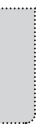


« فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بالجامعات السعودية »

دراسة ميدانية على طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ. دريبي بن عبد الله الدريبي
باحث دكتوراه بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة حلوان



مقدمة:

تشهد المملكة العربية السعودية تطورات تقنية هائلة، أنتجت بدورها تقنيات تفاعلية متطورة، برز في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها المختلفة مثل الفيس بوك، والتويتر، وغيرها، إذ اتسعت مجالات استخدامها لتشمل مختلف مناحي الحياة وبمرور الوقت استطاعت أن تستقطب مختلف فئات وقطاعات الشعب السعودي ومن أهم هذه القطاعات والفئات فئة أساتذة وطلاب الجامعات السعودية، إذ أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من أدواتهم الرئيسية التي يستخدمونها في مختلف المجالات، ومنها على وجه الخصوص مجال الدراسة والتواصل فيما بينهم وبين أساتذتهم.

وفي هذا الإطار أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي أشكالاً جديدة من العلاقات وسبل التواصل بين هؤلاء الأساتذة وبعضهم البعض من ناحية، وبينهم وبين طلابهم من ناحية أخرى، وبين هؤلاء الطلاب وبعضهم البعض، وهذه العلاقات قد تتخذ قوالب تفاعلية أخرى تختلف عن تلك التي تتخذها العلاقات بينهم في الواقع الاجتماعي.

وقد لفت الانتشار الواسع لهذه الشبكات مثل الفيسبوك «Facebook» وتويتر «Twitter» وغيرهما أنظار القائمين على المؤسسات التعليمية في دول العالم، فهي تمثل بيئة مناسبة لتعليم مختلف ومتقدم عن التعليم التقليدي، لتتطرق إلى تعليم منفتح يعتمد التواصل والمشاركة أساساً للعملية التعليمية كبديل عن التلقين، كما تعطي أفقاً واسعاً لتبادل الخبرات والاطلاع على تجارب أخرى يمكن الاستفادة منها في رفع الابتكار والإبداع لدى الطالب.

لذا أجمع عدد من المختصين بالتعليم الإلكتروني على أن شبكات التواصل الاجتماعية تمثل بيئة مناسبة لتعليم حديث ومتطور ويلبي حاجات الفرد، ويتماشى مع الثورة التكنولوجية العالمية.

وهنا تبرز أهمية تلك المواقع إذ تمثل قنوات اتصالية تفاعلية جديدة للتواصل بين الأساتذة وبعضهم وبين طلابهم في إطار يتسم بدرجة كبيرة من الحرية والحوار التي قد لا تتاح في الواقع الحقيقي القائم داخل الجامعة وبذلك قد تكون تلك المواقع أدوات بناء ينقل خلالها الأساتذة الكثير من القيم والمفاهيم إلى طلابهم أو قد تكون أدوات هدامة تساهم في إزالة الحاجز بين الأساتذة والطلاب.

ونظرًا لاستخدام الطلبة في الكليات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي، فإن هذه الدراسة تركز الضوء على مدى استفادة الطلبة من هذه المواقع في تحقيق جودة العملية التعليمية،

ومدى المساهمة في تحقيق أهداف تلك العملية.

وذلك نظراً لقيام العلاقات العامة في الجامعات بالعديد من الأدوار ومحاولة التعرف على الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلاب، ليس فقط على مستوى الدراسة الأكاديمية، وإنما على مستوى التواصل واسع النطاق بين الطلاب لنقل مهارات الممارسة المهنية للمجال ذاته، وكذلك لنقل الخبرات المهنية والحياتية المختلفة وهو ما قد يؤثر على جودة العملية التعليمية ويساهم في تطوير هذه العملية نفسها من خلال إتاحة الفرصة لمزيد من التواصل مع الطلاب وإتاحة الفرصة لطلاب التعليم التفاعلي.

وفي إطار كل ما سبق تسعى هذه الدراسة إلى بحث طبيعة العلاقات القائمة بين الطلاب وبعضهم من ناحية أخرى والتي تتشكل من خلال تفاعلهم عبر ذلك الفضاء الاتصالي الذي تخلقه مواقع التواصل الاجتماعي وتأثير تلك العلاقات على جودة العملية التعليمية من حيث اتساع مجال الحوار من خلالها.

شبكات التواصل الاجتماعي التعليمية

إن تطور شبكة الإنترنت والتطور السريع في استخدام التكنولوجيا، أدى إلى تطور استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة في العملية التعليمية، حيث تمكن المتعلمين من الوصول إلى معلومات وخبرات وتجارب تعليمية يصعب الوصول إليها بطرق أخرى، وباستخدام هذه التكنولوجيا تزداد فرص التعليم والتعلم، وتمتد إلى أبعد من نطاق الجامعات؛ وبالتالي فإن توظيف هذه التكنولوجيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في زيادة التواصل بين الأفراد، وتبادل المعلومات فيما بينهم وأداة تعليمية فعالة إذا ما تم استخدام الأصدقاء، بل هي أيضاً بكفاءة، ويمكن لأعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات استخدامها في قاعات التدريس من أجل تحسين التواصل، ودمج الطلبة في أنشطة حوارية فعالة تختلف عن الأساليب التقليدية في التدريس. وإن عملية نقل العلوم والتكنولوجيا من خلال تنظيمها وتحليلها وعرضها بطريقة منهجية، تهدف إلى خدمة الطلبة والباحثين على حد سواء، وتوفر عليهم الجهد والوقت أثناء بحثهم عن احتياجاتهم التعليمية ومن هنا يتضح أن استخدام شبكة الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعية في التعليم، ينقلنا من التدريس بالطرق الاعتيادية التقليدية إلى طريقة التدريس بالتعليم المتمازج، حيث أشارت الكثير من الدراسات إلى وجود فروق ذات دلالة معنوية في تحصيل الطلبة يعزى لمتغير طريقة التدريس بالتعليم المتمازج، وطريقة التدريس الاعتيادية، ولصالح طريقة التدريس المعتمدة على التعليم المتمازج^(١)

إن لمواقع التواصل الاجتماعي أثرا بالغا في التحصيل الأكاديمي للأبناء، ودوره في التنظيم الذاتي والثقة الصفية لدى الأبناء^(٢). ولقد مكنت شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية عملية العولمة من نشر المعلومات أسرع من أي وقت مضى، مما يؤدي إلى انتشار الثقافة ومجال التعليم ليست استثناء حيث تؤدي وسائل الإعلام الاجتماعية دوراً كبيراً في تعزيز

التعليم من خلال عملية العولمة تنتشر بسرعة في معظم دول العالم واستكشفت الجهات المعنية دور شبكة الإنترنت في المؤسسات التعليمية مع ظهور منصات التعلم الجديدة مثل التعلم الإلكتروني ومكنت عملية التعلم الإلكتروني الطلاب في كل مكان في العالم للتفاعل من خلال الإنترنت مع المحاضرين بغض النظر عن الموقع الفعلي ويمكن للطلاب التسجيل في برامج الشهادات عبر الإنترنت ظهور منصات وسائل الإعلام الاجتماعية باعتبارها وسيلة قوية للاتصال وقد اشتدت النقاش عالميا فقط عن طريق النقر على هاشتاج على تويتر^(٣).

وعلى الرغم من أن طلاب الجامعات يستخدمون العديد من منصات وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنه لا يزال هناك القليل المعروف عن فوائد استخدامه داخل الكلية وللاغراض الأكاديمية والاجتماعية والتوظيف ومشاركة الطلاب واكتشفت مستويات أعلى من التفاعل عند استخدام الطلاب أدوات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المدربين وموظفي الكلية وغيرهم من الطلاب حيث يجب على الأساتذة المراجعة والتغلب على التحدي للتجارب بأدوات التواصل الاجتماعي من أجل الحوار مع الطلاب والمجتمعات المحيطة بهم وتشتمل الوسائط الاتصالية على العديد من التقنيات والمنصات مع استخدامات مختلفة تتضمن مختلف الشبكات ومشاركة الفيديو والمدونات التي تمكن من السلوكيات الاجتماعية وتوفر وسائل التواصل الاجتماعي أيضًا طريقة لاختبار أفكار جديدة والتماس الآراء، وجمع المعلومات حول احتياجات ورغبات الجماهير المستهدفة اليوم ويستخدم طلاب الجامعات أيضًا الشبكات الاجتماعية للاتصال وإنشاء المحتوى واستهلاكه^(٤).

وقد اتجه عدد من دول العالم لتعتمد شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة من أهم وسائل التعليم، فلو نظرنا إلى التجربة الصينية نجدها قد أدخلت كثير من المدارس، في حواضر الأقاليم الصينية، شبكات التواصل الاجتماعي لتوطيد العلاقة بين المُعلِّم والمُتعلِّم، ويُشير «رونغواي هوانغ» إلى أن التجربة كسرت روتين التدريس، وصار الطالب أكثر قدرة على الإبداع، والمُخطط التعليمي الصيني يُمكن أن يُحقق المزيد من المنفعة للطلّاب، حيث يوقّر مبدأ التحفيز والترغيب، ويضمن الوصول بهم إلى أكبر قدر من الحماسة، خاصة عندما يتعلّق الأمر بدروس قد يراها البعض مُعقّدة، منها على سبيل المثال دروس تعلّم اللغات الأجنبية، التي تعتمد بشكل أساسي على الانفتاح والحوار، والانسجام داخل المحيط الدراسي.

أما لو نظرنا إلى التجربة الأمريكية: وهي مُطبّقة حديثًا في كثير من المدارس والمعاهد الرسمية والخاصة، وثمار على نطاق واسع من قِبل المُعلِّمين والطلّاب، فتشير «كرستين جرينهو» إلى أن إدراج المناهج التعليمية في الشبكات الاجتماعية تساعد على جعل المدارس أكثر أهمية وذات مغزى للطلّاب، وصار المُعلِّمون قادرين على زيادة انخراط الطّلاب في التعليم، ورفع الكفاءة التكنولوجية، وتعزيز روح التعاون في الفصول الدراسية، وبناء مهارات حوار واتصال أفضل»، وتضيف: «إن التفكير ليس فقط في دمج التكنولوجيا الخاصة بك، ولكن في خلق مهام أكثر إلحاحًا، وسوف يتطوّر التفكير الناقد وحل المُشكلات، والقدرة على

المشاركة العالمية لدى الطلاب^(٥).

