

قاسم، مصطفى محمد عبدالله (٢٠١٨). الاستخدامات التعليمية للإعلام الاجتماعي لدى طلاب التعليم الجامعي: دراسة ميدانية على طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود، مجلة البحث التربوي، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، العدد الأول، المجلد ٣٣، ص ٢٠٣-٢٧١.

الاستخدامات التعليمية للإعلام الاجتماعي لدى طلاب التعليم الجامعي دراسة ميدانية على طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود

دكتور مصطفى محمد عبدالله قاسم

باحث السياسات التربوية بالمركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، القاهرة

ملخص

تشير الأدبيات إلى أن استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي يكون بالدرجة الأولى لأغراض اجتماعية وليس أكاديمية. لذلك استهدفت الدراسة الحالية تقصي استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية لدى عينة من طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود، وعلاقة ذلك الاستخدام بالمستوى التعليمي للطلاب ومعدلهم التراكمي. استخدم الباحث المنهج الوصفي، إذ أعد استبانة للتعرف على الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي لدى عينة تكونت من ٢٤٩ طالبا وطالبة من كل المستويات التعليمية بالكلية. أوضح التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة على الاستبانة (١) أن الطلاب منخرطون بشدة في استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي، (٢) أن الطلاب يستخدمون هذه المواقع للأغراض التعليمية، (٣) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية تعزى للمستوى التعليمي للطلاب، (٤) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية تعزى للمعدل التراكمي للطلاب. ومع أن استخدامات تعليمية مثل التعارف وتكوين صداقات ومشاركة الأخبار والمواد التعليمية مع زملاء الدراسة والتخصص والتواصل مع إدارة القسم والكلية تظل استخدامات "تواصلية" اجتماعية لمواقع الإعلام الاجتماعي، فقد أثبتت الدراسة الحالية أن استخدام الطلاب لهذه المواقع - على أقل تقدير - لا يؤثر سلبا على المعدل التراكمي للطلاب، ولا يشكل إلهاء لهم عن الدراسة والتحصيل التعليمي. وفي ضوء هذه النتائج، قدم الباحث عددا من التوصيات لتحسين الاستفادة من مواقع الإعلام الاجتماعي في الأغراض التعليمية، واقترح دراسة عدد من الموضوعات لمعرفة المزيد حول طبيعة استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي، الاستخدامات التعليمية، طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود.

The Educational Uses of Social Media Among University Students A Field Study on the College of Education Students at King Saud University

By

Mostafa M. Kassem, Ph. D.

National Center for Educational Research and Development, Cairo, Egypt

Abstract

Literature indicates that college students use social media mainly for social purposes, not academic ones. The present study, therefore, aimed to examine education-related uses of social media and the relationship between that use and students' educational level and accumulative grade among college of education students at King Saud University, Saudi Arabia. The researcher used the descriptive research method, developing a questionnaire for assessing educational uses of social media among a sample of 249 students from all educational levels. Results showed that: (1) students were intensely involved in using social media, (2) they used social media for educational purposes, (3) there were no statistically significant differences in the use of social media for educational purposes that could be attributed to students' educational level and (4) there were no statistically significant differences in the use of social media for educational purposes that could be attributed to students' accumulative grade. Although social media uses such as making acquaintances and friends, sharing news, links and material with colleagues, and contacting college administration are still "networking" social uses of social media, the present study indicated that social media, at least, did not negatively affect students' accumulative grade and was not a distractor for college students. In light of the above results, the researcher presented several recommendations for enhancing the use of social media for educational purposes, and several suggestions for further studies of the educational uses of social media among college students.

Keywords: Social Media, Social Networking Site, Educational Uses, College of Education Students, King Saud University.

الاستخدامات التعليمية للإعلام الاجتماعي لدى طلاب التعليم الجامعي دراسة ميدانية على طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود

دكتور مصطفى محمد عبدالله قاسم

باحث السياسات التربوية بالمركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، القاهرة
خبير تربوي بجامعة الملك سعود، الرياض

مدخل إلى الدراسة:

يعيش الإنسان المعاصر حقبة تتميز بثورة تزايدية متواصلة في تقنيات الاتصال والمعلومات، وهي ثورة وإن احتوت بين جنباتها كل الثورات السابقة في المجال منذ أن اخترع غوتنبيرغ المطبعة في القرن الخامس عشر (بريغز، بروك، ٢٠٠٥)، فإنها قد تجاوزت كل ما سبقها من تطورات إلى آفاق جديدة غير مسبوقه في نطاقها ومداها. كان من نتائج هذه الطفرة الأخيرة في تقنيات الاتصال أنها نشرت التقية في كل مكان، إذ جعلتها تتخلل كل الفضاءات في حياة الإنسان المعاصر وكل أوقات حياته. فقد باتت التقنية تمس حياة كل إنسان، لا سيما الأطفال والشباب الذين تغمرهم وسائط الإعلام الرقمية وتقنياتها (Joly, K., 2007).

ليس أدل على اختراق مواقع الإعلام الاجتماعي والتقنيات اللازمة لها لحياة الناس على مستوى الكوكب من الإحصاءات التي تبين سعة انتشارها واختراقها على المستوى العالمي. فمن بين ٧،٤٧٦ مليار ساكن للعالم في يناير ٢٠١٧، بلغ عدد مستخدمي الإنترنت ٣،٧٧٣ مليار مستخدم، وبلغ عدد مستخدمي الإعلام الاجتماعي من أجهزة جواله ٢،٧٨٩ مليار مستخدم (We Are Social & HootSuite, 2017). وعلى ذلك فإن شيئاً لم يجمع البشر في الماضي والحاضر كما جمعتهم تقنية الإنترنت وأدواتها الاجتماعية.

وعلى المستوى العربي، كان استحواذ مواقع الإعلام الاجتماعي على اهتمام الشباب ظاهرة لفتت انتباه الدارسين. وبحسب أحدث الإحصاءات، بلغ عدد مستخدمي موقع فيسبوك في البلاد العربية ١٥٦ مليوناً (ما يشكل ٣٩% من إجمالي السكان)، وبلغ عدد مستخدمي موقع تويتر ١١،١ مليوناً (ما يشكل ٢،٨% من إجمالي السكان)، وبلغ عدد مستخدمي موقع لينكد إن ١٦،٦ مليوناً (ما يشكل ٤،١% من إجمالي السكان)، وبلغ عدد مستخدمي موقع إنستغرام ٧،١ مليوناً (ما يشكل ١،٨% من إجمالي السكان) (Arab Social Media Report, 2017).

من بين الجميع، تستحوذ أشكال الإعلام الجديدة والإنترنت ومشتقاتها، لا سيما مواقع الإعلام الاجتماعي، على اهتمام الشباب في كل مكان، حتى صار شباب اليوم يعرفون باسم "المواطنين

الرقميين" (Jenkins et al., 2009: 8, 13). فقد صارت التقنية الحديثة النقالة ومنتجاتها البرمجية لصيقة بالشباب المعاصر في كل أوقات يومهم وفي كل تنقلاتهم، وتستحوذ على اهتمامهم، وتحدد عوالمهم الاجتماعية الواقعية والافتراضية. فالتقنيات والتطبيقات الرقمية للشبكة الثانية Web 2.0 تستغرق الشباب وبانت تلعب دورا كبيرا في حياتهم الاجتماعية والأكاديمية (Petrović et al., 2012: 355-56).

وتأتي المملكة العربية السعودية في طليعة الدول العربية في استخدام الإنترنت ومواقع الإعلام الاجتماعي. ففي يناير ٢٠١٧، بلغ معدل اختراق الإنترنت في المملكة ٧٠%، وبلغ متوسط الوقت الذي يقضيه الفرد على الإنترنت في اليوم ٣:١٥ ساعة عن طريق الحاسوب المكتبي والمحمول و ٣:٥١ ساعة عن طريق الأجهزة النقالة، ويشكل الشباب في المرحلة العمرية ١٥-٢٩ ما نسبته ٥٥,٧% من مستخدمي مواقع الإعلام الاجتماعي في المملكة (We Are Social & HootSuite, 2017).

بالنظر إلى هذا الانتشار الواسع لمواقع الإعلام الاجتماعي بين الشباب في المملكة العربية السعودية، وفي ضوء هذا الاستثمار الضخم في تقنيات الاتصال والإعلام الاجتماعي من حيث المال والوقت والاهتمام، وعلى اعتبار أن الشباب في عمر التعليم الجامعي يشكلون غالبية مستخدمي مواقع الإعلام الاجتماعي، تبرز الحاجة للوقوف على واقع استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية في المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة:

فيما يلي نستعرض أولا الدراسات السابقة التي عُنيت بالوقوف على أسباب استخدام الشباب لمواقع الإعلام الاجتماعي، ثم الدراسات التي عُنيت بالتأثيرات الاجتماعية لمواقع الإعلام الاجتماعي على الشباب، ومنها ننتقل إلى الدراسات التي تقصت الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي بين طلاب التعليم الجامعي، وتأثيراتها على تحصيلهم الدراسي، وأخيرا- إن وُجدت- الدراسات التي بحثت العلاقة بين استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي والمعدل التراكمي للطلاب أو درجاتهم.

كان الإقبال الكثيف من جانب الشباب على مواقع الإعلام الاجتماعي واستثمارهم الضخم فيها دافعا للباحثين لتقصي أسباب هذا الإقبال. فوجدت إحدى الدراسات المسحية على المستوى العربي

* يشير معدل الاختراق إلى نسبة المستخدمين إلى إجمالي عدد السكان في هذا البلد أو ذاك.

أن النسبة الأكبر من مستخدمي الإعلام الاجتماعي يستخدمونه للتواصل مع الآخرين (٥٥%)، يليهم من يستخدمونه لاكتساب المعرفة ومشاهدة المواد الفلمية والاستماع للموسيقى ومشاركة الصور (١٢%). وكانت الدردشة هي النشاط الأكثر شيوعاً بين مستخدمي الإعلام الاجتماعي في البلاد العربية، يليها قراءة ملصقات الآخرين (Arab Social Media Influencers Summit, 2015). وتوصلت دراسة حنان الشهري (٢٠٠٣) على طالبات جامعة الملك عبدالعزيز بجدة إلى أن أقوى الأسباب التي دفعت الطالبات لاستخدام موقعي فيسبوك وتويتر كانت سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، وأن البنات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً، وأن الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي من أهم الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن قلة التبادل الأسري من أهم آثارها السلبية.

أما دراسة محمد السويد (٢٠١٥) على خمس جامعات حكومية وخاصة في مدينة الرياض، فقد خلصت إلى انتشار استخدام موقع تويتر كسمة غالبة بين طلاب التعليم الجامعي السعوديين، وطول فترة تعاملهم اليومي مع الموقع. أما نوعية الاستخدامات الأكثر تواتراً للموقع بين الطلاب، فجاء على رأسها المتابعة والقراءة، وإعادة الإرسال والتغريد، يليها الرد والتعليق والمشاركة في الـ بوم. وخلصت الدراسة أيضاً إلى أن أهم العوامل التي تجذب الشباب لموقع تويتر هي بالترتيب سهولة الاستخدام، والعامل الإخباري، وحرية التعبير، والتنوع، والتواصل الاجتماعي. أما أهم الموضوعات الأكثر متابعة من جانب الشباب، فهي الشؤون المحلية، وقضايا المجتمع، والشأن العام، والموضوعات الرياضية والترفيهية، يليها متابعة التقنيات والأجهزة الحديثة، والموضوعات الدينية، والمعلومات والحقائق، والشؤون الخارجية، والموضوعات الطبية والفكرية.

تقصي أحمد عبدالرحيم (Abdelraheem, A., 2013) استخدام طلاب التعليم الجامعي في سلطنة عُمان لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بنوع الطلاب وطبيعة الاستخدام والمعدل التراكمي ونوع أجهزة الهاتف المحمول ونوع مواقع الإعلام الاجتماعي على عينة من ١٢٠ طالبا جامعيا. وخلص الباحث، بين نتائج أخرى، إلى أن الطلاب يستخدمون مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض الاجتماعية أكثر منها للأغراض التعليمية.

وإلى جانب الدراسات التي حاولت التعرف على أسباب إقبال الشباب وطلاب التعليم الجامعي على مواقع الإعلام الاجتماعي، ثمة رافد بحثي آخر سعى للتعرف على تأثيرات مواقع الإعلام الاجتماعي. من ذلك أن دراسات كثيرة عربية وأجنبية حاولت تقصي دور الإعلام الاجتماعي في دفع الأحداث السياسية التي شهدتها بعض الدول العربية في أواخر عام ٢٠١٠ وعام ٢٠١١.

خرجت هذه الدراسات في المجمل بأن مواقع الإعلام الاجتماعي ساعدت في رفع مستوى الوعي السياسي بين مستخدميها ووفرت وسيلة للتنسيق بينهم وميداناً للنقاش وتبادل الرأي ومتابعة الشأن العام والتعليق عليه (Kassem, M., 2013; Tufekci, Z., & Wilson, C., 2012; Salanova, R., 2012; Safranek, R., 2012).

ثمة دراسات أخرى كثيرة عملت على تقصي التأثيرات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها. ففي مصر، خلصت إحدى الدراسات إلى أن أهم التأثيرات الإيجابية لهذه المواقع من وجهة نظر طلاب جامعة المنصورة تمثلت في تكوين صداقات وعلاقات اجتماعية جديدة وزيادة التحصيل المعرفي وتنمية مهارات الحوار وتبادل الخبرات، وأن سلبياتها تمثلت في هدر الوقت وممارسة الحرية المطلقة والاستقطاب السياسي (أسماء عبدالحى، ٢٠١٣). وفي الأردن، وجدت دراسة أخرى أن موقع فيسبوك أثر على سلوك الطالبات بجامعة إربد، إذ قلل الرغبة في التواصل الشخصي بينهن (حمزة خليل الخدام، ٢٠١٣). وفي الجزائر، توصلت دراسة إلى أن استخدام موقع فيسبوك أثر على الاتصال الشخصي وجها لوجه وعلى تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم، إذ أدى لانسحاب الفرد من التفاعل الاجتماعي وجها لوجه (مريم نومار، ٢٠١٢).

وفي المملكة العربية السعودية، توصلت دراسة فهد بن علي الطيار (٢٠١٤) إلى أن أهم الآثار الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في متابعة أخبار البلد وتعلم أمور جديدة والتعبير بحرية عن الرأي والتمكين من تخطي حاجز الخجل، وتمثلت أهم التغيرات في القيم نتيجة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة. وتوصلت دراسة أخرى إلى أن طالبات كلية العلوم والآداب بالرس بجامعة القصيم قد اتفقن على أن استخدام تطبيق اسنابشات Snapchat أدى لظهور الكراهية الاجتماعية، وإن كان ذلك لم يتأثر بدرجة دالة إحصائياً بعدد ساعات استخدام التطبيق أو العمر أو الكلية (Hussein, Lawaeth M. T., 2016).

لم تظهر الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي أو تأثيراتها التعليمية ضمن الأسباب التي قدمها طلاب التعليم الجامعي لاستخدامهم لهذه المواقع في الدراسات السابقة. غير أن الاختراق الكبير الذي حققته تقنيات التواصل الاجتماعي في حياة طلاب التعليم الجامعي، جنبا إلى جنب مع خصائصها الداعمة للأغراض التعليمية، قد دفع الباحثين لتقصي استخدام طلاب التعليم الجامعي لهذه التقنيات في التعليم. من هؤلاء الباحثين بمبك وإيرمولايفا وكالفيرت الذين طلبوا من طلاب التعليم الجامعي أن يسجلوا يومياتهم على مدار أسبوع وأن يسجلوا الوقت اليومي المستخدم على موقع فيسبوك، وذلك لتقييم استخدامهم للموقع، وخرجوا بأن الطلاب يستخدمون

موقع فيسبوك لثلاثين دقيقة في المتوسط يوميا، وأنهم استخدموا الموقع في الأساس للتفاعل الاجتماعي وبناء المحتوى ونشره بين الأصدقاء، لكنهم وجدوا أن الطلاب يقضون معظم وقتهم في معاينة المحتوى الذي أنشأه آخرون بدلا من بناء محتوى خاص بهم ونشره. وخلص الباحثون إلى أن الطلاب يستخدمون موقع فيسبوك في المقام الأول للتفاعل الاجتماعي، بالدرجة الأولى مع الأصدقاء الذين كانت للطلاب معرفة سابقة بهم خارج الفضاء الافتراضي (Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L., 2009).

