيمة كا٢ ٣,٩٧١ وبقيمة معنوية بلغت ٠,١٣٧، و صعوبة توثيق المعلومات التي يتم تداولها، حيث بلغت قيمة كا٢ ٦,٠٦٣ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٠٤٨ و إنعدام أو قلة الخصوصية، حيث بلغت قيمة كا٢ ١٠,٧٦٩ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٠٠٥، و قلة الكتب الدراسية ذات الصلة بتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة كا٢ ٣,٦٩٦ وبقيمة معنوية بلغت ٠,١٥٨ ،و سهولة فقدان المعلومات وضياعها ضمن الكم الكبير من الرسائل والبوستات، حيث بلغت قيمة كا٢ ٤,٠٥٢ وبقيمة معنوية بلغت ٠,١٣٢ ،و يمكن استخدامها خارج الفصل وليس داخل الفصل أو العكس، حيث بلغت قيمة كا٢ ٦,٢٠١ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٠٤٥ ،و لا توجد برامج أو مقررات متكاملة حتى الآن حول وسائل التواصل الاجتماعى وعلاقتها بالإعلام، حيث بلغت قيمة كا٢ ٢,٠٧١ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٣٥٥ ،، و تحويل وسائل التواصل الاجتماعي لمقررات تعليمية سيلهى الطلبة عن تأدية دروسهم الأصلية، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٤١٤ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٨١٣ ،، و غير

مأمونة الاستخدام من حيث توافر الاتصال بالإنترنت في أي وقت وبسرعة، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٩٨٦ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٦١١ ،، ،و مكلفة ماديًا فى حالة الرغبة في استخدامها بكثرة، حيث بلغت قيمة كا٢ ٢,٥٤٢ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٢٨١ ،و معظم طلبة الإعلام غير قادرين على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعى بكفاءة، حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٨٦١ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٦٥٠ ،و تزيد من الأعباء الدراسية المفروضة على الطالب والأستاذ حيث بلغت قيمة كا٢ ٠,٠٣٧ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٩٨٢ ، و غير مفيدة لمعظم تخصصات الإعلام، حيث بلغت قيمة كا٢ ٦,٣٣٩ وبقيمة معنوية بلغت ٠,٠٤٢

الخلاصة ومناقشة التساؤلات والنتائج

- كشفت نتائج الدراسة عما يلي:
- التعرض المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعى والإنترنت من قبل طلبة الإعلام فى مقابل تراجع تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية.
- تنوع طرق وسائل تعرض الطلبة لوسائل التواصل الاجتماعى، واهتمامهم بشكل متزايد
- عدد الطلبة مزايا استخدام وسائل التواصل الاجتماعى، وجاء فى المرتبة الأولى تجدد الأخبار والمعلومات والآراء أولاً بأول يليها إنها تتفوق على وسائل الاتصال التقليدية في مجال خلق روابط وعلاقات اجتماعية يليها إنها أقرب الوسائل للتفاعل والنقاش والحوار بين المستخدمين، وفى المرتبة الرابعة إنها تساعد فى مراقبة ومتابعة إهتمامات الآخرين، وفى المرتبة الخامسة إنها تمثل منبرًا لمن لا يستطيع أن يجد له مكانًا للتعبير في وسائل الاعلام التقليدية، وفى المرتبة السادسة توظيفها لعدة أدوات من نصوص وصور وفيديوهات ورسوم وغيرها، وفى المرتبة السابعة إنها تساعد فى خلق تجمعات متجانسة من المستخدمين من ذوي الإهتمامات المشتركة. وبصفة عامة وجدت اتجاهات ايجابية لدى الطلبة إزاء مزايا استخدام وسائل التواصل الاجتماعى، وهو ما يعنى صحة الفرض الأول
- اوضحت الدراسة أن الطلبة يرون أن من أفضل وسائل التواصل الاليكترونى التى يمكن استخدامها ضمن المقررات التعليمية، هى ارسال وقراءة الرسائل الاليكترونية، تلاها استخدام محركات البحث داخل الفصل مثل جوجل، يليها، استخدام الهواتف الجوالة لإرسال وقراءة الرسائل الفورية لأغراض تعليمية مثل