أهمية الدراسة:

تنبثق أهمية الدراسة من النقاط الآتية:

١ . أهمية الدور الذي يمكن أن تقوم به مواقع التواصل في العملية التعليمية باعتبارها واحدة من استراتيجيات التعليم والتعلم وكأداة للتواصل الأكاديمي بين الأساتذة والطلاب بالجامعات.

٢ - التعلم عن بعد والتعليم التفاعلي أصبحا يشكلان أهمية قصوى، فالعملية التعليمية لم تعد قاصرة على مفهومها التقليدي بأبعاده المتعارف عليها، وإنما أصبحت أكثر اتساعاً وأكثر تفاعلية وهذا الشكل من أشكال التواصل يقدم النموذج الأكثر تفاعلية وتطوراً للعملية التعليمية، والذي يحتاج إلى مزيد الحوار ومن البحث والدراسة

٣ - حاجة مؤسسات التعليم العالي إلى توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لتكون أداة فعالة يمكن من خلالها تحقيق في العملية التعليمية من خلال التفاعل المستمر بين الطالب والأساتذة.

٤ - أهمية التعرف علي كيفية استخدام كل من أساتذة وطلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام لمواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها لتحقيق الجودة في العملية التعليمية.

الدراسات السابقة:

١- دراسة آية أحمد محمد عبد الجواد عياد (٢٠١٧)، وموضوعها: «الاتصال التفاعلي في المؤسسات الحكومية في مصر من خلال شبكة الانترنت: (دراسة حالة على «الحكومة الإلكترونية المصرية»)^(٦) وتناولت وصف وتحليل وتفسير الاتصال التفاعلي في المؤسسات الحكومية في مصر من خلال «الانترنت» لبناء علاقة إيجابية ثنائية الاتجاه مع الجمهور، والتفاعل معه، وتقديم المعلومات والخدمات له في ضوء تطبيق نظام «الحكومة الإلكترونية» من حيث الشكل والمضمون، وأثبتت الدراسة الميدانية أن استخدام الجمهور للمواقع الحكومية على الانترنت والتفاعل من خلالها يساعد في بناء علاقة إيجابية بين الحكومة والجمهور، وأكد أغلب أفراد العينة أن استخدامهم لموقع حكومي محدد أثر إيجابياً على اتجاههم نحو المنظمة التابع لها الموقع.

٢- دراسة Sebastian Martin (٢٠١٧)، وموضوعها: دور الفيسبوك كأداة للاتصال الحواري في قطاع الطاقة في كل من ألمانيا وسويسرا والنمسا،^(٧) وطبقت الدراسة استبياناً على ١٣٠ شركة ألمانية، ١٩ شركة نمساوية، و ٢٥ شركة سويسرية، وتوصلت الدراسة إلى الشركات التي تدرك القيمة الحوارية للفيس بوك وتطبقها مع عملائها كانت أقل من نصف العينة المدروسة، وهو ما يشير إلى الحاجة إلى تدريب مسئول العلاقات العامة على

أساليب الاتصال الحوارى عبر الفيس لزيادة الكفاءة الاتصالية لتلك الشركات مع عملائها عبر الفيس بوك.

٣- دراسة معصم بلال (٢٠١٦)، وموضوعها: دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقة مع الجمهور الخارجى،^(٨) وذلك بالتطبيق على المؤسسات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة. وتعتبر هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية والتفسيرية، وقد استخدمت منهجى المسح ودراسة الحالة، كما استخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات. وقد تم إجراء الدراسة على عينة من الجماهير المتعاملة مع مؤسسة شرطة دبي (٤٠٠) مفردة، وعينة من مسئولى الاتصال في مؤسسة شرطة دبي (٢٠٠) مفردة. وقد خلصت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام المؤسسات الحكومية لوسائل الاتصال الحديثة وبين تحقيق اتصال حوارى مع جمهورها الخارجى، أى كلما استخدمت المؤسسات الحكومية وسائل الاتصال الحديثة كلما استطاعت تحقيق اتصال حوارى مع جمهورها الخارجى. وكذلك خلصت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام المؤسسات الحكومية لوسائل الاتصال الحديثة لتحقيق اتصال حوارى مع جمهورها الخارجى واتجاهات هذا الجمهور نحو هذه المؤسسات.

٤- دراسة حاتم على حيدر (٢٠١٥)، وموضوعها: استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلى في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن،^(٩) حيث سعى الباحث إلى تقييم ورصد استخدام المنظمات العاملة في اليمن لتكنولوجيا الاتصال التفاعلى وتحديدًا المواقع الإلكترونية والفيس بوك في ممارسة أنشطة العلاقات العامة وبخاصة الأنشطة الاتصالية التي تستهدف بناء علاقات المنظمات بالجمهور، في محاولة للكشف عن مدى استفادة هذه المنظمات من القدرات والإمكانات التفاعلية والحوارية لهذه الوسائل في بناء العلاقة مع الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بإدراكهم لمبادئ الحوار مع الجمهور عبر الفيس بوك تعود لاختلاف (المستوى التعليمى - وسنوات الخبرة)، حيث جاءت قيمة ف غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥. وفي المقابل كشف اختبار (T-test) عن فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بإدراكهم لمبادئ الحوار عبر الفيس بوك، وجاءت الفروق لصالح الذكور.

٥- دراسة Hether (٢٠١٤)، وموضوعها: الاتصال الحوارى في منظمات الرعاية الصحية^(١٠) وقامت الدراسة بتحليل مضمون مواقع الشبكات الاجتماعية لإحدى أكبر منظمات الرعاية الصحية في الولايات المتحدة الأمريكية (Kaiser Permanen-te) إلى جانب إجراء مقابلات متعمقة مع القائمين بالاتصال الإلكتروني في المنظمة، وتم تحليل محتوى صفحات الفيس بوك وتويتر بالاعتماد على نماذج العلاقات العامة لـ (Grunig&Hunt، ١٩٨٤)، وجاء مؤشر معاودة الزيارة في المرتبة الأولى، وظهر مؤشر الحفاظ على الزوار بنسبة ضعيفة ١٣٪، ويرى القائمون بالاتصال بأن استخدامهم لهذه

المواقع جاء من أجل نشر المعلومات للجماهير الأساسية والدخول في حوار معهم، وأوصى الباحث بالاستمرار بإجراء مثل هذه الدراسات على عينات متعددة من المنظمات ومن سياقات تنظيمية مختلفة.

٦- دراسة سماح غلاب (٢٠١٤)، وموضوعها: استخدام الإنترنت في ممارسة أنشطة العلاقات العامة^(١١) حيث هدفت الدراسة إلى وصف وتحليل استخدام ممارسي العلاقات العامة للإنترنت في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الإنتاجية والخدمية العاملة في مصر، وتوصلت الدراسة إلى أن ممارسي العلاقات العامة يستخدمون الإنترنت بالدرجة الأولى للاتصال بفئة العملاء الحاليين والمحتملين ضمن الجماهير المتنوعة للمؤسسات، كما يستخدم الممارسون مواقع الشبكات الاجتماعية في التواصل مع جماهير المؤسسات، ويأتي الفيس بوك في مقدمة مواقع الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً، يليها موقع يوتيوب، ثم موقع تويتر، وظهر مؤشر سهولة استخدام المواقع بشكل يفوق مؤشر الحوار التفاعلي داخل المواقع المدروسة.

٧- دراسة Wirtz&Ngondo (٢٠١٣)، وموضوعها: الاتصال الحواري في مواقع وكالات العلاقات العامة^(١٢) وأجريت الدراسة على ١٠٢ موقعا إلكترونياً، وتوصلت إلى أن غالبية وكالات العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية تطبق بدرجة عالية مبدأ: توفير معلومات مفيدة للجمهور وسهولة استخدام واجهة الموقع، كما كشفت الدراسة عن تباينات بين الوكالات فيما يخص الحفاظ على الزوار وتكرار الزيارة، وتتيح العديد من الوكالات للجمهور ترك تعليقات على مواقعها لكن الاستجابة لتلك التعليقات كانت ضعيفة.

٨- دراسة مروة اللاوندي (٢٠١٣)، وموضوعها: دور الاتصالات التفاعلية عبر المواقع الإلكترونية في تدعيم الحوار بين المؤسسة والجمهور^(١٣) وهدفت الدراسة إلى معرفة مدى استقادة البنوك العاملة في مصر من الخصائص التفاعلية للاتصال عبر مواقعها الإلكترونية في فتح قنوات للحوار مع العملاء، وطُبقت الدراسة على عينة عمديه قوامها ٢٠ موقعا إلكترونياً للبنوك العاملة في مصر، وأشارت نتائج الدراسة إلى اهتمام البنوك المصرية بتوفير كافة الأدوات التي تُسهل فتح حوار بينها وبين عملائها من خلال مواقعها الإلكترونية، حيث صممت مواقعها بشكل يجعلها سهلة الاستخدام من قبل العملاء، كما اهتمت بالحفاظ على بقاء العملاء أطول فترة ممكنة في تصفح الموقع، وحرصت على توفير كافة الأدوات اللازمة لتفاعل العميل مع الخدمة المقدمة من خلال الموقع.