أجرى وايز وإسكوز ووليامز دراسة حول استخدام موقع فيسبوك من جانب طلاب علم النفس بالسنة الجامعية الأولى، ووجدوا أن غالبية الطلاب (٩٤%) لديهم حسابات على موقع فيسبوك ويقضون عليه في المتوسط ساعة واحدة يوميا، وأنهم يستخدمونه في الأساس للأغراض الاجتماعية (Wise, L., Skues, J., & Williams, B., 2011). وفي الخط عينه الذي يشدد على استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض الاجتماعية أكثر منها للأغراض التعليمية، أجرت سلوين تحليلًا نوعيًا معمقًا للنشاطات على حسابات فيسبوك لدى ٩٠٩ طالبا جامعيًا في المملكة المتحدة، ووجدت أن التفاعلات بين الطلاب على حائط الموقع تتدرج ضمن خمس فئات: (١) سرد الخبرات الجامعية والتعليق عليها، (٢) تبادل المعلومات العملية، (٣) تبادل المعلومات الأكاديمية، (٤) وإظهار الارتباط والانفصال، (٥) وتبادل النكات والدعابات والشائعات (Selwyn, N., 2009).

لكن الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي ظهرت صراحة في دراسات أخرى، منها دراسة أجريت على طلاب جامعة أوبسالا Uppsala Universitet السويدية بهدف التعرف على طبيعة الاستخدامات التعليمية للإعلام الاجتماعي بين طلاب التعليم الجامعي. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة المقابلة لجمع البيانات مع عشرين طالبا من طلاب الدراسات العليا من مختلف التخصصات بالجامعة، ووجدت أن البريد الإلكتروني هو وسيط الاتصال غير المتزامن الأكثر استخداما بين الطلاب والأساتذة وبين الطلاب وبعضهم بعضا، يليه التراسل الفوري Instant Messaging المتزامن مع الزملاء والطلاب، كما يستخدم الطلاب الإعلام الاجتماعي لتنسيق الأعمال التعاونية وتبادل الوثائق (Aghaee, M., 2010).

وفي باكستان، أجريت دراسة للوقوف على الاستخدام الأكاديمي للشبكات الاجتماعية من جانب طلاب التعليم الجامعي والمشكلات التي واجهتهم في هذا الاستخدام، خرجت بأن غالبية الطلاب (٩٠%) يستخدمون موقع فيسبوك بالدرجة الأولى لإقامة علاقات أكاديمية مع زملائهم، إذ استخدم الطلاب الشبكات لتبادل خبرات التعلم مع بعضهم بعضا ومع جماعة التعلم الدولية

(Hussain, I., Gulrez, N., Tahirkheli, S. T., 2012). وبالمثل، أوردت دراسة الهيئة القومية لمجالس التعليم الأمريكية أنه من بين الطلاب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، أوضح ٧٠% أنهم يناقشون الموضوعات التعليمية، منها التخطيط للجامعة والوظائف المستقبلية، وأوضح ٥٠% أنهم استخدموا هذه الوسائط لمناقشة المناهج والجوانب التعليمية المباشرة (National School Boards Association, 2007).

وفي المملكة العربية السعودية، توصلت دراسة محسن الزهراني (٢٠١٣) على طلاب كلية التربية بجامعة أم القرى إلى أن موقع فيسبوك قد أسهم بدرجة كبيرة في حل المشكلات التي واجهت طلاب التربية العملية، وأن الطلاب تسود بينهم اتجاهات إيجابية نحو استخدام الموقع في حل المشكلات. وكشفت الدراسة عن عدم وجود فروق دالة إحصائية في دور الموقع في حل المشكلات تعزى للتخصص والمعدل التراكمي، وعدم وجود فروق دالة إحصائية في اتجاهات طلاب التربية العملية نحو استخدام موقع فيسبوك في حل المشكلات التي تواجههم تعزى للتخصص والمعدل التراكمي. وفي السودان، توصلت دراسة نهال عبدالرازق (٢٠١٣) على طلاب جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم بفعالية في تحسين مستوى التواصل بين الطلاب، وأنه يمكن توظيفها بدرجة كبيرة في العملية التعليمية، وأنها تؤثر تأثيراً كبيراً على التواصل الأكاديمي بين الطلاب.

أما في مصر، فقد توصلت دراسة خديجة إبراهيم (٢٠١٤) على أعضاء هيئة التدريس والطلاب بجامعة صعيد مصر إلى أن كلا من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، لا سيما موقع فيسبوك بدرجة كبيرة، وأن الطلاب يستخدمونها في العملية التعليمية بدرجة كبيرة، وأنهم يستخدمونها في العملية التعليمية بالتعاون مع زملائهم في الدراسة. وفي فلسطين، توصلت دراسة علاء الدحود (٢٠١٢) على أربع كليات وجامعات إلى أن الجامعات الفلسطينية تستخدم موقع فيسبوك لأغراض العلاقات العامة (٥٨%) ولأغراض الأكاديمية (١٦%). وخرجت الدراسة بأن الطلاب أكثر نشاطاً على موقع فيسبوك من الأكاديميين، وأنهم راغبون في استخدام الشبكة لأغراض التعليمية، بينما يعرض الأكاديميون عن استخدام الشبكة في التعليم، وأنه توجد علاقة ضعيفة بين معدل الطالب ونشاطه على الشبكة.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية، يجري مركز إديوكوز للتحليل والبحوث EDUCAUSE Center for Analysis & Research; ECAR مسحاً سنوياً لأكثر من ٢٥٠ من مؤسسات التعليم الجامعي للوقوف على الخبرات التقنية لطلاب التعليم الجامعي. شمل مسح ٢٠١٤ أسئلة تتقصى مدركات الأساتذة والطلاب للإعلام الاجتماعي وخبراتهم في استخدامه كمصدر تعليمي. أبدى

طلاب جامعة واشنطن وأساتذتها اهتماما بالاستفادة الممكنة من الإعلام الاجتماعي كوسيلة تعلم. أوردت الدراسة بين الفرص التي تقدمها مواقع الإعلام الاجتماعي: (١) يستخدم الطلاب الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية في مادة واحدة على الأقل، وينخرطون بدرجة أكبر في المقررات التي تستخدم التقنية. (٢) يريد الطلاب أن يستخدموا الإعلام الاجتماعي للتواصل مع زملائهم وأساتذتهم بشأن المقررات، مثلا من خلال صفحة للفصل أو المادة على موقع فيسبوك. (٣) يريد الطلاب أن يستخدموا الإعلام الاجتماعي كمنصة للنقاش. (٤) الطلاب مهرة في الإعلام الاجتماعي. (٥) يريد الطلاب من الأساتذة أن يحددوا ساعات مكتبية رقمية. وجاء بين التحديات التي أبرزتها الدراسة: (١) يريد الطلاب أن يفصلوا بين حياتهم الأكاديمية والاجتماعية على مواقع الإعلام الاجتماعي. (٢) يشعر الأساتذة والطلاب أن الإعلام الاجتماعي يشكل إلهاء عن الدراسة في بيئة التعلم. (٣) ذكر الطلاب أن التقنية الصفية تستخدم سياسات تقتصر للوضوح. (٤) يشعر الأساتذة أنهم غير مؤهلين لدمج الإعلام الاجتماعي في الفصول (Coffin, T. & Fournier, J., 2015).

كانت هذه الدراسات التي تؤكد استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي مدعاة لدراسة أثر استخدام هذه المواقع على التحصيل الدراسي للطلاب. فأجرت رشا عوض (٢٠١٤) دراسة للتعرف على آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للطلاب في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت، وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي على التحصيل الدراسي للأبناء من وجهة نظر الأمهات، لا سيما في حالة ازدياد عدد ساعات استخدامها، وأن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي على التحصيل الدراسي في حال استخدامها إيجابيا في خدمة العملية التعليمية وتحت بصر أولياء الأمور وتوجيههم، وأن هناك تأثير لعمر الأم ومستواها التعليمي على طبيعة استخدام الأبناء لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ كلما تقدم عمر الأم زادت الآثار السلبية الناتجة عن مواقع التواصل الاجتماعي وازداد تأثيرها السلبي على التحصيل الدراسي للأبناء، وكلما ارتفع مستوى تعليم الأم، ارتفع مستوى الآثار الإيجابية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقل تأثيرها السلبي على التحصيل الدراسي للطلاب.

وتوصلت دراسة كارينسكي أرين (Aren, K., 2010) حول أثر استخدام موقع فيسبوك على التحصيل الدراسي لطلاب الجامعات، إلى أن موقع فيسبوك يؤثر سلبا على تحصيل الطلاب، إذ أقر ٧٩% من عينة الدراسة أن موقع فيسبوك أثر بالسلب على تحصيلهم. ووجدت الدراسة أن درجات الطلاب مدمني موقع فيسبوك جاءت أدنى من زملائهم الذين لا يستخدمون الموقع. وأكدت

الدراسة أيضا أنه كلما زاد وقت استخدام الطلاب لموقع فيسبوك، انخفضت درجاتهم في الامتحانات، ذلك لأن الأفراد الذين يقضون وقتا أطول على الإنترنت يخصصون وقتا أقل للدراسة. وفي الخط نفسه، وجد جنكو أن استخدام موقع فيسبوك كان منبئا سلبيا بدرجة الطلاب على مقياس الانخراط engagement ومنبئا إيجابيا للوقت الذي يقضيه الطلاب في النشاطات غير الصفية (Junco, R., 2011). ووجد وايز وإسكوز ووليامز أن استخدام موقع فيسبوك بدلا من أن يزيد الانخراط الأكاديمي، يبدو أنه يشكل في المقام الأول عامل إلهاء لطلاب التعليم الجامعي. وهو ما يتطلب تقصي العلاقة بين استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي والتحصيل الأكاديمي لطلاب التعليم الجامعي (Wise, L., Skues, J., & Williams, B., 2011).

وأخيرا، خلصت دراسة وليد العوض (٢٠٠٤) حول أثر استخدام شبكة الإنترنت على التحصيل الدراسي لدى طلاب جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في التحصيل باستخدام شبكة الإنترنت تعزى للعمر أو المؤهل العلمي، ووجود فروق دالة إحصائية في استخدام شبكة الإنترنت في التحصيل الدراسي تعزى للخبرة في التعامل مع شبكة الإنترنت. وبالمثل، توصلت دراسة نايف الطراونة، لمياء الفنيخ (٢٠١٢) حول أثر استخدام الإنترنت على التحصيل الدراسي والتكيف الاجتماعي والاكتئاب ومهارات الاتصال لدى طلاب جامعة القصيم، إلى وجود فروق دالة إحصائية في كل من التحصيل الأكاديمي والتكيف الاجتماعي تعزى لعدد ساعات استخدام الإنترنت والنوع الاجتماعي والتخصص لصالح استخدام الإنترنت لفترات متوسطة (في مقابل الفترات الطويلة) ولصالح الذكور (في المقابل الإناث) ولصالح التخصصات العلمية (في مقابل التخصصات الأدبية).

مما سبق يتضح أن نتائج الدراسات التي تصدت للوقوف على العلاقة بين استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي وتحصيل طلاب التعليم الجامعي ودرجاتهم جاءت مختلطة. فخرجت إحدى الدراسات بأن استخدام الإنترنت (وليس مواقع الإعلام الاجتماعي تحديدا) يفيد التحصيل الأكاديمي لطلاب التعليم الجامعي ويؤثر على المعدل التراكمي (نايف الطراونة، لمياء الفنيخ، ٢٠١٢)، بينما وجدت دراسة أخرى فروقا دالة إحصائية في استخدام شبكة الإنترنت في التحصيل الدراسي تعزى للخبرة في التعامل مع شبكة الإنترنت (وليس مواقع الإعلام الاجتماعي تحديدا، ولدى طلاب الماجستير والدكتوراه وليس طلاب ما قبل التخرج؛ وليد العوض، ٢٠٠٤)، ووجدت دراسة ثالثة أن موقع فيسبوك أثر بالسلب على تحصيل الطلاب من منظورهم (Aren, K., 2010)، ووجدت دراسة رابعة أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها تأثير سلبي على التحصيل الدراسي للأبناء من منظور

الأمهات (رشا أديب محمد، ٢٠١٤)، ووجدت دراسة خامسة أن موقع فيسبوك أسهم بدرجة كبيرة في حل المشكلات التي واجهت طلاب التربية العملية (محسن الزهراني، ٢٠١٣).

من بين كل الدراسات السابقة، لم تتصدَّ إحداها للتعرف على الاستخدامات التعليمية المحددة لمواقع الإعلام الاجتماعي بين طلاب التعليم الجامعي، ولم تحاول إحداها أن تربط صراحة بين استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي ومستوياتهم التعليمية ومعدلاتهم التراكمية (المُعبرة عن تحصيلهم الأكاديمي).

لكل ما سبق، تسعى الدراسة الحالية إلى سد هذه الفجوة بالوقوف على طبيعة الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود وعلاقة هذه الاستخدامات بالمستوى التعليمي للطلاب ومعدلهم التراكمي، وذلك من خلال الإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

ما واقع الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود وما علاقتها بالمستوى التعليمي للطلاب ومعدلهم التراكمي؟

وقد استلزمت الإجابة عن هذا السؤال تحليله إلى الأسئلة الفرعية التالية:

١. ما مدى كثافة استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود؟

٢. ما واقع الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود؟

٣. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود تعزى للمستوى التعليمي؟

٤. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود تعزى للمعدل التراكمي؟

أهداف الدراسة:

١. التعرف على مدى كثافة استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي وأنواع المواقع الأكثر ارتيادا وعدد الأصدقاء والمتابعين لديهم.

٢. الوقوف على نوعية الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي بين طلاب التعليم الجامعي ونوعية الأغراض التعليمية التي يفيدون فيها من مواقع الإعلام الاجتماعي.

٣. الوقوف على العلاقة بين استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية ومستواهم التعليمي.
٤. الوقوف على العلاقة بين استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية ومعدلهم التراكمي.
٥. الإسهام في ترشيد استخدام طلاب التعليم الجامعي وأساتذته وإداراته لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية من خلال الخروج بعدد من التوصيات تعين مؤسسات التعليم الجامعي والأساتذة والطلاب على تحسين الاستفادة التعليمية من مواقع الإعلام الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

١. تتعامل الدراسة مع ظاهرة تمس حياة ملايين الشباب، هي استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي. فبالنظر إلى كثافة إقبال الشباب عموماً، وطلاب التعليم الجامعي تحديداً، على استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي، يلزم الوقوف على طبيعة هذا الاستخدام.
٢. لم تتصدّ الدراسات السابقة للوقوف على الأغراض التعليمية التي يستخدم طلاب التعليم الجامعي مواقع الإعلام الاجتماعي فيها، رغم أهمية هذه المسألة من باب رصد الواقع ومحاولة ترشيده.
٣. لم تتصدّ الدراسات السابقة للتعرف على العلاقة بين استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية ومعدلهم التراكمي ومستواهم التعليمي، وهما علاقتان تسهمان في فهم طبيعة استخدام الطلاب لمواقع الإعلام وتأثيرها على تعليمهم وتقيد في ترشيد هذا الاستخدام.
٤. تسعى الدراسة في الأخير إلى لفت الانتباه إلى إمكانية الاستفادة من استثمار طلاب التعليم الجامعي الكثيف - من حيث الوقت المنقضي وتكلفة أجهزة الاتصال وتوفير الاتصال بالإنترنت - في مواقع الإعلام الاجتماعي بما يفيد تعليم الطلاب، وتحاول توجيه طاقات الطلاب المبذولة على مواقع الإعلام الاجتماعي وجهة نافعة لتعليمهم.
٥. تفيد الدراسة الجامعات وأعضاء هيئة التدريس من خلال تعريفهم بالاستخدامات التعليمية الشائعة لمواقع الإعلام الاجتماعي بين الطلاب، بما يمكنهم من الاستفادة من هذه المواقع تعليمياً وتحسين استخداماتها التعليمية.