مجموعات الطلبة على الواتس اب، يليها استخدام الحواسيب باشكالها المختلفة داخل الفصل، يليها استخدام مواقع وشبكات الانترنت التعاونية مثل المدونات والويكبيديا ووثائق جوجل ..الخ داخل الفصل، يليها استخدام مواقع التشبيك الاليكتروني مثل الفيس بووك وتويتر ويويتوب. وهو ما يكشف عن تراجع مواقع التواصل الاجتماعى كوسائل مفضلة من قبل الطلبة لاستخدامها ضمن المقررات التعليمية بينما تصدر البريد الاليكترونى ومحركات البحث واستخدام الهواتف الجولة

- أوضحت نتائج الدراسة أن الطلبة يرون أن من بين أبرز الموضوعات ذات الصلة بالإعلام التي يمكن ان يتم إدراجها ضمن مساق خاص بتدريس وسائل التواصل الاجتماعي هى كيفية تنفيذ حملات إعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ب، يليها كيفية نشر المعلومات والأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي، يليها أخلاقيات التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يليها الآثار الاجتماعية والنفسية والسياسية للتواصل عبر هذه الشبكات، يليها كيفية تشكيل وتوجيه الرأي العام عبر شبكات التواصل الاجتماعي ب، يليها الإعلان الاليكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وبنفس النسبة آراء واتجاهات الجمهور إزاء قضايا معينة مطروحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي يليها كيفية إنشاء وإدارة شبكات التواصل الاجتماعي، وبنفس النسبة توظيف الوسائط المتعددة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يليها أساليب الدعاية والترويج والتسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي ،
- أوضحت نتائج الدراسة أن أن الطلبة يرون أنه فى مقدمة الوسائل التى يمكن استخدامها للتواصل مع الأساتذة الذين يدرسون مقررات عن وسائل التواصل الاجتماعى هو ارسال ملفات فيما بينهم، وبنفس النسبة إنشاء صفحة خاصة بالمقرر على وسائل التواصل الاجتماعى، يليه وضع فيديوهات على شبكة التواصل الاجتماعى، يليه وضع بوستات للطلبة ب يليه، وضع بوستات للجميع، يليه وضع صور ب أخيرا التواصل عبر الشات.
- أوضحت نتائج الدراسة أن طلبة الإعلام يرون أن من بين أبرز مزايا وسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة تعليمية هي:- أنه يمكن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي فى العديد من الحملات الإعلامية، وبنفس النسبة القول بملاءمتها لأذوات واهتمامات طلبة الإعلام، تلاها التواصل الفورى 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 فى 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 مسايرتها للتكنولوجيا الحديثة وتوظيفها في التعليم، تلاها إمكانية توثيق كل المعلومات الخاصة بالمقرر والرجوع إليها عند الحاجة تلاها تشجيع الطلبة المترددين أو الذين يشعرون بالخجل 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 الأربع وعشرين ساعة، تلاها توظيف إمكانيات الانترنت عامة ضمن المساق (المصادر التعليمية الأخرى)، تلاها تساعد في إشراك الطلبة والأساتذة وأولياء الأمور معًا 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 بين أبرز سلبيات وسائل التواصل الاجتماعى كوسيلة تعليمية هي: إنها تساعد فى نشر الاشاعات وسرعة تداولها، و تقوم بتشيت تركيز الطالب فى حالة استخدامها داخل الفصل