٩- دراسة Kemna (٢٠١٣)، وموضوعها: تويتر والاتصال الحواري عبر التكنولوجيا الجديدة^(١٤) وقد سلطت الضوء على استخدام الشركات المعتمدة على التكنولوجيا الجديدة «New Technology-based Firms» للاتصالات الحوارية عبر تويتر، وفي الدراسة تم اختيار ٨٩ شركة تعتمد على التكنولوجيا كعينة للدراسة، وتم استخدام أسلوب «تحليل

المحتوى» في دراسة واجهات وتغريدات تويتر للشركات المدروسة، وأشارت النتائج إلى أن الشركات الكبيرة أفضل استخداماً للاتصال الحواري من الشركات صغيرة الحجم، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود تأثير لحجم الشركة على تحقق فاعلية الاتصال الحواري، كما أوضحت أن الاتصال الحواري يتحقق بشكل أفضل من خلال الحلقات الحوارية وليس فقط من خلال توفير معلومات مفيدة للجمهور.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، يمكننا أن نستخلص منها ما يلي: -

- ✓ كشفت الدراسات الحاجة إلى تدريب متخصصي وطلاب الإعلام على الاتصال الحواري عبر الفيس بوك وتويتر لزيادة جودة الكفاءة الاتصالية.
- ✓ يؤدي تطبيق مبادئ الاتصال الحواري عبر الإنترنت واختبار المبادئ الخاصة بالاتصال الحواري في محاولة لتقييم القدرات الحوارية لكل نوع من مستخدمي هذه المواقع.
- ✓ أشارت أيضاً نتائج إحدى الدراسات إلى أن استخدام المؤسسات لوسائل الاتصال الحديثة وتحقيق اتصال حواري مع جمهورها الداخلي والخارجي.
- ✓ أثبتت نتائج إحدى الدراسات أن اهتمام المنظمات غير الحكومية الأكثر اعتماداً على الموارد من الجماهير بالحوار مع الجماهير ومشاركته الرأي
- ✓ اختبار مبادئ الاتصال الحواري في المواقع الإلكترونية لمنظمات الأعمال العالمية وفهم الكيفية التي تستخدم بها المنظمات مواقعها كأداة اتصالية

مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في « التعرف علي كيفية فاعلية استخدام طلاب وطالبات كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بجودة العملية التعليمية، ويتم ذلك من خلال رصد فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالكلية كأداة لتحقيق الجودة في العملية التعليمية، وسبل التواصل فيما بين الأساتذة والطلاب من خلال تلك المواقع وتأثير ذلك الاستخدام علي مستوى جودة العملية التعليمية، إضافة إلي محاولة تقديم سبل أكثر فاعلية لتدعيم ذلك الحوار وتوسيع نطاق الإفادة من هذه الشبكات لتكون أداة فعالة للتواصل الأكاديمي الحواري للأساتذة والطلاب سعياً لتحقيق الجودة الآملة في العملية التعليمية».

أهداف الدراسة:

- ١- رصد مجالات استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل الأكاديمي

- فيما بينهم.
- ٢- التعرف على أهم دوافع استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣- التعرف على المعايير الأكاديمية المستخدمة لتحقيق جودة العملية التعليمية داخل مؤسسات التعليم العالي في المملكة العربية السعودية.
- ٤- تحديد كيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق جودة العملية التعليمية.
- ٥- التعرف على مدى سهولة استخدام المواقع والحوار من خلالها بين الطلاب والأساتذة.
- ٦- الكشف عن مدى تقديم هذه المواقع لمعلومات مفيدة للطلاب تساعد في جودة العملية التعليمية وزيادة مستوى الحوار بينهم وبين الأساتذة.

تساؤلات الدراسة:

- ما فاعلية مواقع الشبكات الاجتماعية في العملية التعليمية؟
- ما نمط تعرض عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية لمتابعة العملية التعليمية الخاصة بهم؟
- ما حجم استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية لمتابعة العملية التعليمية الخاصة بهم؟
- ما نوعية مواقع الشبكات الاجتماعية التي تستخدمها عينة الدراسة؟
- ما دوافع تعرض عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت؟
- ما الأساليب التي تستخدمها عينة الدراسة في التواصل من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية؟
- ما مدى سرعة الحوار من خلال ردود عينة الدراسة في مواقع الشبكات الاجتماعية في العملية التعليمية؟
- ما المقترحات لزيادة مستوى الاستفادة وتحسين جودة العملية التعليمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية مواقع الشبكات الاجتماعية التي تستخدمها عينة الدراسة وبين حجم الاستخدام لها.
- الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فاعلية مواقع الشبكات الاجتماعية في العملية التعليمية وبين حجم تعرض عينة الدراسة
- الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأساليب التي تستخدمها عينة الدراسة في التواصل من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وبين سرعة التفاعلية

منهج الدراسة ونوعها: في هذا الإطار اعتمدت الدراسة على **منهج المسح** «Survey-Method» باعتبارها جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث^(١٥). وهو من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، حيث لا يقتصر فيه استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات؛ بل يلجأ إلي استخدام مختلف الأساليب كالاستقصاءات والمقابلة المتعمقة والملاحظة المقننة وغيرها من طرق جمع البيانات والمعلومات^(١٦). ويعد منهج المسح «Survey Method» نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية بالتحديد دون سواها لأغراض ترتبط بمجموع هذه المفردات أو بعض هذا المجموع من خلال التعامل مع المجتمع الكلي أو عينات مختارة منه^(١٧). لذلك تستخدم الدراسة منهج المسح من خلال مسح طلاب كلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب كليات وأقسام الإعلام والاتصال بالمملكة العربية السعودية

المجال الزمني: تم تحديد الفترة الزمنية التي تم إجراء البحث خلالها في الفصل الدراسي ١٤٣٨ هجرية

عينة الدراسة: تتكون « من (٢٠٠) مفردة من طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية مقسمة بالتساوي بين الذكور والإناث: (١٠٠) من ذكور و(١٠٠) من الإناث، أي بنسبة ٥٠٪ لكل منهما، منها مرحلة البكالوريوس (٨٠) طالباً ومرحلة الدراسات العليا (٦٠) طالباً ومرحلة الماجستير والدكتوراه (٦٠) طالباً بالتنوع بين الإناث والذكور وذلك بالنسبة لمتغير النوع فقط ممن يستخدمون ويتابعون مواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، وتم اختيارهم من طلاب الكلية.

مبررات اختيار طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كعينة للدراسة الميدانية الحالية:

١. تعد كلية الإعلام والاتصال من أكبر الكليات التي تحتوي على عدد كبير من الأقسام العلمية الإعلامية حتى تحتوي على ستة أقسام بل وعلى مستوى العالم العربي
٢. تحتوي على عدد كبير من الطلاب بما يزيد عن ستة آلاف طالب وطالبة وهو ما يعتبر مبرر قوي لنتاج عدد كبير من طلاب الإعلام بالمملكة العربية السعودية.
٣. أن الشباب الجامعي هو قائد مسيرة التنمية مستقبلاً فهو أمل الأمة ومصدر قوتها.
٤. اعتماد الشباب الجامعي على الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية في التواصل التعليمي.

حدود الدراسة: تمثلت حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

. **الحدود الموضوعية:** حيث تقتصر الحدود الموضوعية للدراسة على الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراسة، وهي الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على العملية التعليمية.

أدوات جمع البيانات: تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال أداة الاستبيان.

- والاستبيان - بوصفه أداة- يستخدم في جمع البيانات عن طريق استنارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية للحصول منهم على أفكار وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحثين في التقرير الذاتي للمبحوثين عن هذه البيانات.

إجراءات تطبيق الاستبيان:

- اختار الباحث الطريقة العشوائية غير المنتظمة من بين الشباب الجامعي في المجتمع الأصلي للعينة المطلوبة.
- وضع الباحث في الاعتبار أن يكون تطبيق الاستبيان على عدد يزيد عن الأعداد المطلوبة بنسبة (١٠٪) احتياطياً؛ لاحتمال وجود استمارات غير صحيحة فيمكن استبعادها.
- وزع الباحث الاستبيانات، وأوضح لهم تعليمات الإجابة على كل جزء من أجزائه.

اختبار الصدق والثبات:

اختبار الصدق:

تم إجراء اختبارات الصدق والثبات على الاستمارة من خلال تحكيم الاستمارة من الأساتذة المتخصصين في الإعلام، وتمت مراجعة التعديلات طبقاً لرأي المحكمين^(١٨).

اختبار الثبات: قام الباحث بإجراء اختبار الثبات للاستمارة، باستخدام Test Re Test فتم تطبيق الاختبار القبلي على عينة بلغت نسبتها (٢٠) مفردة من إجمالي العينة من الطلاب ثم أعيد تطبيق الاختبار على نفس العينة بعد أسبوعين من تطبيق الاختبار القبلي وتم حساب معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني وبلغ معامل الثبات ٠,٨٧ مما يدل على ثبات الاستمارة.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاتصال الحوارية: Dialogic Communication Theory

فروض نظرية الاتصال الحوارية:

حدد كل من كنت وتايلور خمسة مبادئ لإقامة علاقة حوارية مع الجمهور عبر موقع المنظمة على الويب لتكون مرشداً للمنظمات عند الاتصال بجمهورها الأساسية، وتتمثل تلك

المبادئ فيم يلي: (١٩)

• تشتمل المبادئ الخمسة لإقامة العلاقة الحوارية بين المنظمة وجمهورها على الوب على:

- ١- سهولة استخدام الموقع والتفاعل من خلاله Ease of use/Interface
- ٢- تقديم معلومات مفيدة لجمهور الموقع Usefulness of Information
- ٣- الاحتفاظ بزوار الموقع (أو المحافظة عليهم) Conservation of Visitors
- ٤- تشجيع الزوار على العودة للموقع Generation of Return Visits
- ٥- بناء العلاقة الحوارية Creation of a dialogic Loop

وفيما يلي شرح لتلك المبادئ بالتفصيل:

(١) **سهولة استخدام الموقع والتفاعل من خلاله: Ease of Interface**

أي أن يكون الموقع الإلكتروني منظماً بطريقة منطقية بحيث تساعد زائري الموقع أو الصفحة على الوصول بسهولة إلى المعلومات التي يريدونها، ويتحقق ذلك من خلال إتاحة روابط للأقسام الداخلية للموقع الإلكتروني على صفحته الرئيسية Homepage، إضافة إلى وضع خريطة للموقع وتوفير محرك بحث في الصفحة الرئيسية للموقع، فسهولة استخدام الموقع (Ease of Interface) شرط للحوار مع المنظمة عبر الوب Webbed Dialogue. فإذا لم يجد الزائر أن الموقع سهل في استخدامه User Friendly قد يُكوّن خبرة سلبية عنه وربما لا يعود لزيارته مرة أخرى. ويقرر الخبراء أن المنظمة تتفوق على منافسيها إذا جعلت موقعها سهلاً في استخدامه، أيًا كان نوع الصناعة أو مجال النشاط الذي تعمل فيه هذه المنظمة. (٢٠)