٦. تفيد الدراسة أهالي طلاب التعليم الجامعي الذين يشغلهم كثيرا انشغال أبنائهم وبناتهم بمواقع الإعلام الاجتماعي، وذلك من خلال تعريفهم بطبيعة استخدام الأبناء لهذه المواقع والأغراض التعليمية التي يستخدمونها فيها وعلاقة ذلك بمعدل الأبناء التراكمي.

حدود الدراسة:

١. الحدود الموضوعية للدراسة: تقتصر الدراسة على تقصي استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي، والأغراض التعليمية التي يستخدمون هذه المواقع فيها، وعلاقة هذه الاستخدامات التعليمية بالمستوى التعليمي للطلاب ومعدلهم التراكمي.
٢. الحدود المكانية للدراسة: اقتصرت الدراسة على كلية التربية بجامعة الملك سعود.
٣. الحدود البشرية للدراسة: اقتصرت الدراسة على طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود بجميع تخصصاتهم ومستوياتهم التعليمية الذين اتخذت منهم الدراسة مجتمعا لها وسحبت منهم عينتها.
٤. الحدود الزمنية للدراسة: تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ٢٠١٦-٢٠١٧.

مصطلحات الدراسة:

الإعلام الاجتماعي:

يعرف الباحث الإعلام الاجتماعي Social Media إجرائيا بأنه "كل الخدمات والمواقع والتطبيقات الفورية النقالة القائمة على الإنترنت التي تتيح للمستخدم أن ينشئ لنفسه حسابا أو ملفا شخصيا يكون بمثابة بطاقة تعريف أو سيرة ذاتية له، وتمكّنه من إقامة علاقات (صداقات) مع المستخدمين الآخرين للشبكة، وتمكّنه هذه العلاقات من رؤية ما يعرضه الأصدقاء من منشورات وروابط وصور ومواد فيلمية وتعليقات، مع إمكانية التعليق عليها أو مشاركتها مع الآخرين، كما تمكّن المستخدم نفسه من مشاركة الآخرين ما لديه من المنشورات والروابط والصور والمواد الفيلمية والتعليقات والأسئلة والإجابات. وتختلف مواقع الإعلام الاجتماعي من حيث الوسائط التي تتيح استخدامها كالصور والمواد الفيلمية والنصوص والملفات وغيرها".

الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي:

يعرف الباحث الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي بأنها "أي تبادلات على مواقع الإعلام الاجتماعي بين طلاب التعليم الجامعي تصب في مصلحة العملية التعليمية، وتمتد على

متصل من العثور على مواد مقروءة أو مصورة أو فيلمية في التخصص وتبادلها مع الزملاء، ونقاش موضوعات التخصص، ومتابعة الجديد في موضوعات التخصص، والتواصل مع الزملاء والأساتذة حول العملية التعليمية ومحتواها، إلى تبادل أخبار الحياة الجامعية وتكوين صداقات مع المتخصصين والزملاء".

كلية التربية بجامعة الملك سعود:

أنشئت كلية التربية بجامعة الملك بالمرسوم الملكي رقم ١١/٩ الصادر بتاريخ ١٤/٨/١٩٦٧ بالنظام المعدل لجامعة الملك سعود، وبمقتضى المادة رقم (٣) من هذا النظام المعدل، انضمت كلية التربية إلى جامعة الملك سعود، وبدأ العمل بها في العام الجامعي ١٩٦٦-١٩٦٧. تحددت الأهداف من كلية التربية في العمل وفق متطلبات المجتمع وظروفه واحتياجاته التربوية على إعداد مربين على مستوى عال مؤهلين للعمل في مجالات التعليم، وأن تكون مركزاً للبحوث التربوية يسهم في إيجاد الحلول المناسبة لمشكلات التعليم المختلفة في المملكة باتباع أساليب البحث العلمي. وحاليا تضم الكلية - بحسب تاريخ التأسيس - أقسام: السياسات التربوية، وعلم النفس، والثقافة الإسلامية، والمناهج وطرق التدريس، والتربية الفنية، وتقنيات التعليم، والتربية الخاصة، والإدارة التربوية، والدراسات القرآنية. تمنح الكلية درجة البكالوريوس والماجستير والدكتوراه في علم النفس والثقافة الإسلامية والمناهج وطرق التدريس (اللغة الانجليزية، الحاسب الآلي، الرياضيات، الفيزياء) والتربية الفنية والتربية الخاصة والدراسات القرآنية وتعليم ما قبل المرحلة الابتدائية (رياض الأطفال) (موقع كلية التربية بجامعة الملك سعود على الإنترنت، نبذة عن الكلية).

إجراءات الدراسة:

تم السير في الدراسة على النحو التالي:

١. **الشعور بالمشكلة:** بدأت الدراسة الحالية بشعور الباحث بأهمية الموضوع استناداً إلى كثافة استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي وظهور إشارات على استخدامهم لها في الأغراض التعليمية.
٢. **الإطار العام للدراسة:** للتعامل مع المشكلة، قام الباحث بمراجعة الأدبيات في المجال، وفي ضوءها، وضع الإطار العام للدراسة الذي اشتمل مدخلاً للدراسة ثم مشكلة الدراسة التي وضعت في صورتها النهائية من خلال استعراض الدراسات السابقة في المجال وتحديد مكان الدراسة الحالية بينها، ثم عرض الباحث أهمية الدراسة وحدودها ومصطلحاتها ومنهجها ومجتمعها وعينتها.

٣. الإطار النظري للدراسة: جاء هذا الجزء من الدراسة لإلقاء الضوء على موضوعها ومفاهيمها والمنحى الذي يتبناه الباحث من هذه المفاهيم، وبما يفيد في بناء أدوات الدراسة الميدانية وتفسير نتائجها. تعامل الإطار النظري من مصطلحات الإعلام الاجتماعي وتطبيقاتها، وفك الاشتباك بين المصطلحات المتداخلة، وتاريخ تطور مواقع الإعلام الاجتماعي، والإمكانات التعليمية للإعلام الاجتماعي، والإعلام الاجتماعي بين الشباب في المملكة العربية السعودية.

٤. الدراسة الميدانية ونتائجها: يجيب هذا الجزء من الدراسة عن الأسئلة الفرعية للدراسة التي تتعامل مجتمعةً مع مشكلة الدراسة وتجيب عنها.

٥. التوصيات: في ضوء العرض النظري لموضوع الدراسة ومفاهيمها، وفي ضوء نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها في سياق الدراسات السابقة، خرج الباحث بعدد من التوصيات بشأن استخدام طلاب التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي وما يمكن أن تتخذه الجامعات والأساتذة والأسر والطلاب أنفسهم من تدابير وإجراءات لتحسين الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي وذلك لملاءمته لموضوع الدراسة، إذ يقتضى المنهج الوصفي الظاهرة في وضعها الحالي، وما يتخللها من علاقات وتأثيرات بين أبعادها ومع الظواهر الأخرى، وما يمكن أن تتطور إليه الظاهرة في المستقبل. ولا يقتصر المنهج الوصفي على جمع المعلومات والبيانات وتبويبها فحسب، بل يتعدى ذلك إلى التفسير والمقارنات واستخدام أساليب القياس والتصنيف والتفسير، ذلك أن البحث الوصفي لا يكتمل إلا بتنظيم البيانات وتحليلها واستنباط الاستنتاجات اللازمة عنها وتحديد العلاقات والاتجاهات بين الظواهر وأبعادها (فؤاد أبو حطب، آمال صادق، ١٩٩١، ص ٤-١٠٥).

إعمالاً للمنهج الوصفي، قام الباحث بجمع الدراسات السابقة والأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة، ثم الإعداد للدراسة الميدانية وتطبيقها، ومعالجة النتائج إحصائياً، واستخلاص النتائج وتفسيرها وربطها بنتائج الدراسات السابقة، وأخيراً الخلوص إلى عدد من التوصيات في ضوء هذه النتائج. وقد استلزم ذلك تحديد مجتمع للدراسة الحالية وسحب عينة منه، وبناء استبانة لاستقاء المعلومات عن الوضع الحالي للظاهرة، كما سيرد لاحقاً تحت عنوان إجراءات الدراسة الميدانية.

الإطار النظري للدراسة:

الإعلام الاجتماعي: غابة من المصطلحات وتطبيقات لا تحصى

من الملاحظ على الأدبيات التي كتبت في الموضوع، حتى باللغة الإنجليزية، أنها لا تفرز المصطلحات بدقة، وتخلط بينها، إذ تستخدم مصطلحي "الإعلام الاجتماعي" Social Media و"مواقع التواصل الاجتماعي" Social Network Site; SNSs تبادلياً كأنهما مترادفان، مع أن المصطلح الأول أوسع من المصطلح الثاني ويحتويه ضمنه كفة فرعية إلى جانب فئات أخرى. لذلك يلزم قبل أن نتصدى للتعريف أن نفصل بين المصطلحات المختلفة ونحدد علاقات الاشتمال والانضواء فيما بينها.

يشمل مصطلح الإعلام الاجتماعي كل أنواع خدمات الإنترنت المرتبطة عموماً بما يعرف أحياناً باسم الشبكة الثانية أو الجيل الثاني للشبكة Web 2.0. على أن الشبكة الثانية ليست مجموعة واضحة المعالم من المواقع، أو مواقع بعينها على الشبكة، أو مركز مصادر على الإنترنت. ولذلك فإننا لا نقول "ادخل" على الشبكة الثانية أو اشترك فيها أو سجل فيها. فهي ليست مفهوماً يشير إلى مواقع أو مصادر أو تطورات تشترك في سمات مشتركة. بل إن المواقع التي تُدرج عادة ضمن الشبكة الثانية تطورت في معظمها في العقد الأخير من القرن العشرين، مع أن مصطلح الشبكة الثانية نفسه لم يظهر إلا في عام ٢٠٠٤. وتشير الشبكة الثانية على خلاف ذلك إلى تغير لحق بالشبكة العنكبوتية العالمية مع تكاثر مواقع الإعلام الاجتماعي، تمثل في طريقة جديدة لتفعيل المشاركة واستضافة الخدمات والتجمعات على الشبكة وتعهده مشاركة الابتكار والأفكار (Bartolome, A., 2008: 1-2).

وإجمالاً تتميز التطبيقات والمواقع التي تندرج ضمن الشبكة الثانية بأنها تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب جماعات الاهتمام أو الانتماء، وتتطلب المشاركة النشطة من جانب المستخدمين (Gomez, M., Roses, S. & Farias, P., 2012: 132). معنى ذلك أن مصطلح الإعلام الاجتماعي مصطلح واسع يتضمن كل الخدمات والتطبيقات والمواقع التي يشار إليها أحياناً باسم الشبكة الثانية.

يفيد التصنيف التالي الذي تقدمه ديوينغ في فرز المصطلحات والمواقع المرتبطة بالإعلام الاجتماعي والشبكة الثانية. بحسب ديوينغ يشمل الإعلام الاجتماعي Social Media المواقع التالية (Dewing, M, 2012: 1-2):

- المدونات blogs: وهي يوميات فورية online تظهر الصفحات فيها بترتيب زمني عكسي، والمدونات يمكن أن تستضيفها مواقع الشبكة مجانا مثل وردبريس WordPress وتمبلر Tumblr وبلوغر Blogger.
 - الويكي Wikis: وهي مواقع على الشبكة تسمح للمشاركين بتعديل محتوى أي صفحة أو إضافة صفحة جديدة باستخدام متصفحهم الخاص، من أشهر أمثلتها ويكيبيديا Wikipedia، وهي موسوعة فورية تستخدم تقنية الويكي.
 - سوشال بوكماركينج Social Bookmarking: وهي مواقع تمكن المستخدمين من تنظيم وتبادل روابط المواقع الإلكترونية، من أمثلتها ريديت reddit وإستمبل أبون StumbleUpon وديغ Digg.
 - مواقع التواصل الاجتماعي Social Network sites: التي تعرف بأنها "خدمات معتمدة على الشبكة تسمح للمستخدمين بأن (١) ينشئوا ملفات شخصية عامة أو شبه عامة داخل نظام له حدود، (٢) ينبوا قائمة من المستخدمين الآخرين يمكنهم الارتباط بهم، (٣) يروا قائمة أصدقائهم وقوائم أصدقاء الآخرين داخل النظام ويستعرضوها، من أشهر أمثلتها موقعي فيسبوك Facebook ولينكد إن LinkedIn.
 - خدمات تحديث الحالة Status-update services: تعرف أيضا باسم خدمات التدوين المصغرة microblogging services التي تسمح للمستخدمين بمشاركة تحديثات قصيرة حول الناس والأحداث ورؤية تحديثات الآخرين، من أمثلتها موقع تويتر Twitter.
 - المحتوى العالمي الافتراضي Virtual World Content: توفر هذه المواقع بيانات افتراضية تشبه الألعاب يتفاعل عبرها المستخدمون، من أشهر أمثلتها سكند لايف Second Life، وهو عالم افتراضي ينشئ المستخدمون فيه أفاتار (تمثيل افتراضي للمستخدم) يتفاعل مع الآخرين.
 - مواقع مشاركة الوسائط Mediasharing sites: وهي مواقع تمكن المستخدمين من نشر مواد فيلمية أو صور، من أشهرها مواقع يوتيوب Youtube وبينترست Pinterest وإنستغرام Instagram.
- ثمة تداخل من نوع ما بين هذه الفئات، إذ يعد موقع تويتر مثلا موقع تواصل اجتماعي وكذلك خدمة تحديث حالة، وكذلك يمكن لموقع فيسبوك أن يشارك الصور، ويمكن لمستخدمي مواقع مشاركة الصور مثل برينترست أن يتابعوا الآخرين.

معنى ذلك أن مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي الذي يستخدمه الكثيرون كمصطلح عام يشمل كل تطبيقات ومواقع الشبكة الثانية، لا يمثل غير فئة واحدة إلى جانب فئات أخرى كثيرة ضمن مفهوم الإعلام الاجتماعي. ومعنى ذلك أيضا أن موقع تويتر الذي يجمعه الدارسون كثيرا مع موقع فيسبوك ضمن مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي - كما اتضح في استعراض الدراسات السابقة - لا ينتمي لنفس فئة موقع فيسبوك، وإن كان قريبا منه في السمات والخدمات التي يقدمها، إذ ينتمي موقع فيسبوك لفئة مواقع التواصل الاجتماعي، وينتمي موقع تويتر إلى فئة خدمات تحديث الحالة. بينما ينتمي موقعا يوتيوب وإنستغرام إلى مواقع مشاركة الوسائط. وعلى ذلك، فإن الدراسة التي تنوي دراسة اثنين أو ثلاثة من هذه المواقع يجب أن تستخدم مصطلح مواقع الإعلام الاجتماعي وليس مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما فعلته الدراسة الحالية.

يتضح من العرض السابق أن شبكات الإعلام الاجتماعي تتنوع من حيث نوعية المحتوى المتبادل والجمهور والغرض. فمنها ما يتخصص في مشاركة المواد الفيلمية مثل يوتيوب، ومنها ما يتخصص في مشاركة الأبحاث العلمية مثل أكاديميا Academia، ومنها ما يتخصص في مشاركة الصور مثل فليكر Flickr، ومنها ما يتخصص في مشاركة ملفات الإنجاز الشخصية مثل لينكد إن، ومنها ما يدير محتوى متنوعا من الصور والنصوص والمواد الفيلمية والملفات وغيرها مثل مواقع فيسبوك وتويتر وماي سبيس وجوجل بلس وغيرها (علاء الدحود، ٢٠١٢: ٣٣).

تقوم مواقع الإعلام الاجتماعي في الأساس على ملفات شخصية profiles مرئية تُظهر قائمة من الأصدقاء هم أيضا يستخدمون النظام، والملفات الشخصية عبارة عن صفحات متفرقة تأتي بصاحبها إلى الوجود الإنترنتي". فعند الانضمام للموقع، يُطلب من الفرد أن يملأ خانات تحتوي سلسلة من الأسئلة يتولد منها الملف الشخصي. ويحتوي الملف عادة أوصافا مثل العمر والمكان والاهتمامات وقسم "حولي" وصور محملة (Liu, Y. & Ying, X, 2010: 749).