الدراسي، و يمكن استخدامها في نشر سلوكيات سلبية مثل التحرش والبلطجة وإهانة الآخرين و النظر اليها 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 إنعدام 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 الاجتماعى 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 ماديًا فى حالة الرغبة في استخدامها بكثرة، و معظم طلبة الإعلام غير قادرين على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعى 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 الاجتماعى كوسيلة تعليمية، حيث ظهرت اتجاهات سلبية لدى الطلبة إزاء استخدام وسائل التواصل الاجتماعى فى العملية التعليمية أكثر من القائلين بايجابياتها، ومن بين هذه الاتجاهات القول بإن من عيوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعى إنها مضيعة للوقت، وانها تتصف بإنعدام 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 وإهانة الآخرين وغيرها.
- كما أوضحت نتائج الدراسة أن إن معظم اتجاهات الطلبة إزاء وسائل الاتصال الاجتماعى كوسيلة تعليمية هى اتجاهات سلبية، وخاصة فيما يتعلق بالقول بأن تدريس مقررات عن وسائل التواصل الاجتماعي يحتاج لإمكانيات غير متوافرة لدى جامعتنا، لا يوجد أساتذة مؤهلين بشكل كاف فى 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 الاجتماعى، ، وأنه يغلب الطابع التقليدى في التدريس على معظم أساتذة الإعلام بجامعتنا، على طلبة الإعلام العرب غير مؤهلين للتعامل مع وسائل التواصل كمقرر تعليمي، وأن الأهل لا يثقون فى جدوى الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية، وأنه ينبغي تسليم الأعمال الصفية و الواجبات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بما يسمح بالمناقشات حولها

- أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية فيما يتعلق برؤيتهم لمزايا وسائل التواصل الاجتماعى كوسيط تعليمي، وكذلك عدم وجود ذات دلالة احصائية بين الطلاب الذكور والأناث فيما يتعلق برؤيتهم لعيوب وسائل التواصل الاجتماعى كوسيط تعليمي
- أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات طلبة الإعلام (من الذكور والأناث) حول وسائل التواصل الاجتماعى 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 الاجتماعى ضمن تدريس المقررات الإعلامية، والعمل على صياغة مقررات خاصة بدراسة وسائل التواصل الاجتماعى، وتوفير الامكانيات التى 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 التى توفرها هذه الوسائل من اجل خلق بيئة تعليمية متميزة فى تعليم مقررات الإعلام وغيرها.

المراجع

(1) Tia, Tyree, (2014) Using Social Media and Creating Social Media Courses, in Hana Al Deen and J. Hendricks, Social Media, Lexington Books, UK

(2) Boyd, M.D & Ellison, N, B, Social Networks Sites: Definitions, History, and scholarship , Journal of Computer – Mediated Communication , vol.13, Issue 11,2007, p 26

(٣) موقع الانترنت السابق.

(4) Lusk, B., (2010). Digital Natives and Social Media Behaviors: An overview, The Prevention Researcher vol. (17) supplement, December 2010, p. 3-6.

(5) Lin, Y., (2010). Social Media Tools as Learning Resource, Journal of Educational Technology Development and Exchange, vol., (3) No., (1), p. 101-114.

(٦) موقع على الانترنت: http://chaimaareda.forumegypt.net/t3-topic

(7) Blankenship, M. (2010). How Social Media Can and Should Impact Higher Education. Education Digest: Essential Readings Condensed for Quick Review, Vol. (76), No. (7) .P. 39-42.

(8) Mangram, J., (2008). Either/or Rules: Social Studies Teachers' Talk About Media And Popular Cultures, Theory And Research in Social Education, Vol. (36), No.(2), p. 32-60

(٩) منار إبراهيم، مرجع سابق

(10) 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.

(11) 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.

(12) 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

(13) Lei, L & Wu, Y. (2007). Adolescents paternal attachment and internet use, cyber psychology & behavior, 10(5): 633-640.

(١٤) العمري، علي بن حنفان) ٢٠٠٨ .(إدمان الإنترنت وبعض آثاره النفسية والاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية في إدارة التربية والتعليم في محافظة حايل التعليمية . رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك خالد، أبها، السعودية.

(١٥) جمال جاسم المنيس، النتائج المرتبطة بالاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني بين الشباب الكويتي، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية (157 عن شهر أبريل لعام 2015

(16) Băltereţu, 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.

(17) Hall. Alice, 2009 , College Students' Motives for Using Social Network Sites and Their Relationships to Users' Personality Traits, Conference Papers - International Communication Association, Annual Meeting, p1-38. Retrieved November 2, 2010 from: http://web.ebscohost.com/ehost/resultsadvanced?

(١٨) أمين، رضا عبد الواجد، 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.

(19) 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

(20) Sheldon, Pavica, 2008, student favorite: facebook and motives for its use, Southwestern Mass Communication Journal, Vol. 23 Issue 2, Mar, p39-53