(٢) **تقديم معلومات ذات فائدة لجمهور الموقع: Usefulness of Information**

يرى تايلور وزملاؤه أن الشرط الثاني الذي يتعيّن توفره في الموقع لإقامة علاقة حوارية مع الجمهور هو أن تكون المعلومات التي يقدمها الموقع ذات فائدة لجمهور الموقع، وذات قدرة على جذب واستمالة جميع قطاعات الجمهور، وأن تقدم معلومات ذات قيمة عامة لكل مجموعات المصالح دون إعطاء أولوية لأحد على حساب الآخر، كما يجب أن توفر وسائل الاتصال الإلكتروني المعلومات الأساسية التي يحتاجها مجموعات المصالح عن المنظمة مثل الهوية المرئية للمنظمة Visual Identity (الشعار واللوجو واسم المنظمة)، إضافة إلى معلومات الاتصال بالمنظمة من العناوين وأرقام الهواتف ولسفة ورؤية ومهمة وأهداف المنظمة Mission Statement وتقارير النشرات الإخبارية. (٢١)

وتشتمل المعلومات التي يخاطب بها موقع المنظمة على الوب جماهيره على: البيانات

الصحفية، والأحاديث، والصور، والرسوم التي يمكن لزائر الموقع تحميلها، والتصريحات المتعلقة بموقف المنظمة من القضايا السياسية التي تهتم المجتمع المحلي الذي تعمل فيه.^(٢٢) وينصح بعض خبراء التسويق بتزويد الموقع بفوائد إضافية للزائر وهو ما يُطلق عليه قيمة مضافة لمضمون الموقع **Added Content – Value**، وتشمل الألعاب **Games** والمسابقات، وتساعد هذه الوسائل على تشجيع زوار الموقع لتكرار زيارته حتى يمكن توجيههم بعد ذلك للمعلومات عن المنتجات^(٢٣).

(٣) الاحتفاظ بزوار الموقع: **Conservation of Visitors**

يقترح تايلور وزملاؤه أنه يتعين على المنظمات الهادفة للربح الاحتفاظ بجمهورها في مواقعهم بدلاً من تشجيعهم على زيارة مواقع أخرى وهو ما أطلق عليه الباحثون **“Stickiness”**. وعامل الاحتفاظ بزوار الموقع هو عامل تصميم رئيسي بالنسبة لمواقع المنظمات الهادفة للربح وخصوصاً إذا كانت هذه المواقع تهدف إلى تحقيق مبيعات عبر الوب. كما أن هذا العامل يشكل فرقاً بين مواقع المنظمات الهادفة للربح ومواقع المنظمات الاجتماعية التي تدعم موقعها مواقع منظمات أخرى تدعيها لمصداقيتها^(٢٤).

لكن تجدر الإشارة إلى عدم الاعتماد كلية على المعلومات المتوفرة على مواقع المنظمات الأخرى بل من الأفضل أن تتوافر المعلومات بشكل تفصيلي على موقع المنظمة وحدها، وأن يتم تدعيم تلك المعلومات بروابط لمواقع منظمات أخرى من أجل الاحتفاظ بزوار الموقع الإلكتروني للمنظمة، كذلك يمكن الاحتفاظ بزوار الموقع الإلكتروني عبر الاستعانة بالمواد المرئية والمسموعة القابلة للتحميل بدلاً من توفير وصلات لمواقع أخرى تحتوى على تلك المواد.

ويقترح تايلور وزملاؤه خصائص المواقع التجارية التي تتبع قاعدة الاحتفاظ بالزوار منها تقليل حجم الإعلان في الموقع لأقل درجة ممكنة، وإخفاء الروابط (الخارجية) خلف أزرار **“Link Buttons”** مع الحذر في اختيار نوعية المنظمات التي يربطون مواقعهم بمواقعها.

ومن الملاحظ أن مواقع المنظمات الهادفة للربح تعمل على الاحتفاظ بزوارها أطول مدة ممكنة بهدف تحقيق مبيعات زيارة الجمهور للموقع، وذلك عكس المنظمات ذات الأهداف الاجتماعية عادةً ما تشتمل مواقعها على روابط لمواقع أخرى ذات أهداف مرتبطة بنشاطها كوسيلة لإضفاء المصداقية على الموقع وتدعيمه^(٢٥).

(٤) تشجيع زوار الموقع على العودة للموقع: **Generation of Return Visits**

ويتم تشجيع زوار الموقع على العودة للموقع من خلال عدة وسائل وذلك لإقامة علاقة طويلة الأمد مع الجمهور، ويتم تشجيع الجمهور على إعادة زيارة الموقع الإلكتروني أو صفحة المنظمة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال نشر معلومات ذات قيمة **Valuable**

وكذلك الاهتمام بتحديثات الموقع أو الصفحة Updates والاستعانة بتطبيقات تساعد الجمهور على التعرف تلقائياً على آخر التحديثات مثل تطبيق RSS أو حثه على الاشتراك لإرسال آخر التحديثات إليه عبر البريد الإلكتروني، ويمكن تطبيق ذلك المبدأ عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال (دعوة الزوار للانضمام والعودة للموقع مرة أخرى من خلال عبارات صريحة وواضحة مثل عبارة (انضم وادع مزيد من الأصدقاء للانضمام معنا) - إعلام الزوار بمواعيد الأحداث الخاصة وأنشطة المنظمة - تزويد الزوار بمعلومات حديثة يمكن تحميلها - العمل بنتائج استطلاعات الرأي وأخذها في الاعتبار (٢٦)

ويرى Waters وآخرون (٢٠١١) أن ذلك المبدأ من أكثر المبادئ الحوارية صعوبة في تطبيقه عبر الموقع الإلكتروني، كما أظهرت الدراسات أنه لا يتم تطبيقه بشكل كبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعبر مدونات المنظمات. (٢٧)

(٥) إقامة علاقة حوارية مع زوار الموقع: Dialogic loop

إن أهم خصائص الموقع الحواري Dialogic Web هو تفاعلية الموقع Interactivity حيث يرى تايلور وزملاؤه أن الموقع لا يكون حوارياً بدرجة كاملة ما لم يعتمد على مبدأ الاتصال ذي الاتجاهين في تعامله مع زواره Two-Way Communication. (٢٨)

وتسمح العلاقة الحوارية للجمهور بفهم المنظمة، وإعطاء الفرصة للمنظمة للاستجابة لاقتراحات وشكاوى الجمهور والرد على تساؤلاته، وأن يكون للمنظمة رد فعل لما يريده الجمهور، فالجمهور يطلب والمنظمة تستجيب، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال التواصل مع مجموعات المصالح المختلفة عبر البريد الإلكتروني ومنتديات النقاش المختلفة وكذلك المدونات، والرد على تعليقات الجمهور والاستجابة لمقترحاتهم. (٢٩)

نتائج الدراسة:

جدول رقم (١) مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بالنسبة لطلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام

محمد بن سعود الإسلامية (عينه الدراسة)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن = ٢٠٠		مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً
			ك	%	
١	٠,٤٧٠	٠,٦٨	١٣٥	٦٧,٥	سناپ شات
٢	٠,٥٠٠	٠,٥٤	١٠٧	٥٣,٥	تويتر
٣	٠,٤٩٠	٠,٤٠	٧٩	٣٩,٥	انستجرام
٤	٠,٤٧١	٠,٣٣	٦٦	٣٣	يوتيوب
٥	٠,٢٣٨	٠,٠٦	١٢	٦	أخرى تذكر
٦	٠,١٧١	٠,٠٣	٦	٣	فيس بوك

يتضح من الجدول السابق:-

أن سناب شات جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بالنسبة لطلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بنسبة (٦٧,٥٪)، يليه في الترتيب الثاني تويتر بنسبة (٥٣,٥٪)، بينما جاء انستجرام في الترتيب الثالث بنسبة (٣٩,٥٪)، في حين جاء اليوتيوب في الترتيب الرابع بنسبة (٣٣٪)، يليه في الترتيب الخامس أخرى تذكر بنسبة (٦٪) وأوضح الطلاب أن هذه المواقع مثل (الواتس آب - BBM - البيبي - جوجل بلس)، بينما جاء فيس بوك في الترتيب السادس والأخير بنسبة (٣٪).

مما سبق نلاحظ

أن سناب شات جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بالنسبة لطلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، يليه في الترتيب الثاني تويتر.

جدول رقم (٢) قيمة Z لمواقع التواصل الاجتماعي

الأكثر استخداماً بالنسبة لطلاب كلية الإعلام والاتصال (عينه الدراسة) الذكور والإناث

مدى الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المواقع
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	١,٦٥٧	٦٧,٥	١٣٥	٦٢	٦٢	٧٣	٧٣	سناب شات
غير دالة	٠,١٤١	٥٣,٥	١٠٧	٥٣	٥٣	٥٤	٥٤	تويتر
غير دالة	٠,٤٣٣	٣٩,٥	٧٩	٤١	٤١	٣٨	٣٨	انستجرام
غير دالة	٠,٦٠٠	٣٣	٦٦	٣٥	٣٥	٣١	٣١	يوتيوب
غير دالة	٠,٥٩٤	٦	١٢	٥	٥	٧	٧	أخرى تذكر
غير دالة	٠,٨٢٧	٣	٦	٤	٤	٢	٢	فيس بوك
		٢٠٠		١٠٠		١٠٠		جملة من سنلوا

أوضحت بيانات الجدول السابق أن سناب شات جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بالنسبة لطلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بنسبة (٦٧,٥٪) موزعة بنسبة (٧٣٪) للذكور في مقابل (٦٢٪) للإناث، يليه في الترتيب الثاني تويتر بنسبة (٥٣,٥٪) موزعة بنسبة (٥٤٪) للذكور في مقابل (٥٣٪) للإناث، بينما جاء انستجرام في الترتيب الثالث بنسبة (٣٩,٥٪) موزعة بنسبة (٣٨٪) للذكور في

مقابل (٤١٪) للإناث، في حين جاء اليوتيوب في الترتيب الرابع بنسبة (٣٣٪) موزعة بنسبة (٣١٪) للذكور في مقابل (٣٥٪) للإناث، يليه في الترتيب الخامس أخرى تذكر بنسبة (٦٪) موزعة بنسبة (٧٪) للذكور في مقابل (٥٪) للإناث، بينما جاء فيس بوك في الترتيب السادس والأخير بنسبة (٣٪) موزعة بنسبة (٢٪) للذكور في مقابل (٤٪) للإناث.