أما الأدوات التي توفرها مواقع الإعلام الاجتماعي، فتشمل: إنشاء حساب شخصي على الشبكة، وإضافة/حذف الأصدقاء، والكتابة أو النشر على الحائط، والتعليق على ملصقات الأصدقاء، والإعجاب بما يكتبه الأصدقاء، ومشاركة الملفات أو الروابط، وإنشاء/الانضمام إلى المناسبات، وإنشاء/الانضمام إلى المجموعات، وإنشاء/الانضمام للصفحات، ونظام الرسائل الإلكترونية، ونظام الدردشة، ونظام التطبيقات الخارجية. معنى ذلك أن شبكات الإعلام الاجتماعي تعتمد بالدرجة الأولى على مستخدميها في تشغيلها وتغذيتها بالمحتوى، وتوفر للمستخدمين طرقا مختلفة للتفاعل من خلال المحادثة والمراسلة والنشر والتعليق وتبادل الآراء والتجارب، كما تقدم خدمات مثل الرسائل الخاصة والمواد الفيلمية والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.

بما يتفق مع ذلك الفرز والتصنيف، يعرف مجموعة من الباحثين الإعلام الاجتماعي بأنه "مصطلح عام يتضمن مواقع التواصل الاجتماعي (مثل مواقع فيسبوك ولينكد إن وجوجل بلس) ومواقع مشاركة المعلومات والوسائط التي قد لا يعتبرها المستخدم من نوع التواصل الاجتماعي مثل مواقع تويتر وإنستغرام وتمبلر" (Lenhart, A., Madden, M., Cortesi, S., Gasser, U., Duggan,) (M., Smith, A., Beaton, M., 2013: 2).

وتعرف دانا بيود الإعلام الاجتماعي بأنه "خدمات قائمة على الشبكة تمكّن المستخدمين من أن (١) ينشئوا ملفا شخصيا عاما أو شبه عام داخل نظام له حدود، (٢) يبنوا قائمة من المستخدمين الآخرين الذين يرتبطون بهم، (٣) يرون ويستعرضون قوائم ارتباطات الآخرين داخل النظام. وتختلف طبيعة هذه الارتباطات ومسامها من موقع لآخر" (Boyd, D. A., 2008: 211). فمثلا تسمى الارتباطات أصدقاء على موقع فيسبوك، وتسمى متابعين على موقع تويتر.

والى جانب التعريفات التي ركزت على التفاعل والتواصل والارتباط بين المستخدمين، ركزت تعريفات أخرى على محتوى الإعلام الاجتماعي، منها تعريف ويندي تابيا التي تعرف الإعلام الاجتماعي بأنه "مجموع أدوات الإعلام المعتمدة على الإنترنت التي تسمح للمستخدمين بالتفاعل، وذلك من خلال نشر المحتوى الخاص بهم ومشاركة المعلومات بين المعنيين في قالب اجتماعي حواري، وقد يكون محتوى هذه المشاركات شخصيا أو مهنيا أو تجاريا" (Tapia, W., 2010: 12). والإعلام الاجتماعي بحسب هذه الرؤية هو "أي محتوى يتم توليده من جانب القراء والمستخدمين" وهو "المحتوى والحوار اللذان ينشآن بين القراء والمستخدمين عبر شبكات الحاسوب" (علاء الدحود، ٢٠١٢: ٢٦).

مواقع الإعلام الاجتماعي - إن- هي فضاءات افتراضية على شبكة الإنترنت يستطيع المستخدمون من خلالها إنشاء صفحات شخصية واستخدام أدوات التفاعل والتواصل المتنوعة مع من يعرفونهم من ذوي الاهتمامات المشتركة وطرح الموضوعات والأفكار ومناقشتها. تربط مواقع الإعلام الاجتماعي المستخدمين معا تأسيسا على سمات مختلفة للتقنيات المختلفة، معظمها يتعهد العلاقات الاجتماعية السابقة، وبعضها يساعد الغرباء في التواصل والارتباط ببعضهم بعضا بناء على الاهتمامات والآراء السياسية والنشاطات المشتركة. ويشكل الإظهار العام للارتباطات والعلاقات سمة أساسية لمواقع الإعلام الاجتماعي، وتحتوي قائمة الأصدقاء والمتابعين رابطا للملف الشخصي لكل صديق، ما يمكّن الآخرين من استعراض شبكة العلاقات بالنقر على هذه الروابط. ومن مزايا مواقع الإعلام الاجتماعي أنها تفتح مجالات جديدة للتعاون والنقاش، وبقاء المحتوى،

وإمكانية تكرار المحتوى ونسخه ونشره، وإمكانية البحث، وأنها تتوفر في كل مكان وزمان، وأن محتواها من توليد المستخدمين أنفسهم.

تاريخ تطور مواقع الإعلام الاجتماعي:

يعد تاريخ المفهوم وتطوره جزءاً لا يتجزأ من المفهوم نفسه وضرورة لتعريفه وفك الاشتباكات داخل المفهوم وبينه وبين المفاهيم الأخرى، وهو ما ينطبق في أوضح صوره على مفهوم الإعلام الاجتماعي. إجمالاً مر تطور مواقع الإعلام الاجتماعي أو بالأحرى مواقع الشبكة الثانية بمرحلتين. غطت المرحلة الأولى السنوات ١٩٩٧-٢٠٠١، وبدأت المرحلة الثانية في عام ٢٠٠٢ ولا تزال مستمرة حتى الآن (Liu, Y. & Ying, X., 2010: 750).

بدأت المرحلة الأولى في عام ١٩٩٧ بموقع سيكس ديغريز دوت كوم SixDegrees.com الذي مكّن المستخدمين من إنشاء ملفات شخصية وقائمة أصدقاء و- بداية من عام ١٩٩٨- تصفح قوائم الأصدقاء. لكن سرعان ما أثبت الموقع أنه خدمة غير قابلة للبقاء رغم الملايين التي انضمت إليه، وأغلق في عام ٢٠٠٠. ثم جاء موقع لايف جورنال LiveJournal ليدرج الارتباطات على صفحة المستخدم كقائمة أحادية الاتجاه، وإضافة الآخرين كأصدقاء لمتابعة يومياتهم journals، فضلاً عن التحكم في إعدادات الخصوصية. وعندما أعاد الموقع السويدي لوران إستورم LuranStorm تقديم نفسه كموقع للتواصل الاجتماعي، احتوى قوائم أصدقاء ودليل أصدقاء وصفحات يوميات. وفي عام ٢٠٠١، ظهر موقع ريز دوت كوم Ryze.com الذي كان موقعاً اجتماعياً لجماعة مهنية واحدة من المطورين التقنيين ورواد الأعمال والمستثمرين في مجال الإعلام الاجتماعي، لذلك لم يحظَ بانتشار واسع. تلا ذلك ظهور موقع لينكد إن LinkedIn كخدمة تجارية قوية، ثم جاء موقع فريندستر Friendster ليكون أشهر مواقع الإعلام الاجتماعي (Liu, Y. & Ying, X., 2010: 750).

بدأت المرحلة الثانية إذن في ٢٠٠٢ بموقع فريندستر الذي شكّل نقلة لجيل جديد من مواقع الإعلام الاجتماعي، إذ لم يهتم الموقع ببناء صداقات بين الغرباء وحسب، بل أيضاً بين أصدقاء الأصدقاء. وبداية من عام ٢٠٠٣، بدأت المواقع تتمحور حول الملفات الشخصية، في مسعى لتكرار نجاح فريندستر باستهداف خصائص سكانية محددة. راجت في البداية مواقع الإعلام الاجتماعي التي تستهدف قطاعات مهنية وتجارية بعينها. ثم ظهرت المواقع المتمحورة حول الاهتمامات مثل دوغستر Dogster وكيرتو Care2. ومع تنامي ظاهرة الإعلام الاجتماعي والمحتوى الذي يولده المستخدمون user-generated content، بدأت مواقع الشبكة المعنية بمشاركة

الوسائط في استدماج سمات مواقع الإعلام الاجتماعي والتحول إلى مواقع إعلام اجتماعي، منها موقع فليكر Flickr (مشاركة الصور) ولاست إف إم LastFM (مشاركة الموسيقى) ويوتيوب Youtube (مشاركة المواد الفيلمية). ثم قدمت جوجل تطبيقها أوركوت Orkut الذي فشل في جذب المستخدمين في الولايات المتحدة، لكنه أصبح الموقع الوطني في البرازيل، وهو نفس ما حدث مع موقع لايف سبيسز Live Spaces الذي أطلقته ميكروسوفت ويندوز للجمهور الأمريكي، لكن نجاحه الأكبر كان خارج الولايات المتحدة. ثم ظهر موقع ماي سبيس MySpace في عام ٢٠٠٣ الذي أخذ يضيف سمات بناء على طلبات المستخدمين ويمكنهم من تفريد صفحاتهم (Liu, Y. & Ying, 2010: 750-51).

أما عملاق مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الاجتماعي عموماً - فيسبوك - الذي شكّل قفزة في المجال، فقد ظهر للوجود في أوائل عام ٢٠٠٤ لدعم شبكات الطلاب في جامعة هارفارد، وكان في البداية يشترط على المنضمين أن يكون لديهم إميل على جامعة هارفارد، وحتى بعد أن فُتح الموقع لجامعات أخرى، ظل يشترط حيازة المنضم لإميل على إحدى الجامعات. وبداية من عام ٢٠٠٥، فُتح موقع فيسبوك ليشمل طلاب المدارس الثانوية والمهنيين داخل الشبكات التجارية، وأخيراً لجميع الناس على مستوى الكوكب. لكن منح حق التسجيل على الموقع للجميع لا يعني أن المستخدمين الجدد يمكنهم الوصول للشبكات المغلقة القديمة التي ظلت تتطلب إميلات الجامعات. وفي عام ٢٠١٠، أصبح موقع فيسبوك الموقع الأكبر في الولايات المتحدة متجاوزاً في ارتياده محرك جوجل العملاق (Timeline, 2014). وفي يناير ٢٠١٧، اقترب إجمالي عدد المستخدمين النشطين شهرياً لموقع فيسبوك من ملياري مستخدم (١,٨٧١ مليوناً)، يليه فيسبوك ماسنجر (مليار مستخدم)، ثم واتساب (مليار مستخدم)، ويوتيوب (مليار مستخدم) (We Are Social & HootSuite, 2017: 46).

وظهر موقع تويتر للوجود في عام ٢٠٠٦ كأحد مواقع المدونات المصغرة أو مواقع تحديث الحالة، يمكن المستخدمين من الارتباط ببعضهم بعضاً ونشر تغريدات محدودة المساحة. وفي بداية عام ٢٠١٣، كان للموقع أكثر من مئتي مليون مستخدم نشط، كانوا "ينشرون ٤٠٠ مليون تغريدة يومياً" (Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M. & Puschmann, C., 2014). وفي يناير ٢٠١٧، بلغ إجمالي عدد المستخدمين النشطين شهرياً لموقع تويتر ٣١٧ مليون مستخدم، ما وضعه في المرتبة العاشرة بين مواقع الإعلام الاجتماعي من حيث الانتشار (We Are Social & HootSuite, 2017: 46).

الإمكانيات التعليمية للإعلام الاجتماعي:

إن كان الإنترنت قد شكّل ثورة في مجال الاتصال والمعلومات، فإن مواقع الإعلام الاجتماعي تشكل "ثورة داخل ثورة" (Tiryakioglu, F., & Erzurum, F., 2011). فمواقع اجتماعية مثل فيسبوك وتويتر ولينكد إن وماي سبيس والمدونات وتوتوب وما إليها توفر سمات أحدثت ثورة حقيقية في استخدام الأفراد لوسائل الإعلام. توفر مواقع الإعلام الاجتماعي فرصاً وإمكانيات عديدة، مثل التوعية السياسية للأفراد، والقدرة على التواصل مع الأفراد على مستوى العالم، وتمكين الفرد من أن يكون عضواً في مجموعة لا يتيسر إقامتها في الحياة الواقعية لولا تقنية الإعلام الاجتماعي بسبب القيود الجغرافية والمادية وغيرها، وتوفر للأفراد وسيلة للتعبير عن الذات، والقدرة على الحصول على المعلومات ونشرها.

ففي مقابل وسائل الإعلام "القديمة"، وحتى في مقابل "أدوات الإنترنت السابقة على الإعلام الاجتماعي" pre-social-media Internet tools، تعطي الشبكات الاجتماعية المستخدمين إمكانية مشاركة المحتوى، والتواصل الفردي أو الجماعي، والتعاون في سبيل أي قضية أو هدف. وبعد تسلحهم بإمكانية خلق المحتوى ونشره، لم يعد مستخدمو الإعلام الاجتماعي مجرد متلقين سلبيين للمحتوى الإعلامي، بل صاروا منتجين للمحتوى وناشرين له (Petrović, N., Petrović, D., 2012; Jeremić, V., Milenković, N. & Cirović, M., 2012; Tiryakioglu, F., & Erzurum, F., 2011).

يدخل الأفراد لمواقع الإعلام الاجتماعي لأغراض مختلفة، لكن في الأساس للتعرف الاجتماعي ومشاركة المعلومات. وفي مجال مشاركة المعلومات تحديداً، توجد أغراض كثيرة تعليمية صرفة ومرتبطة بالتعليم. فمواقع الإعلام الاجتماعي، تمارس تأثيراً كبيراً على حياة ملايين الطلاب، ما دفع التربويين للبحث عن استخدامات مواقع الإعلام الاجتماعي في التعليم والاستفادة منها (Joly, K., 2007).

تتميز الشبكات الاجتماعية عن غيرها من المواقع الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية العالمية بمميزات عدة تجعلها مواتية للأغراض التعليمية: (١) أن هدف المواقع الاجتماعية هو خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع الأفراد عبر الحدود والمسافات، (٢) أن الاجتماع يكون على وحدة الهدف سواء كان التعارف أو التعاون أو التشاور أو مجرد الترفيه وتكوين علاقات جديدة أو حب الاستطلاع أو الاكتشاف، (٣) أن الشخص في هذا المجتمع يكون عضواً فاعلاً، يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك ويسمع ويتحدث ويعلق، فيتجاوز دور المتلقي السلبي، (٤) أنها تتميز بسهولة الاستخدام، إذ تستخدم الحروف والرموز والصور التي تيسر التفاعل على المستخدم،

(٥) أنها تتميز بالتوفير والاقتصادية لأنها مجانية الاشتراك، ما يلغي الحواجز التي تصنعها القدرة المالية (رشا عوض، ٢٠١٤: ٢١-٢٢).

وبالمثل، جمعت خديجة إبراهيم (٢٠١٤: ٤٣١) خصائص شبكات التواصل الاجتماعي فيما يلي:

- ١ سهولة تعرف الزملاء على صفحة المستخدم من خلال بيانات الحساب.
- ٢ سهولة الاستخدام: حيث أنها لا تحتاج إلى إجراءات معقدة للاشتراك بها ولا تحتاج في التعامل معها إلى مهارات يصعب اكتسابها.
- ٣ المجانية في فتح الحساب: تساعد في اشتراك أكبر عدد ممكن من الأفراد في هذه المواقع، إذ لا تتطلب أكثر من وجود الإنترنت وجهاز الاتصال به، وهذه الإمكانية أتاحت المشاركة لجميع الأفراد.
- ٤ تساعد سريعاً في بناء مجتمعات يتشاركون في الاهتمامات والنشاطات المختلفة والمصالح المشتركة مثل مجتمع الدراسة ومجتمع العمل ومجتمع التسلية والترفيه.
- ٥ سرعة التواصل مهما كانت المسافات بين المستخدمين.
- ٦ استخدامها لأشكال متعددة من الاتصال المكتوب واللفظي والبصري والسمعي والمرئي.
- ٧ توفر البيانات المطلوبة للمستخدمين بسهولة، عن طريق الصور والمواد الفيديوية والوثائق والملفات والمعلومات والأخبار.
- ٨ إمكانية استخدام العديد من أدوات الاتصال: مثل الرسائل وغرف الدردشة ولوحات الرسائل والتعليق والتراسل المباشر ومشاركة كل أنواع الملفات.
- ٩ الالتزام في التفاعل والانتشار السريع حول العالم، ما يكسبها صفة العالمية وينشر المحتوى على المستوى العالمي.
- ١٠ التفاعل والإيجابية: فالمستخدم مشارك إيجابي وعليه تحديث صفحته.