كما أوضحت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بالنسبة لهم على النحو الآتي:

- تتقارب نسبة استخدام الذكور والإناث لموقع سناب شات بنسبة بلغت (٦٧,٥٪) موزعة بنسبة (٧٣٪) للذكور في مقابل (٦٢٪) للإناث، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (١,٦٥٧) وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٥٪).

- تتقارب نسبة استخدام الذكور والإناث لموقع تويتر بنسبة بلغت (٥٣,٥٪) موزعة بنسبة (٥٤٪) للذكور في مقابل (٥٣٪) للإناث، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (٠,١٤١) وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٥٪).

جدول رقم (٣) قيمة Z لمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً

بالنسبة لطلاب كلية الإعلام والاتصال بالمرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا)

مدى الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		دراسات عليا (ن = ٢٠)		بكالوريوس (ن = ١٨٠)		النوع المواقع
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	
غير دالة	٠,٢٥١	١٣٥	٦٧,٥	١٣	٦٥	١٢٢	٦٧,٨	سناب شات
غير دالة	٠,٦١٣	١٠٧	٥٣,٥	١٢	٦٠	٩٥	٥٢,٨	تويتر
غير دالة	٠,٠٤٨	٧٩	٣٩,٥	٨	٤٠	٧١	٣٩,٤	انستجرام
غير دالة	٠,٨٠٠	٦٦	٣٣	٥	٢٥	٦١	٣٣,٩	يوتيوب
غير دالة	١,١٨٨	١٢	٦	٠	٠	١٢	٦,٧	أخرى تذكر
غير دالة	٠,٨٢٧	٦	٣	٠	٠	٦	٣,٣	فيس بوك
		٢٠٠		٢٠		١٨٠		جملة من سئلوا

أوضحت بيانات الجدول السابق أن سناب شات جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بالنسبة لطلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بنسبة (٦٧,٥٪) موزعة بنسبة (٦٧,٨٪) لطلاب البكالوريوس في مقابل (٦٥٪)

طلاب الدراسات العليا، يليه في الترتيب الثاني تويتر بنسبة (٥٣,٥%) موزعة بنسبة (٥٢,٨%) لطلاب البكالوريوس في مقابل (٦٠%) لطلاب الدراسات العليا، بينما جاء انستجرام في الترتيب الثالث بنسبة (٣٩,٥%) موزعة بنسبة (٣٩,٤%) لطلاب البكالوريوس في مقابل (٤٠%) لطلاب الدراسات العليا، في حين جاء اليوتيوب في الترتيب الرابع بنسبة (٣٣%) موزعة بنسبة (٣٣,٩%) لطلاب البكالوريوس في مقابل (٢٥%) لطلاب الدراسات العليا، يليه في الترتيب الخامس أخرى تذكر بنسبة (٦%) موزعة بنسبة (٦,٧%) لطلاب البكالوريوس في مقابل (٠%) لطلاب الدراسات العليا، بينما جاء فيس بوك في الترتيب السادس والأخير بنسبة (٣%) موزعة بنسبة (٣,٣%) لطلاب البكالوريوس في مقابل (٠%) لطلاب الدراسات العليا.

كما أوضحت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية بين طلاب المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) في مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما بالنسبة لهم على النحو الآتي:

- تتقارب نسبة استخدام طلاب المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) لموقع سناب شات بنسبة بلغت (٦٧,٥%) موزعة بنسبة (٦٧,٨%) لطلاب البكالوريوس في مقابل (٦٥%) لطلاب الدراسات العليا، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (٠,٢٥١) وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٥%).

- تتقارب نسبة استخدام طلاب المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) لموقع تويتر بنسبة بلغت (٦٧,٥%) موزعة بنسبة (٥٢,٨%) لطلاب البكالوريوس في مقابل (٦٠%) لطلاب الدراسات العليا، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (٠,٦١٣) وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٥%).

جدول رقم (٤)

مقياس الموافقة على فوائد ومميزات استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي

ترتيب	المتوسط المرجح	عدد النقاط	معارض		موافق		العبرة
			ك	إلى حد ما	ك	ك	
١	٢,٨١	٥٦١	٣	٣٣	١٦٤	تتيح لي مواقع التواصل الاجتماعي كل مميزات التواصل على الإنترنت بدءاً من الدردشة والتواصل عبر البريد الإلكتروني وتبادل الصور ومقاطع الفيديو	
٢	٢,٧٥	٥٤٩	٨	٣٥	١٥٧	إمكانية تشارك اللينكات الخاصة بالمواقع العلمية وغيرها من المواقع ذات الأهمية	
٣	٢,٧٣	٥٤٥	٩	٣٧	١٥٤	إمكانية إبلاغ إدارة الموقع عن أي محتوى غير لائق أو متجاوز	
٤	٢,٧١	٥٤٢	٥	٤٨	١٤٧	إمكانية الرد علي أي من المشاركين في الحوار بشكل فوري أو مؤجل	
٥	٢,٦٥	٥٢٩	٦	٥٩	١٣٥	إمكانية الاستمرار في مناقشة أي موضوع أو إنهاؤه وقتما أشاء، والدخول في مناقشة موضوعات أخرى	
٥	٢,٦٥	٥٣٠	١٠	٥٠	١٤٠	إمكانية التحوار مع الآخرين بشكل معن يراه كافة الأصدقاء أو بشكل خاص غير معن	
٦	٢,٦٣	٥٢٥	١٠	٥٥	١٣٥	إمكانية الاتصال بأي شخص أو مجموعة في أي مكان وفي كل وقت	
٧	٢,٥٤	٥٠٧	١٨	٥٧	١٢٥	إمكانية استمرار الاتصال بأخرين وتكوين صداقات معهم أو إنهاؤه والانتقال إلى الاتصال بغيرهم	
٨	٢,٥٣	٥٠٦	٢٢	٥٠	١٢٨	إمكانية التحوار مع آخرين باسمي وشخصيتي الحقيقية أو باسم وشخصية مستعارة	
٩	٢,٤٨	٤٩٦	١٥	٧٤	١١١	وجود قواعد محددة لشكل الاتصال داخل مواقع التواصل الاجتماعي	

يتضح من الجدول السابق:-

تتيح لي مواقع التواصل الاجتماعي كل مميزات التواصل على الإنترنت بدءاً من الدردشة والتواصل عبر البريد الإلكتروني وتبادل الصور ومقاطع الفيديو جاء في مقدمة عبارات الموافقة على استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة بمتوسط (٢,٨١)، يليه في الترتيب الثاني إمكانية تشارك اللينكات الخاصة بالمواقع العلمية وغيرها من المواقع ذات الأهمية بمتوسط (٢,٧٥)، بينما جاء إمكانية إبلاغ إدارة الموقع عن أي محتوى غير لائق أو متجاوز في الترتيب الثالث بمتوسط (٢,٧٣)، وفي الترتيب الرابع

إمكانية الرد علي أي من المشاركين في الحوار بشكل فوري أو مؤجل بمتوسط (٢,٧١)، وجاء في الترتيب الخامس العبارتين (إمكانية الاستمرار في مناقشة أي موضوع أو إنهاؤه وقتما أشاء، والدخول في مناقشة موضوعات أخرى، وإمكانية التحاور مع الآخرين بشكل معلن يراه كافة الأصدقاء أو بشكل خاص غير معلن) بمتوسط (٢,٦٥)، وجاء في الترتيب السادس إمكانية الاتصال بأي شخص أو مجموعة في أي مكان وفي كل وقت بمتوسط (٢,٦٣)، يليه في الترتيب السابع إمكانية استمرار الاتصال بآخرين وتكوين صداقات معهم أو إنهاؤه والانتقال إلى الاتصال بغيرهم بمتوسط (٢,٥٤)، بينما جاء إمكانية التحاور مع آخرين باسمي وشخصيتي الحقيقية أو باسم وشخصية مستعارة في الترتيب الثامن بمتوسط (٢,٥٣)، وفي الترتيب التاسع وجود قواعد محددة لشكل الاتصال داخل مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط (٢,٤٨).

مما سبق نلاحظ

تتيح لي مواقع التواصل الاجتماعي كل مميزات التواصل على الإنترنت بدءاً من الدردشة والتواصل عبر البريد الإلكتروني وتبادل الصور ومقاطع الفيديو جاء في مقدمة عبارات الموافقة على استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة، يليه في الترتيب الثاني إمكانية تشارك اللينكات الخاصة بالمواقع العلمية وغيرها من المواقع ذات الأهمية.