وبناء على هذه السمات، اعتبرت خديجة إبراهيم أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير وتأثير واضح في العملية التعليمية بالجامعات، وحددت الأسباب التي تجعل شبكات التواصل الاجتماعي مواتية للعملية التعليمية في الجامعات في: (١) تزايد أعداد المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في سن التعليم الجامعي، ما يؤكد فائدتها في حال استخدامها تعليمياً، (٢) تحتوي العديد من النشاطات التعليمية والواجبات ذات الغرض التعليمي، ما يساعد الطلاب على الابتكار والإبداع، (٣) تكسب الطلاب والمتعلمين مهارات هذا العصر مثل التعامل مع التقنية

الحديثة وتوظيفها في التعليم والتعلم، (٤) تفعل عملية التعلم من الزملاء والأقران (٢٠١٤: ٤٣٣-٤٣٤).

وأضافت رشا عوض إلى هذه السمات الداعمة للعملية التعليمية لمواقع التواصل الاجتماعي: (١) نقل التعليم من مرحلة التنافس إلى مرحلة التكامل والتعاون بالمشاركة في الحوار وجمع المعلومات، (٢) جعل التعليم والتعلم أكثر متعة وحيوية ومعايشة على مدار الساعة، (٣) مشاركة التحدي بأن يشرك المعلم طلابه في تنفيذ مشاريع، (٤) إدخال أساليب جديدة تشجع طرح الأفكار وتعزز روح المشاركة والتواصل بين المتعلمين، (٥) تمكين المعلم من تحديد ساعات مكتبية يتواصل خلالها مع طلابه (٢٠١٤: ٢٣).

وقد أثبتت الدراسات السابقة أن طلاب التعليم الجامعي يستخدمون مواقع الإعلام الاجتماعي بالفعل للأغراض التعليمية. لذلك يرى البعض أن تصفح الشباب للإنترنت واستخدامهم للشبكات الاجتماعية لم يعد هدرا للوقت، إذ يستوعبون الكفايات التقنية والاتصالية الأساسية للعالم المعاصر. فإلى جانب الاستخدام التواصلي للشبكات الاجتماعية، فإنها كفضاء وطريق للتواصل والمعلومات والتسلية تتطوي على إمكانات ضخمة كفضاء تعليمي (Gomez, M., Roses, S., Farias, P., 2012: 132). فمع أن أدوات الإعلام الاجتماعي لم يقصد بها ذلك في الأصل، فإنها توفر فرصا للتعلم من الأقران والمناقشة والمناظرة ومشاركة المعلومات والتغذية الراجعة واسعة النطاق (Nosko, A., & Wood, E., 2011).

وإلى جانب الخط البحثي السابق، ثمة خط بحثي آخر تقصى الدعائم النظرية للتطبيقات التعليمية للإعلام الاجتماعي. اقترح سيمنز نظرية الارتباطية connectivism كنظرية تعلم بديلة، وذلك لاستيعاب الطرق الجديدة للتعلم والعمل في العصر الرقمي (Siemens, G., 2004). والارتباطية كنموذج للتعلم تنقل التعلم من كونه نشاطا فرديا داخليا إلى نشاط تشاركي يقوم على الحوار والتروي التعاوني بين الفرد وجماعة الممارسة community of practice التي ينتمي إليها الفرد (Friesen, N., & Lowe, S., 2011). ينطوي هذا التعلم غالبا على مكون غير نظامي، ذلك أن مواقع الإعلام الاجتماعي تجمع بين التعلم النظامي وغير النظامي من خلال جماعات الممارسة في المستوى الجامعي (Hung, H. T. & Yuen, S. C. Y., 2010).

الإعلام الاجتماعي بين الشباب في المملكة العربية السعودية:

أصبحت الشبكات الاجتماعية ظاهرة عالمية، يستخدمها الشباب في كل جوانب حياتهم، وغدت فضاءات مثالية لتبادل المعلومات بطريقة سريعة وبسيطة ومريحة. واليوم تغص قاعات

الجامعات بطلاب من العصر الرقمي يحتاجون لنوع جديد من التدريس، إذ نشئوا تحت تأثير الإنترنت والإعلام الجديد، وأعطتهم الأدوات التقنية الجديدة (مثل الشبكات الاجتماعية والمدونات ومنصات الفيديو وغيرها) القدرة على التبادل والمشاركة والإنشاء والإخبار والتواصل وغدت مكونا أساسيا في حياتهم (Gomez, M., Roses, S., & Farias, P., 2012: 132).

ينطبق هذا الوصف لطلاب التعليم الجامعي في علاقتهم بمواقع الإعلام الاجتماعي على طلاب التعليم الجامعي في المملكة العربية السعودية وشبابها عموما. من ذلك أن اختراق موقع فيسبوك بين طلاب وطالبات الجامعات السعودية بلغ ٧٧%، وأن أكثر من ٩٤,٥% من هؤلاء المستخدمين يمتلكون حسابات مفعلة، وأن ٧٠,٦% منهم يرون أن موقع فيسبوك يحقق ما لا تحققه الوسائل الأخرى (محسن الزهراني، ٢٠١٣: ٤). بل إن إحدى الدراسات لم تجد غير ٣% فقط من عينتها لا يستخدمون موقع تويتر، وأن المستخدمين يقضون عليه يوميا من ١-٢ ساعة وأكثر من ثلاث ساعات (محمد السويد، ٢٠١٥).

يتأكد هذا الاختراق الواسع لمواقع الإعلام الاجتماعي من الدراسات المسحية الموسعة، ومنها التقرير العربي الأول للإعلام الاجتماعي الذي أعده فريق قمة رواد الاتصال الإعلامي العرب ونشر في عام ٢٠١٥ برعاية رسمية من دولة الإمارات العربية المتحدة. بناء على مقابلات هاتفية ومقابلات معمقة مع سبعة آلاف مستخدم للإعلام الاجتماعي من ١٨ دولة عربية، من بينها السعودية، خرج التقرير بأن التطبيق الأعلى انتشارا في المملكة العربية السعودية هو واتسآب الذي يستخدمه ٩١% من مستخدمي الإنترنت، يليه موقع فيسبوك الذي يستخدمه ٨٠%، ثم تويتر الذي يستخدمه ٥٣%. وفيما يتعلق بتويتر تحديدا، جاء السعوديون في المرتبة الأولى عربيا. وجاء في التقرير أن ٩٧% من مستخدمي واتسآب السعوديين و ٨١% من مستخدمي فيسبوك و ٢٤% من مستخدمي تويتر يدخلون على حساباتهم يوميا (Arab Social Media Influencers Summit, 2015).

وفي أحدث تقرير عن الإعلام الاجتماعي في البلاد العربية أعدته كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية وصدر في عام ٢٠١٧، وجد أن النسبة الأكبر من مستخدمي موقع فيسبوك في الوطن العربي تتركز في ثلاث دول: مصر والسعودية والجزائر. وجاءت المملكة في المرتبة الثانية - بعد مصر - في نمو عدد مستخدمي موقع فيسبوك على المستوى العربي بين يناير ٢٠١١ ويناير ٢٠١٧. ووجد أن ١٣% من مستخدمي موقع فيسبوك العرب في السعودية، وأن ٥٥,٧% من مستخدمي موقع فيسبوك في المملكة في عمر ١٥-٢٩ سنة، وبلغ اختراق موقع فيسبوك ٢٨%. ومن بين كل مستخدمي موقع تويتر النشطين على المستوى العربي، يشكل المستخدمون السعوديون

٢٩% منهم، وهو الرقم الذي انخفض من ٤٠% في عام ٢٠١٤. ووجد أن أكثر من نصف التغريدات على موقع تويتر تخرج من دولتين: السعودية (٣٣% من كل التغريدات) ومصر (٢٠% من كل التغريدات). وفي يناير ٢٠١٧، ظلت السعودية في صدارة الدول العربية في عدد مستخدمي موقع تويتر النشطين بعدد ٢,٦ مليون مستخدم وما نسبته ٢٩% من العرب، يليها مصر بعدد ١,٧ مليون مستخدم وما نسبته ١٨% من العرب. ومن بين مستخدمي موقع تويتر النشطين في المملكة، يقع ٦٩% في عمر ١٥-٢٩ سنة. ومن حيث عدد التغريدات يوميا، جاءت السعودية في المرتبة الثانية بمتوسط ٣,٤ تغريدة يوميا للمستخدم بعد الكويت (٤,٢ تغريدة يوميا). ووجد أن ٨٥,٩% من السعوديين يدخلون موقع تويتر من جهاز نقال، ٨% من جهاز مكتبي أو حاسوب نقال، ٦,١% من أجهزة أخرى، ولا يسبق المملكة في ذلك إلا عُمان ثم البحرين ثم قطر. وجاءت المملكة في المرتبة الثانية عربيا في عدد مستخدمي موقع لينكد إن بنسبة ١٦,٢% (وعدد ٢٥١٠٠٠٠)، بعد الإمارات (بنسبة ٢٠% وعدد ٣٠١٠٠٠٠) (Arab Social Media Report, 2017).

يبرز اختراق الإنترنت ومواقع الإعلام الاجتماعي للمجتمع السعودي حتى في الإحصاءات الدولية، كما يتأكد من الجدول التالي.

الجدول (١)

مؤشرات استخدام الإنترنت ومواقع الإعلام الاجتماعي في المملكة العربية السعودية في السياق

الدولي في يناير ٢٠١٧

المؤشر	القيمة	الترتيب العالمي	بعد/قبل دول
معدل اختراق الإنترنت من إجمالي السكان	٧٠%	١٦	بعد الإمارات العربية المتحدة (٩٩%)، اليابان (٩٣%)، المملكة المتحدة (٩٢%)، ودول أخرى
معدل النمو في عدد مستخدمي الإنترنت عن السنة السابقة	١١%	٧	بعد إندونيسيا (٥١%)، الفلبين (٢٧%)، المكسيك (٢٧%)، ودول أخرى
نصيب الأجهزة المحمولة من المرور عبر الشبكة	٥٥%	١٠	بعد نيجيريا (٨١%)، الهند (٧٩%)، جنوب أفريقيا (٧٨%)، ودول أخرى
اختراق الإعلام الاجتماعي من إجمالي السكان	٥٩%	١٤	بعد الإمارات (٩٩%)، كوريا الجنوبية (٨٣%)، سنغافورة (٧٧%)، ودول أخرى
نمو عدد مستخدمي الإعلام الاجتماعي عن السنة السابقة	٧٣%	١	تليها الإمارات العربية المتحدة (٤٦%)، الهند (٤٠%)، إندونيسيا (٣٤%)، ودول أخرى
متوسط الوقت الذي يقضيه المستخدم	٢:٥٥	١٠	بعد الفلبين (٤:١٧) ثم البرازيل (٣:٤٣) ثم

الأرجنتين (٣:٣٢)، ودول أخرى			الواحد على مواقع الإعلام الاجتماعي بالساعة يوميا
بعد تايلند (٤:١٤)، البرازيل (٣:٥٦)، إندونيسيا (٣:٥٥)، الإمارات العربية المتحدة (٣:٥٤)	٥	٣:٥١	متوسط الوقت الذي يقضيه الفرد في استخدام الإنترنت عن طريق الأجهزة المحمولة بالساعة يوميا
بعد أستراليا (٧٥%)، إيطاليا (٧٤%)، بولندا (٧٣%)، ودول أخرى	٢٣	%٤٥	عدد مستخدمي موقع فيسبوك النشطين يوميا من إجمالي مستخدمي موقع فيسبوك
بعد الإمارات العربية المتحدة (٢٠٠%)، روسيا (١٧٦%)	٣	١٧٦%	متوسط الاتصال النقال بالإنترنت من إجمالي السكان
بعد كوريا الجنوبية (٢٦،٣)، هونغ كونغ (٢٠،١)، سنغافورة (١٨،٢)، ودول أخرى	٢١	٦،٣	متوسط سرعة الاتصال بالإنترنت الثابت
بعد المملكة المتحدة (٢٣،١)، الفلين (١٣،٩)، إسبانيا (١٣،٤)، ودول أخرى	٢٤	٤،٧	متوسط سرعة الاتصال النقال بالإنترنت
المصدر: أخذت بيانات هذا الجدول من أشكال بيانية مختلفة من We Are Social & HootSuite, Digital in 2017 Global Overview: A Collection of Internet, Social Media, & Moblie Data from around the world. Retrieved from http://www.mikekujawski.ca/wp-content/uploads/2017/02/We-Are-Social-Digital-Yearbook-2017.pdf			

يبين الجدول السابق مدى اختراق الإنترنت ومواقع الإعلام الاجتماعي للمجتمع السعودي مقارنة بالدول الأخرى على مستوى العالم. من اللافت للانتباه في هذا الجدول أن المملكة العربية السعودية تصدرت دول العالم في نمو عدد مستخدمي الإعلام الاجتماعي عن السنة السابقة (٧٣%)، وجاءت في المرتبة السابعة عالميا في معدل نمو مستخدمي الإنترنت عن السنة السابقة (١١%)، ما يعني أن الظاهرة ما تزال في طور النمو المطرد. وربما بفضل ارتفاع مستوى المعيشة ومعدل الدخل، احتلت المملكة المرتبة الثالثة عالميا في الاتصال النقال بالإنترنت من إجمالي السكان (١٧٦%). وجاءت المملكة في المرتبة الخامسة عالميا في متوسط الوقت الذي يقضيه الفرد في استخدام الإنترنت عن طريق الأجهزة الجواله بالساعة يوميا (٣:٥١ ساعة)، وفي المرتبة العاشرة عالميا في متوسط الوقت الذي يقضيه المستخدم الواحد على مواقع الإعلام الاجتماعي بالساعة يوميا (٢:٥٥ ساعة).

إجراءات الدراسة الميدانية:

أولا: أهداف الدراسة الميدانية

استهدفت الدراسة الميدانية التعرف على واقع الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود، وذلك من خلال التعرف على ما يلي:

١. مدى كثافة استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود.

٢. واقع الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي الشائعة بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود.

٣. ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود تعزى للمستوى التعليمي.

٤. ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود تعزى للمعدل التراكمي.

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها

تمثل مجتمع الدراسة للبحث الحالي في طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود بجميع تخصصاتها وسنواتها الدراسية الأربع. وقد سحبت عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية الطبقية، إذ روعي أن تكون كل السنوات الدراسية ومعظم التخصصات ممثلة في العينة قدر الإمكان. وبلغت عينة الدراسة ٢٤٩ طالبا وطالبة من كل المستويات التعليمية، وذلك من عينة أولية بلغت ٣٠٠ طالب، بعد استبعاد الاستبانات غير المرجعة وغير المكتملة.

ثالثاً: أداة الدراسة الميدانية

لتحقيق أهداف الدراسة، أعد الباحث استبانة للتعرف على الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي لدى طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود. فيما يلي خطوات إعداد الأداة حتى وصلت صورتها النهائية التي طبقت بها.

١. بعد قراءة الأدبيات والدراسات السابقة في الموضوع، أعد الباحث الاستبانة متبعا قواعد بناء الاستبانات من حيث شكل العبارات وطولها وقواعد كتابتها وتحديد مدرج الإجابة وفقا للمعلومات التي يريد استقائها من عينة الدراسة وطريقة التعامل معها إحصائيا. ثم قام الباحث بتحكيم الاستبانة من عدد من أساتذة التربية بكلية التربية جامعة الملك سعود للتأكد من صدق محتواها، وأجرى التعديلات التي اتفق عليها المحكمون.

٢. بعد ذلك تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية من ٤٩ طالبا وطالبة، وتم التحقق من صدقها بطريقة الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط بين بنود الأداة والدرجة الكلية، وتراوحت معاملات الارتباط بين ٠،٣٧ و ٠،٨٠، وجميعها قيم دالة عند

مستوى ٠,٠٥ أو ٠,٠١. كما تم التحقق من ثبات الاستبانة بطريقة ألفا كرونباخ، وبلغ معامل الثبات ٠,٩٣، وهو معامل ثبات مرتفع (راجع الملحق ١).

٣. جاءت الاستبانة في شكلها النهائي تتألف من جزأين أساسيين. يتكون الجزء الأول من ٨ مفردات والهدف منه جمع المعلومات الأولية المطلوبة للدراسة حول أفراد العينة: المستوى التعليمي، والمعدل التراكمي، ونوع مواقع الإعلام الاجتماعي الأكثر استخداما بين أفراد العينة. ويضم الجزء الثاني من الاستبانة ٢٥ مفردة على مدرج إجابة خماسي، والهدف منه الوقوف على نوع الأغراض التعليمية الأكثر تواترا لاستخدام مواقع الإعلام الاجتماعي لدى أفراد العينة. يبين الجدول (٢) توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي والمعدل التراكمي.

الجدول (٢)

توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي والمعدل التراكمي

المتغيرات	التصنيف	العدد	النسبة
المستوى التعليمي	السنة الأولى	٥٩	٢٣,٧
	السنة الثانية	٦٤	٢٥,٧
	السنة الثالثة	٦٢	٢٥
	السنة الرابعة	٦٢	٢٥
	لم يحدد	٢	٠,٨
	أقل من ٢	—	—
المعدل التراكمي	من ٢ إلى ٢,٥	٨	٣,٢
	من ٢,٥ إلى ٣	٢٦	١٠,٤
	من ٣ إلى ٣,٥	٥٧	٢٢,٩
	من ٣,٥ إلى ٤	٧١	٢٨,٥
	من ٤ إلى ٤,٥	٣١	١٢,٤
	من ٤,٥ فأكثر	٥١	٢٠,٥
	لم يحدد	٥	٢,٠
	أقل من ٢	—	—

* النسبة لعدد العينة

رابعاً: تطبيق أداة الدراسة

قام الباحث بتطبيق استبانة الدراسة في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي ٢٠١٦-٢٠١٧.

خامساً: المعالجة الإحصائية لاستجابات العينة على أداة الدراسة

بعد التطبيق الميداني، بلغ عدد الاستبانات الصحيحة التي سلمت للباحث ٢٤٩ استبانة، وأجريت المعالجة الإحصائية للاستبانات المكملة على النحو التالي.

١. للإجابة عن السؤال الأول من أسئلة الدراسة، تم حساب النسب المئوية للجزء الأول من الاستبانة المتعلقة بالبيانات الأساسية مثل المستوى التعليمي والمعدل التراكمي ونوعية مواقع الإعلام الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة ومعدلات استخدامهم لها.

٢. للإجابة عن السؤال الثاني من أسئلة الدراسة، تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لترتيب مفردات الأداة بحسب استخدامات أفراد العينة لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية.

٣. للإجابة عن السؤال الثالث من أسئلة الدراسة، استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وبين المستوى التعليمي لأفراد العينة. ولمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مدى استخدام أفراد العينة لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية تعزى لاختلاف مستوياتهم التعليمية، استخدم الباحث اختبار تحليل التباين الأحادي لحساب دلالة الفروق بين أكثر من مجموعتين مستقلتين.

٤. للإجابة عن السؤال الرابع من أسئلة الدراسة، استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وبين المعدل التراكمي لأفراد العينة. ولمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مدى استخدام أفراد العينة لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية تعزى لاختلاف معدلاتهم التراكمية، استخدم الباحث اختبار تحليل التباين الأحادي لحساب دلالة الفروق بين أكثر من مجموعتين مستقلتين.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: كثافة استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي بين أفراد العينة

بناءً على إجابات أفراد العينة على الجزء الأول من الاستبانة، جاء استخدام الطلاب لمواقع الإعلام الاجتماعي الذي يجيب عن السؤال الأول من أسئلة الدراسة على النحو التالي.

الجدول (٣)

توزيع عينة الدراسة وفق بياناتهم الأساسية

المتغيرات	التصنيف	العدد	النسبة
مدى وجود حسابات على	موقع فيسبوك (Face book)	١٠٩	٤٣,٨

مواقع الإعلام الاجتماعي المستخدمة*	موقع تويتر (Twitter)	٢٣٣	٩٣,٦
	موقع لينكد إن (Linked In)	١	٠,٤
	موقع جوجل بلس (Google Plus)	٥٥	٢٢,١
	موقع ماي سبيس (My Space)	٢	٠,٨
	مواقع أخرى (إنستغرام-واتساب)	٨٤	٣٣,٧
الفترة التي مضت على إنشاء حسابات مواقع الإعلام الاجتماعي	أقل من سنتين	٢١	٨,٤
	٢-٣ سنوات	٥٠	٢٠,١
	٤-٥ سنوات	٨٦	٣٤,٥
	أكثر من ٥ سنوات	٨٤	٣٣,٧
	لم يحدد	٨	٣,٢
عدد الأصدقاء أو المتابعين على حسابات مواقع الإعلام الاجتماعي	أقل من ١٠٠٠	٨١	٧٢,٧
	١٠٠٠-٢٠٠٠	٤٠	١٦,١
	٢٠٠٠-٣٠٠٠	١١	٤,٤
	أكثر من ٣٠٠٠	١٠	٤,٠
	لم يحدد	٧	٢,٨
عدد مرات متابعة حسابات مواقع الإعلام الاجتماعي	يوميًا	١٦٩	٦٧,٩
	عدة مرات أسبوعيا	٢٩	١١,٦
	مرتين في الأسبوع	١٧	٦,٨
	أسبوعيا	٢٨	١١,٢
	لم يحدد	٦	٢,٤
الوقت المستغرق في متابعة حسابات مواقع الإعلام الاجتماعي في الجلسة الواحدة	أقل من ١٥ دقائق	٦٣	٢٥,٣
	١٥-٣٠ دقيقة	٦٩	٢٧,٧
	٣٠-٤٥ دقيقة	٦١	٢٤,٥
	أكثر من ٤٥ دقيقة	٥٠	٢٠,١
	لم يحدد	٦	٢,٤
المجموع		٢٤٩	١٠٠,٠

*النسبة لعدد العينة

فيما يتعلق بمواقع الإعلام الاجتماعي الأكثر استخداما بين طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود، يؤكد الجدول (٣) ما هو شائع عن تفضيل السعوديين لموقع تويتر الذي قالت غالبية كاسحة (٩٣,٦%) أنهم يستخدمونه، يليه موقع فيسبوك (٤٣,٨%)، ثم مواقع أخرى (إنستغرام، واتساب) (٣٣,٧%)، وأخيرا موقع جوجل بلس (٢٢,١%). تكشف هذه النتيجة أن الكثير من أفراد العينة لديهم حساب على أكثر من موقع من مواقع الإعلام الاجتماعي.

معنى ذلك أن طلاب التعليم الجامعي السعوديين مقبلون بحماس على استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي. يمكن تفسير ذلك بارتفاع مستوى المعيشة وارتفاع مستوى الدخل الذي يمكّن الطلاب من اقتناء أحدث منتجات التقنية الرقمية من هواتف ذكية وشرائح وباقات الإنترنت المفتوحة.

وفيما يتعلق بالفترة التي مضت على إنشاء حسابات مواقع الإعلام الاجتماعي، يبين الجدول (٣) أن النسبة الأكبر من أفراد العينة (٣٤,٥%) أنشئوا حساباتهم على مواقع الإعلام الاجتماعي منذ ٤-٥ سنوات، يليهم بنسبة مماثلة (٣٣,٧%) الأفراد الذين أنشئوا حساباتهم منذ أكثر من ٥ سنوات، ثم الأفراد الذين مر ٢-٣ سنوات على إنشائهم حسابات مواقع الإعلام الاجتماعي (٢٠,١%)، وأخيرا من مرت عليهم أقل من سنتين (٨,٤%) على إنشاء حساباتهم على مواقع الإعلام الاجتماعي.

ومن حيث عدد الأصدقاء والمتابعين على حساب الإعلام الاجتماعي، يبين الجدول (٣) أن غالبية أفراد العينة لديهم على حسابات مواقع الإعلام الاجتماعي أقل من ألف صديق أو متابع (٧٢,٧%)، يليهم الطلاب الذين لديهم ١٠٠٠-٢٠٠٠ صديق أو متابع (١٦,١%)، ثم الطلاب الذين لديهم ٢٠٠٠-٣٠٠٠ صديق أو متابع (٤,٤%)، وأخيرا الطلاب الذين لديهم أكثر من ثلاثة آلاف صديق أو متابع (٤,٠%). ربما يكون انخفاض عدد الأصدقاء والمتابعين راجعا إلى ارتفاع نسبة الإناث بين العينة (١٥٠ طالبة في مقابل ٩٩ طالبا من إجمالي عدد العينة)، إذ يتميزن بالإحجام عن إضافة أشخاص لا يعرفونهن في العالم الواقعي.

أما من حيث عدد مرات الدخول على حسابات الإعلام الاجتماعي، فيكشف الجدول (٣) أن غالبية الطلاب يدخلون على حساباتهم يوميا (٦٧,٩%)، يليهم من يدخلون على حساباتهم عدة مرات أسبوعيا (١١,٦%)، ثم من يدخلون على حساباتهم أسبوعيا (١١,٢%)، وأخيرا من يدخلون على حساباتهم مرتين أسبوعيا (٦,٨%).

وفيما يتعلق بالوقت الذي يقضيه أفراد العينة في الجلسة الواحدة على حسابات الإعلام الاجتماعي، يبين الجدول (٣) أن النسبة الأكبر من أفراد العينة (٢٧,٧%) يقضون على حساباتهم على مواقع الإعلام الاجتماعي ١٥-٣٠ دقيقة في الجلسة الواحدة، يليهم الطلاب الذين يقضون عليها أقل من ١٥ دقيقة (٢٥,٣%)، ثم الطلاب الذين يقضون عليها ٣٠-٤٥ دقيقة (٢٤,٥%)، وأخيرا الطلاب الذين يقضون عليها أكثر من ٤٥ دقيقة في المرة الواحدة (٢٠,١%).

ثانيا: الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي بين أفراد العينة

من واقع إجابات أفراد العينة على الجزء الثاني من الاستبانة، جاءت استخدامات مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية التي تجيب عن السؤال الثاني من أسئلة الدراسة على النحو المبين في الجدول (٤).

الجدول (٤)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية لمدى استخدام عينة الدراسة لمواقع الإعلام الاجتماعي
للأغراض التعليمية

(مرتبة تنازليا وفق المتوسط الحسابي)

م	استخدامات مواقع الإعلام الاجتماعي	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	مطلقا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رقم
١٤	البحث عن مواد أو بحوث تساعد في حل الواجبات	٤٥	٩٦	٦٧	٢٦	١٤	٣,٥٣	١,٠٨	١
		١٨,١	٣٨,٧	٢٧,٠	١٠,٥	٥,٦			
١	تبادل أخبار الدراسة والحياة الجامعية	٣٨	٥٦	٩٢	٤٥	٨	٣,٣٠	١,٠٥	٢
		١٥,٩	٢٣,٤	٣٨,٥	١٨,٨	٣,٣			
٥	الاستفادة من تجارب الآخرين في مجال التخصص	٣٣	٦٤	١٠٠	٣٨	١٢	٣,٢٨	١,٠٣	٣
		١٣,٤	٢٥,٩	٤٠,٥	١٥,٤	٤,٩			
١٥	تبادل المعلومات حول الاختبارات والامتحانات الحالية والسابقة	٣٦	٨١	٧١	٣١	٢٧	٣,٢٨	١,١٩	٣
		١٤,٦	٣٢,٩	٢٨,٩	١٢,٦	١١,٠			
٨	متابعة إعلانات القسم والكلية أو الجامعة	٣١	٦٤	١٠٦	٣١	١٥	٣,٢٦	١,٠٣	٥
		١٢,٦	٢٥,٩	٤٢,٩	١٢,٦	٦,١			
٢٠	البحث عن أشخاص مهتمين بمجال معين في التخصص	٣٦	٦٦	٨٤	٤٨	١٥	٣,٢٤	١,١١	٦
		١٤,٥	٢٦,٥	٣٣,٧	١٩,٣	٦,٠			
١٧	الحصول على الروابط والمواقع العلمية في التخصص	٢٨	٧٠	٨٧	٤٠	٢٢	٣,١٧	١,١١	٧
		١١,٣	٢٨,٣	٣٥,٢	١٦,٢	٨,٩			
٩	إخبار الزملاء بالجديد حول الدراسة والحياة الجامعية	٢٠	٧٩	٨٤	٣٦	٢٦	٣,١٣	١,١٠	٨
		٨,٢	٣٢,٢	٣٤,٣	١٤,٧	١٠,٦			
٧	متابعة المستجدات العلمية في التخصص	٢٨	٤٣	١٠٩	٤٦	١٣	٣,١١	١,٠٢	٩
		١١,٧	١٨,٠	٤٥,٦	١٩,٢	٥,٤			
٢٢	الدرشة مع الزملاء حول الحياة الجامعية	٣١	٦٤	٨٢	٤٣	٢٨	٣,١١	١,١٧	٩
		١٢,٥	٢٥,٨	٣٣,١	١٧,٣	١١,٣			
٢	متابعة الجديد من موضوعات التخصص	٢٥	٤٥	١١٣	٥٤	١٢	٣,٠٧	١,٠٠	١
		١٠,٠	١٨,١	٤٥,٤	٢١,٧	٤,٨			
١٦	التواصل مع الأساتذة حول المقررات التعليمية والعلمية	٢٤	٦٥	٩٠	٣٦	٣٤	٣,٠٤	١,١٦	٢
		٩,٦	٢٦,١	٣٦,١	١٤,٥	١٣,٧			
٢٣	البحث عن مواد تعليمية يمكن تقديمها خلال المحاضرات	٣٤	٤٠	٩٨	٤٥	٢٨	٣,٠٣	١,١٧	١
		١٣,٩	١٦,٣	٤٠,٠	١٨,٤	١١,٤			
١٠	تبادل محتوى المقررات والمواد	٢٩	٥٦	٨١	٥٠	٣٣	٢,٩٩	١,١٩	١

٤			١٣,٣	٢٠,١	٣٢,٥	٢٢,٥	١١,٦	%	التعليمية مع الزملاء	
١	١,٢١	٢,٩٨	٣٦	٤٤	٨٣	٥٢	٢٩	ت	الحصول على الكتب والمراجع	٢١
٥			١٤,٨	١٨,٠	٣٤,٠	٢١,٣	١١,٩	%	العلمية في المجال	
١	١,٠٥	٢,٩٣	٢٣	٥٨	٩٨	٥١	١٨	ت	نشر الصور ذات الصلة	١٢
٦			٩,٣	٢٣,٤	٣٩,٥	٢٠,٦	٧,٣	%	للتخصص أو البحث عنها	
١	١,١٣	٢,٩٠	٢٩	٦٠	٩٢	٤٣	٢٥	ت	تبادل المواد التعليمية غير الصفية	٢٤
٧			١١,٦	٢٤,١	٣٦,٩	١٧,٣	١٠,٠	%		
١	١,١٥	٢,٨٩	٣٣	٥٢	٩٢	٤١	٢٥	ت	طلب النصح أو الاستشارة حول	١٩
٨			١٣,٦	٢١,٤	٣٧,٩	١٦,٩	١٠,٣	%	المسائل المهنية والتطبيقية	
١	١,١٢	٢,٨٦	٢٩	٦٤	٩٢	٣٩	٢٤	ت	متابعة المؤتمرات والفعاليات	٤
٩			١١,٧	٢٥,٨	٣٧,١	١٥,٧	٩,٧	%	المتعلقة بالتخصص	
٢	١,٠٩	٢,٨٥	٣١	٥٦	٩٠	٥٢	١٥	ت	التواصل مع الزملاء حول	١٣
٠			١٢,٧	٢٣,٠	٣٦,٩	٢١,٣	٦,١	%	المشروعات والمهام التعليمية	
٢	١,١٠	٢,٨٤	٣٠	٦١	٩٢	٤٤	١٩	ت	تكوين صداقات مع المتخصصين	٣
١			١٢,٢	٢٤,٨	٣٧,٤	١٧,٩	٧,٧	%	والمهتمين بالتخصص	
٢	١,١٥	٢,٨٣	٣٥	٥٩	٩٠	٤٠	٢٣	ت	البحث عن الأبحاث والدراسات	٢٥
٢			١٤,٢	٢٣,٩	٣٦,٤	١٦,٢	٩,٣	%	في المجال وتبادلها	
٢	١,١١	٢,٧٩	٣٤	٦٦	٧٨	٥٢	١٥	ت	مناقشة موضوعات التخصص مع	١١
٣			١٣,٩	٢٦,٩	٣١,٨	٢١,٢	٦,١	%	الزملاء	
٢	١,٠٩	٢,٧٦	٣٢	٧٠	٨٩	٤١	١٧	ت	البحث عن مواد فيلمية ذات صلة	٦
٤			١٢,٩	٢٨,١	٣٥,٧	١٦,٥	٦,٨	%	بالتخصص ونشرها	
٢	١,١٧	٢,٦٩	٤٣	٧٢	٧٤	٤٠	٢٠	ت	التواصل مع إدارة القسم والكلية	١٨
٥			١٧,٣	٢٨,٩	٢٩,٧	١٦,١	٨,٠	%	والجامعة	
٣,٠٤			المتوسط العام*							

* المتوسط الحسابي من ٥ درجات

إجمالاً، تراوحت متوسطات الاستخدامات ذات الصلة التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي بين أفراد العينة من ٢,٦٩ إلى ٣,٥٣، ما يعني استخداماً متوسطاً لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية بين أفراد العينة. غير أن متوسطات الإجابة على أي من مفردات الاستبانة لم تصل إلى الاستخدام المرتفع، ما يعني أن الاستخدامات التعليمية لمواقع الاتصال الاجتماعي ما زالت دون المستوى المنشود.