جدول رقم (٥) يوضح قيمة ٢٤ دلالة الفروق بين الذكور والإناث في تفضيل استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لمواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الأساتذة

الدلالة ٢ ح د	٢٤	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع تفضيل الاستخدام
		%	ك	% س	ك	%	ك	
٠,١٢٦ غير دالة	٤,١٣٧	٥٥	١١٠	٥٩	٥٩	٥١	٥١	بدرجة كبيرة
		٣٦	٧٢	٣٦	٣٦	٣٦	٣٦	إلى حد ما
		٩	١٨	٥	٥	١٣	١٣	لا أفضلها
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٥٥%) من أفراد العينة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الأساتذة بدرجة كبيرة موزعة بنسبة (٥١%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٥٩%) لأفراد العينة الإناث، بينما يستخدمها (٣٦%) منهم إلى حد ما حيث تساوى أفراد العينة الذكور والإناث بنسبة (٣٦%) لكل منهما، في حين لا يفضلون استخدامها بنسبة (٩%) موزعة بنسبة (١٣%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٥%) لأفراد العينة الإناث. كذلك يتضح أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور - إناث)

في تفضيل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الأساتذة، حيث كانت قيمة χ^2 (كا) = $(4,137)$ وهي غير دالة عند مستوى دلالة $(0,05)$.
 مما سبق نلاحظ:..

ارتفاع نسبة تفضيل أفراد العينة الذكور والإناث على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الأساتذة بدرجة كبيرة.

جدول رقم (٦) يوضح قيمة χ^2 لدلالة الفروق بين المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) في تفضيل استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لمواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الأساتذة

الدالة د ح ٢	٢كا	الإجمالي		دراسات عليا		بكالوريوس		المرحلة تفضيل الاستخدام
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة ٠,٠٠٠	١٧,٠٤٨	٥٥	١١٠	٢٠	٤	٥٨,٩	١٠٦	بدرجة كبيرة
		٣٦	٧٢	٥٠	١٠	٣٤,٤	٦٢	إلى حد ما
		٩	١٨	٣٠	٦	٦,٧	١٢	لا أفضلها
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٨٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٥٥%) من أفراد العينة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الأساتذة بدرجة كبيرة موزعة بنسبة (٥٨,٩%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٢٠%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، بينما يستخدمها (٣٦%) منهم إلى حد ما موزعة بنسبة (٣٤,٤%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٥٠%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، في حين لا يفضلون استخدامها بنسبة (٩%) موزعة بنسبة (٦,٧%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٣٠%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار (كرامرز في $V = 0,292$) وهي دالة عند مستوى $0,001$ ، كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة بمرحلة (بكالوريوس - دراسات عليا) في تفضيل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الأساتذة، حيث كانت قيمة χ^2 (كا) = $(17,048)$ وهي دالة عند مستوى دلالة $(0,001)$.
 مما سبق نلاحظ:..

تفوق أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس في تفضيل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الأساتذة بدرجة كبيرة على أفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا.

جدول رقم (٧) يوضح الهدف من استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي.

ترتيب	المتوسط المرجح	عدد النقاط	استخدمها	استخدمها	استخدمها	لا	العبرة
			بشكل كبير	بشكل متوسط	إلى حد ما	استخدمها	
			ك	ك	ك	ك	
١	٢,٩٧	٥٩٤	٩٧	٣٣	٣٧	٣٣	الدرشة مع الأصدقاء
٢	٢,٨٩	٥٧٧	٨٤	٤٠	٤٥	٣١	الاطلاع على أهم الأخبار والمستجدات العلمية
٣	٢,٨٧	٥٧٣	٨٧	٣١	٥٠	٣٢	التعرف على الاتجاهات الجديدة في مجال دراستي
٤	٢,٧٣	٥٤٥	٦٤	٥١	٥١	٣٤	تقديم تكاليفات أساتذتي
٥	٢,٦٦	٥٣١	٦٥	٤٠	٥٦	٣٩	التعرف على المستجدات الدراسية
٦	٢,٦٥	٥٣٠	٦٩	٣٨	٤٧	٤٦	تبادل المعارف العلمية مع الزملاء
٧	٢,٤٣	٤٨٦	٤٢	٤٢	٧٦	٤٠	التواصل مع الأساتذة
٨	٢,٣١	٤٦١	٤٠	٤٢	٥٧	٦١	تقديم مقترحات يمكن أن تفيد
٩	٢,٢٤	٤٤٧	٢٥	٤٨	٧٦	٥١	الاستفسار عن بعض النقاط الدراسية التي لا يكفي وقت المحاضرة للاستفسار عنها
١٠	٢,٢١	٤٤١	٣٦	٣٨	٥٧	٦٩	مناقشة مشكلاتي مع أساتذتي لمساعدتي في تجاوزها
١١	٢,١٧	٤٣٤	٣٥	٣٧	٥٥	٧٣	طرح أي شكاوى أعاني منها
١٢	٢,٠٩	٤١٨	٢١	٤٦	٦٣	٧٠	استكمال أعمال الإرشاد الأكاديمي مع أساتذتي

يتضح من الجدول السابق:-

الدرشة مع الأصدقاء جاء في مقدمة أهداف استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط (٢,٩٧)، يليه في الترتيب الثاني الاطلاع على أهم الأخبار والمستجدات العلمية بمتوسط (٢,٨٩)، بينما جاء التعرف على الاتجاهات الجديدة في مجال دراستي في الترتيب الثالث بمتوسط (٢,٨٧)، وفي الترتيب الرابع تقديم تكاليفات أساتذتي بمتوسط (٢,٧٣)، وجاء في الترتيب الخامس التعرف على المستجدات الدراسية بمتوسط

(٢,٦٦)، وجاء في الترتيب السادس تبادل المعارف العلمية مع الزملاء بمتوسط (٢,٦٥)، يليه في الترتيب السابع التواصل مع الأساتذة بمتوسط (٢,٤٣)، بينما جاء تقديم مقترحات يمكن أن تفيد في الترتيب الثامن بمتوسط (٢,٣١)، وفي الترتيب التاسع الاستفسار عن بعض النقاط الدراسية التي لا يكفي وقت المحاضرة للاستفسار عنها بمتوسط (٢,٢٤)، يليه في الترتيب العاشر مناقشة مشكلاتي مع أساتذتي لمساعدتي في تجاوزها بمتوسط (٢,٢١)، بينما جاء طرح أي شكاوى أعاني منها في الترتيب الحادي عشر بمتوسط (٢,١٧)، وفي الترتيب الثاني عشر استكمال أعمال الإرشاد الأكاديمي مع أساتذتي بمتوسط (٢,٠٩).

مما سبق نلاحظ

الدرشة مع الأصدقاء جاء في مقدمة أهداف استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، يليه في الترتيب الثاني الاطلاع على أهم الأخبار والمستجدات العلمية، بينما جاء التعرف على الاتجاهات الجديدة في مجال دراستي في الترتيب الثالث.

جدول رقم (٨) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث

على مقياس الهدف من استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير	النوع	ذكور (ن = ١٠٠)		إناث (ن = ١٠٠)		ت	الدلالة د-ح ١٩٨
		م	ع	م	ع		
الهدف من استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي		٢,٣٥٤	٠,٧٨٦	٢,٦٧٦	٠,٧٧٠	٢,٩٣٠	٠,٠٠٤ داله

يتضح من الجدول السابق:-

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في درجة الهدف من استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي كدرجة كلية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى (٠,٠١).

مما سبق نلاحظ

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في درجة الهدف من استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي لصالح أفراد العينة الإناث.

جدول رقم (٩) استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لأساليب التواصل مع أساتذتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدالة ح ٣	٢١ك	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٢٣ دالة	٩,٥٧٩	٢٢	٤٤	١٥	١٥	٢٩	٢٩	مناقشة الموضوعات التي يطرحونها في الصفحات الأكاديمية
		١٠,٥	٢١	١٢	١٢	٩	٩	التحاور معهم فيما يطرحونه من موضوعات أكاديمية عبر صفحاتهم الشخصية
		٥٢	١٠٤	٦١	٦١	٤٣	٤٣	التحاور مع كل منهم علي حده إذا تطلب الأمر
		١٥,٥	٣١	١٢	١٢	١٩	١٩	أخرى تذكر
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٢٢٪) من أفراد العينة يفضلون استخدام أسلوب مناقشة الموضوعات التي يطرحونها في الصفحات الأكاديمية للتفاعل مع الأساتذة موزعة بنسبة (٢٩٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (١٥٪) لأفراد العينة الإناث، بينما يستخدم (١٠,٥٪) منهم أسلوب التحاور معهم فيما يطرحونه من موضوعات أكاديمية عبر صفحاتهم الشخصية موزعة بنسبة (٩٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (١٢٪) لأفراد العينة الإناث، في حين يستخدم (٥٢٪) منهم أسلوب التحاور مع كل منهم علي حده إذا تطلب الأمر موزعة بنسبة (٤٣٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٦١٪) لأفراد العينة الإناث، بينما يستخدم (١٥,٥٪) منهم أساليب أخرى موزعة بنسبة (١٩٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (١٢٪) لأفراد العينة الإناث وهذه الأساليب مثل (أتواصل معه لحل مشكلة لدي أو لتوضيح بعض التكاليف المطلوبة مني - أغلب أساتذتي لا يستخدمون مواقع التواصل مع طلابهم - تقديم التكاليف).

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار (كرامرز في $Cramer's V = 0,219$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٥، كذلك يتضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في استخدام أساليب التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (٢١ك = ٩,٥٧٩) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).
مما سبق نلاحظ:..

ارتفاع نسبة تفضيل أفراد العينة الذكور والإناث استخدام أسلوب التحاور مع الأساتذة علي حده إذا تطلب الأمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح أفراد العينة الإناث.