أما ترتيب الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي بين أفراد العينة، فقد جاء على رأسها البحث عن المواد أو البحوث التي تساعد في حل الواجبات، وهو ما يعني استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي كبيئة مساعدة لإكمال الواجبات والمهام التي يكلف الطلاب بإتمامها. وبما يتفق مع طبيعة مواقع الإعلام الاجتماعي كمواقع للتواصل الاجتماعي والتعارف وتبادل الخبرات والمعلومات، جاء في المرتبة الثانية تبادل أخبار الدراسة والحياة الجامعية، ثم الاستفادة من تجارب الآخرين في مجال التخصص، وتبادل المعلومات حول الاختبارات والامتحانات الحالية والسابقة. وبعدها جاءت متابعة إعلانات القسم والكلية أو الجامعة، ثم البحث عن أشخاص مهتمين بمجال معين في التخصص، ثم الحصول على الروابط والمواقع العلمية في التخصص، ثم إخبار الزملاء بالجديد حول الدراسة والحياة الجامعية، ثم متابعة المستجدات العلمية في التخصص، ثم الدردشة مع الزملاء حول الحياة الجامعية، ثم متابعة الجديد من موضوعات التخصص، ثم التواصل مع الأساتذة حول المقررات التعليمية والعلمية، ثم البحث عن مواد تعليمية يمكن تقديمها خلال المحاضرات، ثم تبادل محتوى المقررات والمواد التعليمية مع الزملاء، ثم الحصول على الكتب والمراجع العملية في المجال، ثم نشر الصور ذات الصلة بالتخصص أو البحث عنها.

وفي المراتب الأخيرة، جاءت استخدامات تعليمية مثل تبادل المواد التعليمية غير الصفية، ثم طلب النصائح أو الاستشارة حول المسائل المهنية والتطبيقية، ثم متابعة المؤتمرات والفعاليات المتعلقة بالتخصص، ثم التواصل مع الزملاء حول المشروعات والمهام التعليمية، ثم تكوين صداقات مع المتخصصين والمهتمين بالتخصص، ثم البحث عن الأبحاث والدراسات في المجال وتبادلها، ثم مناقشة موضوعات التخصص مع الزملاء، ثم البحث عن مواد فيلمية ذات صلة بالتخصص ونشرها، ثم التواصل مع إدارة القسم والكلية والجامعة.

ثالثاً: الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي وفقاً للمستوى التعليمي للطلاب

للإجابة عن السؤال الثالث من أسئلة الدراسة: هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية لدى عينة الدراسة وبين المستوى التعليمي؟ استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية (الدرجة الكلية لإجابات كل فرد من أفراد العينة على بنود الاستبانة) وبين المستوى التعليمي لأفراد العينة، وجاءت النتيجة على النحو المبين في الجدول التالي.

الجدول (٥)

معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وبين المستوى التعليمي

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي × المستوى التعليمي	-٠,٠٥٥٧	غير دالة	شبه منعدمة

يبين الجدول (٥) أن العلاقة شبه منعدمة بين درجة استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وبين المستوى التعليمي، ما يشير إلى عدم وجود علاقة بين درجة استخدام أفراد العينة لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وبين مستوياتهم التعليمية، وكانت تلك النتيجة غير دالة إحصائياً.

وللتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام أفراد العينة لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية تعزى لاختلاف مستوياتهم التعليمية، استخدم الباحث اختبار تحليل التباين الأحادي لحساب دلالة الفروق بين أكثر من مجموعتين مستقلتين وذلك للتعرف على الفروق في إجابات عينة الدراسة حول مدى استخدامهم لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية باختلاف المستوى التعليمي، وجاءت النتيجة على النحو المبين في الجدول التالي.

الجدول (٦)

اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات عينة الدراسة حول مدى استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية باختلاف المستوى التعليمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	٠,٩٤	٣	٠,٣١	٠,٦٢	٠,٦٠٦	غير دالة
داخل المجموعات	١٢٤,١١	٢٤٣	٠,٥١			

يتضح من الجدول (٦) أن قيمة (ف) غير دالة، ما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة في مدى استخدامهم لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية تعزى لاختلاف مستوياتهم التعليمية.

تكشف هذه النتيجة عن عدة حقائق، أولها تجانس أفراد العينة وتمائلهم في استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية. وتشير هذه النتيجة -ثانياً- إلى اختراق مواقع الإعلام الاجتماعي وتقنياتها، على رأسها أجهزة الهاتف المحمولة، لحياة طلاب التعليم الجامعي، بغض النظر عن المستوى التعليمي للطلاب.

رابعاً: الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي وفقاً للمعدل التراكمي

للإجابة عن السؤال الرابع من أسئلة الدراسة: هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية لدى عينة الدراسة وبين المعدل التراكمي؟ استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي في المجال التعليمي (الدرجة الكلية لإجابات كل فرد من أفراد العينة على بنود الاستبانة) وبين المعدل التراكمي لأفراد العينة، وجاءت النتيجة على النحو المبين في الجدول التالي.

الجدول (٧)

معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وبين المعدل التراكمي

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي × المعدل التراكمي	٠,٠٩٢٣	غير دالة	شبه منعومة

يتضح من الجدول (٧) أن العلاقة شبه من منعومة بين درجة استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وبين المعدل التراكمي، ما يشير إلى عدم وجود علاقة بين درجة استخدام أفراد العينة لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وبين معدلاتهم التراكمية، وكانت تلك النتيجة غير دالة إحصائياً.

وللتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى استخدام أفراد العينة لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية تعزى لاختلاف معدلاتهم التراكمية، استخدم الباحث اختبار تحليل التباين الأحادي لحساب دلالة الفروق بين أكثر من مجموعتين مستقلتين وذلك للتعرف على الفروق في إجابات عينة الدراسة في مدى استخدامهم مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية باختلاف المعدل التراكمي، وجاءت النتيجة على النحو المبين في الجدول التالي.

الجدول (٨)

اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات عينة الدراسة حول مدى استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية باختلاف المعدل التراكمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١,٧١	٢	٠,٨٥	١,٦٩	٠,١٨٨	غير دالة
داخل المجموعات	١٢٢,١٣	٢٤١	٠,٥١			

يتضح من الجدول (٨) أن قيمة (ف) غير دالة، مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة في مدى استخدامهم لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية تعزى لاختلاف معدلاتهم التراكمية.

معنى ذلك أن طلاب التعليم الجامعي سواء في استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية، لا فرق في ذلك بين الطلاب مرتفعي أو منخفضي التحصيل. يشير ذلك ضمناً إلى أن الطلاب ربما يستخدمون مواقع الإعلام الاجتماعي لأغراض التعارف والتفاعل الاجتماعي أكثر منها للأغراض التعليمية، وإلا لكان استخدامها فارقاً مع الطلاب مرتفعي التحصيل. أو يشير فحسب إلى أن استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي عموماً لم تؤثر بالسلب على المعدل التراكمي للطلاب.

مناقشة النتائج

تكشف الدراسة الحالية أن طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود ليسوا أقل انخراطاً في العوالم الاجتماعية الرقمية من نظرائهم في الدراسات السابقة التي أجريت سواء في المملكة العربية السعودية أو المجتمعات العربية الأخرى أو المجتمعات غير العربية، إن لم يكونوا أكثر انخراطاً من غيرهم. إذ تكشف الدراسة عن كثافة عالية في ارتياد مواقع الإعلام الاجتماعي من جانب طلاب التعليم الجامعي السعوديين، سواء من حيث اقتناء حسابات على أكثر من موقع واحد من مواقع الإعلام الاجتماعي، أو الفترة التي مرت على إنشاء الحسابات، أو عدد الأصدقاء والمتابعين على الحسابات، أو عدد مرات زيارة الحسابات، أو الوقت المستغرق في متابعة الحسابات في كل زيارة. اتفقت الدراسة الحالية في ذلك مع الدراسات السابقة العربية (محمد السويد، ٢٠١٥؛ مريم نومار، ٢٠١٢) ومع الدراسات الأجنبية (Hussain, I., Gulrez, N., Tahirkheli, S. T., 2012; Gomez,) (M., Roses, S. & Farias, P., 2012) ومع الدراسات المسحية العربية (Arab Social Media Report, 2017; Arab Social Media Influencers Summit, 2015) والتقارير الإحصائية العالمية (We Are Social & HootSuite, 2017).

يمكن إرجاع هذا الانخراط الكثيف إلى عدة عوامل. أولاً، وفيما يتعلق بعينة الدراسة، ربما أسهمت معايير القبول الصارمة في جامعة الملك سعود في انخراط الطلاب في عوالم الإعلام الاجتماعي، إذ تضع الجامعة معايير عالية و صارمة لدخولها. ثانياً، ترجع مشاركة الطلاب الكثيفة في مواقع الإعلام الاجتماعي إلى ارتفاع مستويات دخول الأسر السعودية، ما مكّن الشباب من اقتناء أحدث منتجات التقنية الذكية وباقات الدخول للإنترنت، ما مكّنهم بدوره من ارتياد العوالم

الاجتماعية الرقمية بدرجة أكثر كثافة من غيرهم. ثالثاً، ربما أسهمت أحداث عام ٢٠١١ التي سميت "ثورات فيسبوك/تويتر" (e.g., Kassem, M., 2013; Tufekci, Z., & Wilson, C., 2012;) في إثارة انتباه الشباب العربي لعالم الإعلام الاجتماعي، فضلاً عن كونها ناتجة أيضاً عن ارتداد الشباب العربي لهذا العالم.

تتفق الدراسة الحالية أيضاً مع الدراسات السابقة (رشا عوض، ٢٠١٤؛ وليد العوض، ٢٠٠٤) في الخلو إلى عدم ارتباط استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي بالمستوى التعليمي والمعدل التراكمي. معنى ذلك أن مواقع الإعلام الاجتماعي لدى طلاب التعليم الجامعي السعوديين ما تزال تستخدم في المقام الأول للأغراض الاجتماعية من تعارف وبناء صداقات ودرشة ونشر وتعليق ومشاركة مواد الإنترنت ونشرها. والدراسة في ذلك أيضاً تتفق مع الدراسات السابقة (محمد السويدي، ٢٠١٥؛ أسماء عبدالحى، ٢٠١٣، مريم نومار، ٢٠١٢؛ Abdelraheem, A., 2013; Gomez, M., 2012; Wise, L., Skues, J., & Williams, B., 2011; Selwyn, N., 2009; Roses, S. & Farias, P., 2012; Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L., 2009)، وإن كان أفراد العينة الدراسة الحالية قد وظفوا نفس هذه الأدوات "التواصلية" الاجتماعية للأغراض التعليمية.

لكن على أقل تقدير، أثبتت الدراسة الحالية أن استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي لا يؤثر بالسلب على الأداء الأكاديمي كما خلصت دراسات سابقة (Aren, K., 2010)، ولا يضعف انخراطهم في العمل الأكاديمي كما خلصت دراسات سابقة (Junco, R., 2011)، ولا يشكل إلهاء لهم عن الدراسة كما خلصت دراسات سابقة (Selwyn, N., 2009).

وإجمالاً، أثبتت الدراسة الحالية أن طلاب التعليم الجامعي في المملكة العربية السعودية يستخدمون مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية، تماماً كما خلصت دراسات سابقة (خديجة إبراهيم، ٢٠١٤؛ رشا عوض، ٢٠١٤؛ Coffin, T. & Fournier, J., 2015; National School Boards Association, 2007; Hussain, I., Gulrez, N., Tahirkheli, S. T., 2012; Aghaee, M., 2010; Gomez, M., Roses, S. & Farias, P., 2012). فقد كشفت الدراسة الحالية أن طلاب التعليم الجامعي السعوديين يستخدمون مواقع الإعلام الاجتماعي في البحث عن المواد أو البحوث التي تساعد في حل الواجبات، وفي التواصل الاجتماعي والتعارف وتبادل الخبرات والمعلومات، وفي تبادل أخبار الدراسة والحياة الجامعية، وفي تبادل المعلومات حول الاختبارات والامتحانات الحالية والسابقة، وفي الحصول على الروابط والمواقع العلمية في التخصص، وغيرها من الاستخدامات التعليمية التي ذكرت في استبانة الدراسة.

تكشف الدراسة الحالية أن مواقع الإعلام الاجتماعي مدمجة في الخبرات التعليمية لطلاب التعليم الجامعي. ومن الإشارات المباشرة التي تكشف عنها الدراسة أن جمع المعرفة والمعلومات

والبحث عن المواد العلمية والبحثية جاء على رأس الاستخدامات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي، وهي نتيجة تتفق مع ما خرجت به دراسة مكلوغلين ولي (McLoughlin, C. & Lee, 2007).

ومن الإشارات المباشرة أيضا أن طلاب التعليم الجامعي يستخدمون مواقع الإعلام الاجتماعي للترابط والتواصل وبناء علاقات مع المهنيين في مجال تخصصهم، بما يشجع التعلم غير النظامي وبناء بيئات تعلم شخصية بين الطلاب (Dabbagh, N., & Kitsantas, A., 2011). ينسجم استخدام منصات الإعلام الاجتماعي لتيسير الانخراط في التعلم غير النظامي من خلال الارتباط مع مهنيين من خارج الجامعة أو حتى الدولة مع الاتجاه نحو تطور جماعات الممارسة الممتدة التي تشجع الحوارات التشاركية البناءة والعلاقات التعاونية بين طلاب التعليم الجامعي (Friesen, N., & Lowe, S., 2011).

توصيات الدراسة:

بغض النظر عما إذا كان ذلك خيرا أم شرا، يبدو أن مواقع الإعلام الاجتماعي قدر محتوم لا سبيل إلى رده، إذ تشكل هذه المواقع واختراقها للمجتمعات بكل فئاتها وشرائحها ظاهرة عالمية كاسحة لا سبيل لإيقافها. لذلك يلزم التعامل معها ومحاولة ترويضها والاستفادة منها. وقد أظهرت الدراسة الحالية أن طلاب التعليم الجامعي يستخدمون مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وأن هذا الاستخدام لا علاقة تربطه بالمستوى التعليمي للطلاب ومعدلاتهم التراكمية، وإن كان هذا الاستخدام لا يزال دون المستوى المنشود. وفي ضوء ذلك يقدم الباحث التوصيات التالية:

1. ضرورة عقد دورات تدريبية لطلاب التعليم الجامعي لتعريفهم بإمكانات استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية، إذ يدخل معظم الطلاب عالم الفضاء الافتراضي من تلقاء أنفسهم ويتعلمون بالمحاولة والخطأ ويغيب عنهم الكثير من إمكانيات هذه المواقع.
2. ضرورة عقد دورات تدريبية لأساتذة التعليم الجامعي لتعريفهم بإمكانات استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية، إذ يحجم الكثير من الأساتذة عن دخول عالم الفضاء الافتراضي ومحاولة الاستفادة منه في عملهم التدريسي.
3. ضرورة أن ينشئ الأساتذة حسابات على مواقع الإعلام الاجتماعي للتواصل الأكاديمي مع الطلاب، مثل نشر المادة العلمية وإعطاء المهام واستلام المهام وإحالة الطلاب إلى مواقع تعليمية مفيدة للتخصص أو نشر روابط تعليمية.