جدول رقم (١٠) يوضح قيمة ٢٤ لدلالة الفروق بين المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) في استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لأساليب التواصل مع أساتذتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة ح ٣	٢٤	الإجمالي		دراسات عليا		بكالوريوس		المرحلة أساليب الاستخدام
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٨٠٩ غير دالة	٠,٩٦٩	٢٢	٤٤	٢٠	٤	٢٢,٢	٤٠	مناقشة الموضوعات التي يطرحونها في الصفحات الأكاديمية
		١٠,٥	٢١	١٥	٣	١٠	١٨	التحاور معهم فيما يطرحونه من موضوعات أكاديمية عبر صفحاتهم الشخصية
		٥٢	١٠٤	٤٥	٩	٥٢,٨	٩٥	التحاور مع كل منهم علي حده إذا تطلب الأمر
		١٥,٥	٣١	٢٠	٤	١٥	٢٧	أخرى تذكر
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٨٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٢٢٪) من أفراد العينة يفضلون استخدام أسلوب مناقشة الموضوعات التي يطرحونها في الصفحات الأكاديمية للتفاعل مع الأساتذة موزعة بنسبة (٢٢,٢٪) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٢٠٪) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، بينما يستخدم (١٠,٥٪) منهم أسلوب التحاور معهم فيما يطرحونه من موضوعات أكاديمية عبر صفحاتهم الشخصية موزعة بنسبة (١٠٪) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (١٥٪) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، في حين يستخدم (٥٢٪) منهم أسلوب التحاور مع كل منهم علي حده إذا تطلب الأمر موزعة بنسبة (٥٢,٨٪) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٤٥٪) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، بينما يستخدم (١٥,٥٪) منهم أساليب أخرى موزعة بنسبة (١٥٪) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٢٠٪) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا.

كذلك يتضح أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بمرحلة (بكالوريوس - دراسات عليا) في استخدام أساليب التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (٢٤ = ٠,٩٦٩) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

مما سبق نلاحظ:

تفوق أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس في تفضيل استخدام أسلوب التحاور مع الأساتذة علي حده إذا تطلب الأمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا.

جدول رقم (١١) يوضح قيمة كا دلالة الفروق بين الذكور والإناث في درجة مشاركة طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في مناقشة الموضوعات التي يطرحها الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح ٣	كا	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع درجة المناقشة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٧٢٥ غير دالة	١,٣١٩	١١,٥	٢٣	١٢	١٢	١١	١١	أشارك في مناقشة كافة الموضوعات التي يطرحونها
		٢٨,٥	٥٧	٢٥	٢٥	٣٢	٣٢	أشارك في مناقشة ما يتعلق بالدراسة فقط
		٣٨	٧٦	٣٩	٣٩	٣٧	٣٧	أشارك في مناقشة ما يلفت انتباهي ويجوز اهتمامي
		٢٢	٤٤	٢٤	٢٤	٢٠	٢٠	أشارك فيما يمكنني من الاستفادة
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (١١,٥%) من أفراد العينة يفضلون المشاركة في مناقشة كافة الموضوعات التي يطرحها الأساتذة موزعة بنسبة (١١%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (١٢%) لأفراد العينة الإناث، بينما يشارك (٢٨,٥%) منهم في مناقشة ما يتعلق بالدراسة فقط موزعة بنسبة (٣٢%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٢٥%) لأفراد العينة الإناث، في حين يشارك (٣٨%) منهم في مناقشة ما يلفت انتباهي ويجوز اهتمامي موزعة بنسبة (٣٧%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٣٩%) لأفراد العينة الإناث، بينما يشارك (٢٢%) منهم فيما يمكنني من الاستفادة موزعة بنسبة (٢٠%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٢٤%) لأفراد العينة الإناث.

كذلك يتضح أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في مشاركة ومناقشة الموضوعات التي يطرحها الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (كا = ١,٣١٩) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

مما سبق نلاحظ:..

ارتفاع نسبة تفضيل أفراد العينة الذكور والإناث المشاركة في مناقشة ما يلفت انتباههم ويجوز اهتمامهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٢) يوضح قيمة ٢٤ لدلالة الفروق بين المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) في درجة مشاركة طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في مناقشة الموضوعات التي يطرحها الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة ح د	٢٤	الإجمالي		دراسات عليا		بكالوريوس		المرحلة درجة المناقشة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٤٢ دالة	٨,١٩٦	١١,٥	٢٣	٠	٠	١٢,٨	٢٣	أشارك في مناقشة كافة الموضوعات التي يطرحونها
		٢٨,٥	٥٧	٤٠	٨	٢٧,٢	٤٩	أشارك في مناقشة ما يتعلق بالدراسة فقط
		٣٨	٧٦	٥٥	١١	٣٦,١	٦٥	أشارك في مناقشة ما يلفت انتباهي ويحوز اهتمامي
		٢٢	٤٤	٥	١	٢٣,٩	٤٣	أشارك فيما يمكنني من الاستفادة
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٨٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (١١,٥%) من أفراد العينة يفضلون المشاركة في مناقشة كافة الموضوعات التي يطرحها الأساتذة موزعة بنسبة (١٢,٨%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٠%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، بينما يشارك (٢٨,٥%) منهم في مناقشة ما يتعلق بالدراسة فقط موزعة بنسبة (٢٧,٢%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٤٠%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، في حين يشارك (٣٨%) منهم في مناقشة ما يلفت انتباهي ويحوز اهتمامي موزعة بنسبة (٣٦,١%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٥٥%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، بينما يشارك (٢٢%) منهم فيما يمكنني من الاستفادة موزعة بنسبة (٢٣,٩%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٥%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار (كرامرز في Cramer's V = ٠,٢٠٢) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٥، كذلك يتضح أيضًا وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة بمرحلة (بكالوريوس - دراسات عليا) في مشاركة ومناقشة الموضوعات التي يطرحها الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (ك = ٨,١٩٦) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

مما سبق نلاحظ:

تفوق أفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا بالمشاركة في مناقشة ما يلفت انتباههم ويحوز اهتمامهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس.

جدول رقم (١٣) يوضح قيمة χ^2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في قيام طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بطرح الاستفسارات على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح ٢	χ^2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع طرح الاستفسارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة ٠,٠١٢	٨,٩٠٩	٧	١٤	٥	٥	٩	٩	دائما
		٥٠,٥	١٠١	٦١	٦١	٤٠	٤٠	أحيانا
		٤٢,٥	٨٥	٣٤	٣٤	٥١	٥١	لا أقوم بطرح أسئلة
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٧٪) من أفراد العينة يحرصون على القيام بطرح الاستفسارات على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي دائما موزعة بنسبة (٩٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٥٪) لأفراد العينة الإناث، بينما يطرحون الاستفسارات (٥٠,٥٪) منهم أحيانا موزعة بنسبة (٤٠٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٦١٪) لأفراد العينة الإناث، في حين لا يقوم بطرح أسئلة بنسبة (٤٢,٥٪) موزعة بنسبة (٥١٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٣٤٪) لأفراد العينة الإناث.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار (كرامرز في Cramer's V = ٠,٢١١) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٥، كذلك يتضح أيضًا وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في القيام بطرح الاستفسارات على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة ($\chi^2 = ٨,٩٠٩$) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

مما سبق نلاحظ:

ارتفاع نسبة حرص أفراد العينة الذكور والإناث على القيام بطرح الاستفسارات على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة لصالح الإناث.

جدول رقم (١٤) يوضح قيمة χ^2 لدلالة الفروق بين المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) في قيام طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بطرح الاستفسارات على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د ح ٢	χ^2	الإجمالي		دراسات عليا		بكالوريوس		المرحلة طرح الاستفسارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة ٠,٣٣٣	٢,١٩٨	٧	١٤	١٥	٣	٦,١	١١	دائما
		٥٠,٥	١٠١	٤٥	٩	٥١,١	٩٢	أحيانا
		٤٢,٥	٨٥	٤٠	٨	٤٢,٨	٧٧	لا أقوم بطرح أسئلة
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٨٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٧٪) من أفراد العينة يحرصون على القيام بطرح الاستفسارات على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي دائما موزعة بنسبة (٦,١٪) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (١٥٪) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، بينما يطرحون الاستفسارات (٥٠,٥٪) منهم أحيانا موزعة بنسبة (٥١,١٪) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٤٥٪) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، في حين لا يقوم بطرح أسئلة نسبة (٤٢,٥٪) موزعة بنسبة (٤٢,٨٪) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٤٠٪) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا.

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بمرحلة (بكالوريوس - دراسات عليا) في القيام بطرح الاستفسارات على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (كا = ٢,١٩٨) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

مما سبق نلاحظ:

ارتفاع نسبة حرص أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس والدراسات العليا على القيام بطرح الاستفسارات على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة.

جدول رقم (١٥) التكرارات والنسب المئوية والترتيب لذكر (عينه الدراسة) لنماذج تلك الاستفسارات المطروحة على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الإجمالي ن = ٢٠٠		نماذج تلك الاستفسارات المطروحة على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	ك	%	
١	٤٣	٢١,٥	السؤال عن مواعيد تسليم التكاليف أو الاختبارات
٢	٣٩	١٩,٥	السؤال عن مضمون المواد العلمية والمقررات الدراسية التي يقدمونها
٣	٣٨	١٩	المشكلات الأكاديمية التي أتعرض لها مثل صعوبة فهمي لشيء معين في المحاضرة أقوم بالاستفسار عنه
٤	٣٠	١٥	السؤال عن درجات الاختبارات
٥	٢٦	١٣	استفسار عن أماكن الحصول علي معلومات مخصصة للمادة
٦	١٠	٥	أمور تخص المستقبل الوظيفي للتخصص
٧	٩	٤,٥	أفضل طريقه للمذاكرة
٨	٥	٢,٥	استفسارات عن أهم الدراسات

يتضح من الجدول السابق أن السؤال عن مواعيد تسليم التكاليف أو الاختبارات جاء في مقدمة نماذج تلك الاستفسارات المطروحة من (عينه الدراسة) على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٢١,٥٪)، يليها في الترتيب الثاني السؤال عن مضمون المواد

العلمية والمقررات الدراسية التي يقدمونها بنسبة (١٩,٥٪)، بينما جاءت المشكلات الأكاديمية التي أتعرض لها مثل صعوبة فهمي لشيء معين في المحاضرة أقوم بالاستفسار عنها في الترتيب الثالث بنسبة (١٩٪)، في حين جاء السؤال عن درجات الاختبارات في الترتيب الرابع بنسبة (١٥٪)، يليها في الترتيب الخامس الاستفسار عن أماكن الحصول على معلومات مخصصة للمادة بنسبة (١٣٪)، بينما جاء أمور تخص المستقبل الوظيفي للتخصص في الترتيب السادس بنسبة (٥٪)، في حين جاء السؤال عن أفضل طريقه للمذاكرة في الترتيب السابع بنسبة (٤,٥٪)، وأخيراً في الترتيب الثامن جاء الاستفسارات عن أهم الدراسات بنسبة (٢,٥٪).