٤. لا بد أن يسعى أساتذة التعليم الجامعي إلى تغيير نوع العلاقة التي تربطهم بالطلاب. فعلاقة الأستاذ-الطالب التقليدية لا تصلح للعالم الافتراضي، ولا بد أن يقترب الأساتذة من الطلاب وعالمهم ويكونوا أصدقاء حقيقيين لهم، حتى يتمكن الطلاب من التواصل معهم في العالم الافتراضي وتبدأ عملية التواصل التعليمي.
٥. ضرورة تحويل مادة المقررات الدراسية إلى الشكل الإلكتروني الذي يلائم الاستخدام على مواقع الإعلام الاجتماعي، إذ يساعد ذلك في تفعيل الاستفادة من مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية.
٦. ضرورة استخدام حسابات الجامعات والكليات والأقسام على مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وتشجيع الطلاب على الدخول عليها والتفاعل معها.
٧. ضرورة أن تسعى الجامعات والكليات والأقسام للاستفادة من تجارب الجامعات والكليات والأقسام المناظرة على المستوى العالمي التي قطعت شوطاً في مجال توظيف مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وإشراك الطلاب عبرها.
٨. ضرورة توفير خدمات الإنترنت في الجامعات وإتاحتها لكل من الأساتذة والطلاب مجاناً.

مقترحات الدراسة:

- في ضوء ما أسفرت عنه الدراسة الحالية من نتائج، يقدم الباحث المقترحات التالية للمزيد من البحوث في المجال.
١. إجراء دراسة تقف على الأوزان النسبية للاستخدامات التعليمية مقارنة بالاستخدامات الاجتماعية على حسابات مواقع الإعلام الاجتماعي لطلاب التعليم الجامعي.
 ٢. إجراء دراسة لاستخدام أساتذة التعليم الجامعي لمواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية وللتواصل الأكاديمي مع الطلاب.
 ٣. إجراء دراسة لتطبيقات توظيف مواقع الإعلام الاجتماعي في توصيل التعليم الجامعي.
 ٤. إجراء دراسة لتحليل محتوى حسابات مواقع الإعلام الاجتماعي لأساتذة التعليم الجامعي وطلابه للوقوف على محتواها التعليمي.
 ٥. إجراء دراسة للتعرف على اتجاهات أساتذة التعليم الجامعي نحو توظيف مواقع الإعلام الاجتماعي للأغراض التعليمية.
 ٦. إجراء دراسات لمقارنة الإمكانيات التعليمية لمواقع الإعلام الاجتماعي المختلفة.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

أسماء الهادي إبراهيم عبدالحى (٢٠١٣). الأبعاد التربوية للتواصل الثقافي لدى أعضاء المجتمعات الافتراضية ودور المؤسسات التربوية في مواجهتها. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة المنصورة.

بريغز، آسا، بروك، بيتر (٢٠٠٥). التاريخ الاجتماعي للوسائط من غوتنبيرغ إلى الإنترنت. ترجمة مصطفى محمد قاسم. سلسلة عالم المعرفة، ٣١٥، الكويت.

حنان بنت شعشوع الشهري (٢٠١٣). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر نموذجاً: دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز بجدة. بحث مقدم استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جدة: جامعة الملك عبدالعزيز.

خديجة عبدالعزيز علي إبراهيم (٢٠١٤). واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعات صعيد مصر: دراسة ميدانية. مجلة العلوم التربوية، ٣(٢): ٤١٤-٤٧٦. رشا أديب محمد عوض (٢٠١٤). آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت. بحث مقدم استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في كلية التنمية الاجتماعية والأسرية، تخصص خدمة اجتماعية: طولكرم: جامعة القدس المفتوحة.

علاء أحمد الدحود (٢٠١٤). تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فيسبوك في الجامعات الفلسطينية. دراسة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، كلية التربية. غزة: الجامعة الإسلامية.

فؤاد أبو حطب، آمال صادق (١٩٩٩). مناهج البحث وطرق التحليل الإحصائي في العلوم والنفسية والتربوية والاجتماعية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

محسن بن جابر بن عواض الزهراني (٢٠١٣). دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية واتجاهاتهم نحوها. مطلب تكميلي للحصول على درجة الدكتوراه في المناهج وطرق التدريس، تخصص تقنيات التعليم، كلية التربية. مكة: جامعة أم القرى.

محمد بن علي بن محمد السويد (٢٠١٥). استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية. بحث مقدم في

مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعية: التطبيقات والإشكالات المهنية"، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٠-١١ مارس ٢٠١٥، الرياض.

مريم نريمان نومان (٢٠١٢). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر. دراسة ماجستير غير منشورة بشعبة علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: جامعة الحاج لخضر بباتنة. متاحة في صيغة ملف ضوئي على الموقع <https://manaraa.com/public/Researcher>.

موقع كلية التربية بجامعة الملك سعود على الإنترنت، نبذة عن الكلية: تنزيل ٢٠١٧ / ١٠ / ١٥ من الموقع

<http://education.ksu.edu.sa/ar/content/%D9%86%D8%A8%D8%B0%D8%A9-%D8%B9%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%84%D9%8A%D8%A9-0>

نايف سالم الطراونة، لمياء سليمان الفنيخ (٢٠١٢). استخدام الإنترنت وعلاقته بالتحصيل الأكاديمي والتكيف الاجتماعي ومهارات الاتصال لدى طلبة جامعة القصيم. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، ٢٠ (١): ٢٨٣-٣٣١.

نهال رجب عبدالرازق (٢٠١٣). دور شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية: دراسة حالة طلاب جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. دراسة ماجستير غير منشورة. الخرطوم: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

وليد بن محمد العوض (٢٠٠٤). دور استخدام شبكة الإنترنت في التحصيل الدراسي لدى طلاب جامعة نايف للعلوم للعلوم الأمنية. رسالة ماجستير غير منشورة في العلوم الاجتماعية. الرياض: جامعة نايف للعلوم الأمنية.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Abdelraheem, Ahmed (2013). **University Students' Use of Social Network Sites and their Relation with Some Variables**. WEI International Academic Conference Proceedings, Turkey, 31-39. Retrieved June 15, 2014 from <http://www.westeastinstitute.com/wp-content/uploads/2013/02/ANT13-240-Ahmed-Yousif-Abdelraheem-Full-Paper.pdf>
- Aghaee, M. (2010). **Social Media Use in Academia: Campus Students Perceptions of How Using Social Media supports Educational Learning**. Unpublished Magister Thesis in Computer and System Science (CSS), Uppsala Universitet, 2010. Retrieved 17/3/2017 from: <https://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:351931/FULLTEXT01.pdf>
- Ajjan, H. & Hartshorne, R. (2008). Investigating Faculty Decisions to Adopt Web 2.0 Technologies: Theory and Empirical Tests. **The Internet and Higher Education**, 11(2), 71-80.
- Al-Khaddam, Hamza Khalil (2013). Impact of Social Networks on the Interpersonal Communications of University College Irbid Girls: Facebook as a Model. **Cross-Cultural Communication**. 9(5): 17-22.

- Arab Social Media Influencers Summit (2015). **Arab Social Media Report: First Report.** Retrieved 25/11/2016 from <file:///C:/Users/M%20Kassem/Downloads/ArabSocialMediaReport-2015.pdf>
- Arab Social Media Report (2017). **Social Media and the Internet of Things Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World: Potential, Limits and Concerns.** United Arab Emirates: Mohammed Bin Rashid School of Government. Retrieved 25/11/2017 from <http://www.mbrsg.ae/getattachment/05534635-16f6-497a-b4a3-d06f061bda0b/Arab-Social-Media-Report-2017>
- Aren, Karbnsky (2010). **Facebook and the Technology Revolution.** NY: Spectrum Publication.
- Bartolome, A. (2008). Web 2.0 and New Learning Paradigms. **Elearning Papers.** www.elearningpapers.edu N. 8, April 2008, ISSN 1887-1542
- Coffin, T. & Fournier, J. (2015). **Social Media in Learning Setting: Opportunities and Challenges.** Washington: Information Technology of University of Washington UW-IT.
- Dabbagh, N., & Kitsantas, A. (2011). Personal Learning Environments, social media, and self-regulated learning: A natural formula for connecting formal and informal learning. **Internet and Higher Education.** doi:10.1016/j.iheduc.2011.06.002.
- Danah M. Boyd (2008). Social Network Sites: Definitions, History and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication.** 13: 210-230 © 2008 International Communication Association.
- Dewing, M. (2010). **Social Media: An Introduction,** Library of Parliament, Canada, Publication No. 2010-03-E, 3 February 2010, Revised 20 November 2012. Retrieved 5/6/2015 from <https://lop.parl.ca/Content/LOP/ResearchPublications/2010-03-e.pdf>
- Friesen, N., & Lowe, S. (2011). The Questionable Promise of Social Media for Education: Connective Learning and the Commercial Imperative. **Journal of Computer Assisted Learning,** 28: 183-194.
- Gomez M., Roses, S. & Farias, P. (2012). The Academic Use of Social Networks among University Students. **Journal of Media Education.** 38 (V. XIX): 131-138.
- Hung, H. T. & Yuen, S. C. Y. (2010). Educational Use of Social Networking Technology in Higher Education. **Teaching in Higher Education.** 15: 703-714. doi: 10.1080/13562517.2010.507307.
- Hussain, I., Gulrez, N., Tahirkheli, S. T. (2012). Academic Use of Social Media: Practices and Problems of University Students. **International Conference on Education and Management Innovation (IPEDR).** 30 (4).
- Hussein, Lawaeth M. T. (2016). The Effect of Social Media "Snapchat" on the Emergence of Some Negative Social Values (Social Hatred) Based on the Perspective of Qassim Female Students: A Survey Study. **Journal Of Education and Practice.** 7(24).
- Jenkins, H., Purushotma, R., Woigel, M., Clinton, K. & Robinson, A. (2009). **Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century.** London: Massachusetts London & MIT Press Cambridge. Retrieved from http://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262513623_Confronting_the_Challenges.pdf

- Joly, K. (2007). Facebook, MySpace, and Co.: IHEs Ponder Whether or Not to Embrace Social Networking Sites. **University Business**. Retrieved June 30, 2014, from <http://www.universitybusiness.com/article/facebook-myspace-and-co>.
- Junco, R. (2011). The Relationship Between Frequency of Facebook Use, Participation in Facebook Activities, and Student Engagement. **Computers & Education**, 58: 162-171.
- Kassem, Mostafa A. (2013). Facebook as a Nation-Wide Civic Education Classroom: Listening to the Voices of Egyptian Secondary Schools Students. **Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies**, 4(5): 771-785.
- Leeson, P., T. (2008). Media Freedom, Political Knowledge, and Participation. **Journal of Economic Perspectives**. 22 (2): 155–169.
- Lenhart, A., Madden, M, Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A., Beaton, M. (2013). **Teens, Social Media, and Privacy**. PEW Research Center & Berkman. retrieved from: http://www.pewinternet.org/files/2013/05/PIP_TeensSocialMediaandPrivacy_PDF.pdf
- Liu, Y., Ying, X. (2010). A Review of Social Network Sites: Definitions, Experiences and Applications. **Scientific Research**, 978-1-935068-18 © 2010.
- McLoughlin, C., & Lee, M. J. W. (2007). Social Software and Participatory Learning: Pedagogical Choices with Technology Affordances in the Web 2.0 Era. In **ICT: Providing choices for learners and learning**. Proceedings ASCILITE Singapore 2007. Retrieved June 15, 2014 from <http://www.ascilite.org.au/conferences/singapore07/procs/mcloughlin.pdf>
- National School Boards Association (2007). **Creating and Connecting: Research and Guidelines on Online Social—and Educational—Networking**. Retrieved July 15, 2014 from <http://www.nsba.org/sites/default/files/reports/CREATING-CONNECTING-Research-and-Guidelines-on-Online-Social-and-Educational-Networking.pdf>
- Nosko, A., & Wood, E. (2011). Learning in the Digital Age with SNSs: Creating a Profile. In B, White, King, I., & Tsang, P. (eds.), **Social media tools and platforms in learning environments** (pp. 399-418). Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College Students' Social Networking Experiences on Facebook. **Journal of Applied Developmental Psychology**, 30(3): 227–238.
- Petrović, N., Petrović, D., Jeremić, V., Milenković, N. & Cirović, M. (2012). **Possible Educational Use of Facebook in Higher Environmental Education**. ICICTE 2012 proceedings.
- Safranek, R. (2012). The Emerging Role of Social Media in Political and Regime Change. **Proquest Discovery Guides**, 1-14. Retrieved June 15, 2014 from http://www.csa.com/discoveryguides/social_media/review.pdf
- Salanova, R. (2012). **Social Media and Political Change: the Case of the 2011 Revolutions in Tunisia and Egypt**. Institut Català Internacional Per La Pau Barcelona, December 2012. Retrieved from http://www20.gencat.cat/docs/icip/Continguts/Publicacions/WorkingPapers/2012/Arxius/WP_2012_7_RSalanova.pdf
- Selwyn, N. (2009) Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook. **Learning, Media and Technology**, 34, 157–174.

- Siemens, G. (2004). **Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age**. Retrieved June 27, 2014 from <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm>
- Tapia, W. (2010). **An Exploratory Case Study on the Effectiveness of Social Network Sites: The Case of Facebook and Twitter in an Education Organization**. Unpublished Master Thesis. UK: Griffith College Dublin.
- Timeline: **Key Dates in Facebook's 10-Year History** (2014, February 4). Retrieved 15/3/2017 from <https://phys.org/news/2014-02-timeline-key-dates-facebook-year.html>
- Tiryakioglu, F., & Erzurum, F. (2011). Use of Social Networks as an Education Tool. **Contemporary Educational Technology**. 2 (2): 135-150. Retrieved June 15, 2014 from <http://www.cedtech.net/articles/22/223.pdf>
- Tufekci, Z., & Wilson, C. (2012). Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations from Tahrir Square. **Journal of Communication**. 62, 363–379.
- We Are Social & HootSuite (2007). **Digital in 2017 Global Overview: A Collection of Internet, Social Media, and Mobile Data from around the world**. Retrieved 19/8/2017 from <http://www.mikekujawski.ca/wp-content/uploads/2017/02/We-Are-Social-Digital-Yearbook-2017.pdf>
- Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M. & Puschmann, C. (2014). Twitter and Society. **Digital Formations Series**, Vol. 89. NY: Peter Lang Publishing.
- Wise, L., Skues, J., & Williams, B. (2011). Facebook in Higher Education Promotes Social but not Academic Engagement. *Proceedings ASCILITE Hobart 2011*, 1332-1342. Retrieved June 15, 2014 from <http://www.ascilite.org.au/conferences/hobart11/downloads/papers/Wise-full.pdf>

الملحق (١)

معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين بنود الاستبانة بالدرجة الكلية للاستبانة

معاملات ارتباط بنود الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور

(العينة الاستطلاعية: ن=٤٩)

معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م
**٠,٥٦٤٣	٢١	**٠,٣٧٣٧	١٦	**٠,٧٩٩٤	١	**٠,٥١٤٣	٦	**٠,٣٩٢٣	١
*٠,٣٤٧٥	٢٢	**٠,٦٤٥٦	١٧	**٠,٦٧٣٢	١	**٠,٦٤٣٥	٧	**٠,٦٤٨٢	٢
**٠,٦٨٣٤	٢٣	**٠,٦٠١٣	١٨	**٠,٧٠٤٥	١	**٠,٦٤٣٨	٨	**٠,٥٢٦١	٣
**٠,٥٤٤٥	٢٤	**٠,٧٠٣٩	١٩	**٠,٥٥٩٥	١	**٠,٥٥١٤	٩	**٠,٦١٩٧	٤
**٠,٦٨٦٠	٢٥	**٠,٥٣٦٦	٢٠	**٠,٥٧٦٩	١	**٠,٥٥٠٦	١	**٠,٦٥٤٥	٥

					٥		٠		
--	--	--	--	--	---	--	---	--	--

* دالة عند مستوى ٠,٠٥

** دالة عند مستوى ٠,٠١

معاملات ثبات ألفا كرونباخ للاستبانة

(العينة الاستطلاعية: ن=٤٩)

المتغير	عدد البنود	معامل ثبات ألفا كرونباخ
الثبات الكلي للاستبانة	٢٥	٠,٩٣