مما سبق نلاحظ

أن السؤال عن مواعيد تسليم التكاليف أو الاختبارات جاء في مقدمة نماذج تلك الاستفسارات المطروحة من (عينه الدراسة) على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها في الترتيب الثاني السؤال عن مضمون المواد العلمية والمقررات الدراسية التي يقدمونها، بينما جاءت المشكلات الأكاديمية التي أتعرض لها مثل صعوبة فهمي لشيء معين في المحاضرة أقوم بالاستفسار عنها في الترتيب الثالث.

جدول رقم (١٦) يوضح قيمة كا دلالة الفروق بين الذكور والإناث في استمرارية تحاور طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدالة ح د ٢	٢٤	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع استمرارية التحاور
		ك	%	ك	%	ك	%	
٠,٠٠٠ دالة	١٧,٤٨٦	٢٤	١٢	٨	٨	١٦	١٦	حتى نصل إلى قناعة مشتركة حول موضوع الحوار
		٣٢	١٦	٧	٧	٢٥	٢٥	حتى يتم الاقتناع والتفاهم بيننا
		١٤٤	٧٢	٨٥	٨٥	٥٩	٥٩	لمجرد التواصل والاتفاق أو الرد على الاستفسار
		٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (١٢٪) من أفراد العينة يستمرون في التحاور مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى يصلوا إلى قناعة مشتركة حول موضوع الحوار موزعة بنسبة (١٦٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٨٪) لأفراد العينة الإناث، بينما يستمر الحوار حتى يتم الاقتناع والتفاهم بيننا (١٦٪) منهم موزعة بنسبة (٢٥٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٧٪) لأفراد العينة الإناث، في حين التحاور مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

لمجرد التواصل والاتفاق أو الرد على الاستفسار بنسبة (٧٢٪) موزعة بنسبة (٥٩٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٨٥٪) لأفراد العينة الإناث.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار (كرامرز في $V = \text{Cramer's } V = 0,296$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١، كذلك يتضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في القيام بالتحاور مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (كا = ٢١ = ١٧,٤٨٦) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٠١).

مما سبق نلاحظ:

ارتفاع نسبة حرص أفراد العينة الذكور والإناث على القيام بالتحاور مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل والاتفاق أو الرد على الاستفسار لصالح الإناث. جدول رقم (١٧) يوضح قيمة كا لدلالة الفروق بين المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) في استمرارية تحاور طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة ح د ٢٢	كا ٢١	الإجمالي		دراسات عليا		بكالوريوس		المرحلة استمرارية التحاور
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,١٥١ غير دالة	٣,٧٨١	١٢	٢٤	١٥	٣	١١,٧	٢١	حتى نصل إلى قناعة مشتركة حول موضوع الحوار
		١٦	٣٢	٣٠	٦	١٤,٤	٢٦	حتى يتم الاقتناع والتفاهم بيننا
		٧٢	١٤٤	٥٥	١١	٧٣,٩	١٣٣	بمجرد التواصل والاتفاق أو الرد على الاستفسار
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٨٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (١٢٪) من أفراد العينة يستمرون في التحاور مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى يصلوا إلى قناعة مشتركة حول موضوع الحوار موزعة بنسبة (١١,٧٪) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (١٥٪) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، بينما يستمر الحوار حتى يتم الاقتناع والتفاهم بيننا (١٦٪) منهم موزعة بنسبة (١٤,٤٪) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٣٠٪) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، في حين التحاور مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمجرد التواصل والاتفاق أو الرد على الاستفسار بنسبة (٧٢٪) موزعة بنسبة (٧٣,٩٪) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٥٥٪) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا.

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بمرحلة (بكالوريوس - دراسات عليا) في التحوار مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (كا = ٢١٨ = ٣,٧٨١) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

مما سبق نلاحظ:..

ارتفاع نسبة حرص أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس والدراسات العليا على القيام بالتواصل والاتفاق أو الرد على الاستفسار من الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٨) يوضح قيمة كا دلالة الفروق بين الذكور والإناث

في سرعة طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في الردود والاستجابة أثناء التحوار مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدالة د ح ٢	كا	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع سرعة الاستجابة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٤٩ دالة	٦,٠٣٢	٢١	٤٢	١٤	١٤	٢٨	٢٨	أوجل الاستجابة لحين التفكير والبحث.
		٣٥	٧٠	٣٧	٣٧	٣٣	٣٣	أثرية قليلا في الاستجابة حتى يتم عرض المزيد من التفاصيل.
		٤٤	٨٨	٤٩	٤٩	٣٩	٣٩	استجيب بشكل فوري إذا طلب مني أي طلب أو تكليف.
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٢١%) من أفراد العينة يملكون سرعة في الردود والاستجابة أثناء التحوار مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في أنهم يؤجلون الاستجابة لحين التفكير والبحث موزعة بنسبة (٢٨%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (١٤%) لأفراد العينة الإناث، بينما يترتب قليلا في الاستجابة حتى يتم عرض المزيد من التفاصيل (٣٥%) منهم موزعة بنسبة (٣٣%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٣٧%) لأفراد العينة الإناث، في حين يستجيب بشكل فوري إذا طلب مني أي طلب أو تكليف بنسبة (٤٤%) منهم موزعة بنسبة (٣٩%) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٤٩%) لأفراد العينة الإناث.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار (كرامرز في $Cramer's V = ٠,١٧٥$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٥، كذلك يتضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في سرعة الردود والاستجابة أثناء التحوار مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (كا = ٦,٠٣٢) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

مما سبق نلاحظ:..

تفوق أفراد العينة الإناث في سرعة الردود والاستجابة بشكل فوري أثناء التحوار مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أفراد العينة الذكور.

جدول رقم (١٩) يوضح قيمة كا ٢ا لدلالة الفروق بين المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) في سرعة طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في الردود والاستجابة أثناء التحوار مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المرحلة	بكالوريوس		دراسات عليا		الإجمالي		٢ا	الدلالة د ح ٢
	ك	%	ك	%	ك	%		
سرعة الاستجابة								
أوّل الاستجابة لحين التفكير والبحث.	٣٨	٢١,١	٤	٢٠	٤٢	٢١	٦,٨٨٨	٠,٠٣٢
أتريث قليلا في الاستجابة حتى يتم عرض المزيد من التفاصيل.	٥٨	٣٢,٢	١٢	٦٠	٧٠	٣٥		
أستجيب بشكل فوري اذا طلب مني أي طلب أو تكليف.	٨٤	٤٦,٧	٤	٢٠	٨٨	٤٤		
المجموع	١٨٠	١٠٠	٢٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠		

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٢١%) من أفراد العينة يملكون سرعة في الردود والاستجابة أثناء التحوار مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في أنهم يؤجلون الاستجابة لحين التفكير والبحث موزعة بنسبة (٢١,١%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٢٠%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، بينما يتريث قليلا في الاستجابة حتى يتم عرض المزيد من التفاصيل (٣٥%) منهم موزعة بنسبة (٣٢,٢%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٦٠%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، في حين يستجيب بشكل فوري اذا طلب مني أي طلب أو تكليف بنسبة (٤٤%) منهم موزعة بنسبة (٤٦,٧%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٢٠%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار (كرامرز في Cramer's V = ٠,١٨٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٥، كذلك يتضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة بمرحلة (بكالوريوس - دراسات عليا) في سرعة الردود والاستجابة أثناء التحوار مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (كا = ٦,٨٨٨) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

مما سبق نلاحظ:

تفوق أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس في سرعة الردود والاستجابة بشكل فوري أثناء التحوار مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، ولكن تتفوق أفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا على أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس في التريث قليلا في الاستجابة حتى يتم عرض المزيد من التفاصيل.

جدول رقم (٢٠) مقياس سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ترتيب	المتوسط المرجح	عدد النقاط	لا		نعم		العبرة
			ك	ك	ك	ك	
١	٢,٥١	٥٠١	١٣	٧٣	١١٤	أتمكن من المتابعة الجيدة والمستمرة لأساتذتي	
٢	٢,٤٩	٤٩٧	١٤	٧٥	١١١	أتمكن من تلقي أسئلتهم بشكل جيد	
٣	٢,٤٨	٤٩٦	١٦	٧٢	١١٢	أستطيع الوصول إلى الكتب والمراجع التي يمكن الاستفادة بها	
٤	٢,٤٤	٤٨٧	١٨	٧٧	١٠٥	أتمكن من التواصل معهم بشكل جيد	
٥	٢,٤٢	٤٨٣	١٢	٩٣	٩٥	أستطيع أن أقدم لهم استفساراتي بشكل كامل	
٦	٢,٤	٤٧٩	٢٠	٨١	٩٩	أستطيع المحافظة على انتباهي بشكل دائم	
٧	٢,٣٥	٤٦٩	٢١	٨٩	٩٠	أنتقي ردود أفعالهم حيال ما أقدمه لهم من استفسارات	
٨	٢,٣٢	٤٦٣	٣٢	٧٣	٩٥	أحظى بوقت كافي للتواصل معهم	
٩	٢,٢٤	٤٤٧	٣١	٩١	٧٨	تتاح لي كافة وسائل وأدوات تحقيق الفهم الأمثل من أساتذتي	
١٠	٢,١٨	٤٣٥	٤٢	٨١	٧٧	أستطيع كشف مواطن ضعفي لأتمكن من علاجها	

يتضح من الجدول السابق جاءت أتمكن من المتابعة الجيدة والمستمرة لأساتذتي في مقدمة سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط (٢,٥١)، يليه في الترتيب الثاني أتمكن من تلقي أسئلتهم بشكل جيد بمتوسط (٢,٤٩)، بينما جاء أستطيع الوصول إلى الكتب والمراجع التي يمكن الاستفادة بها في الترتيب الثالث بمتوسط (٢,٤٨)، وفي الترتيب الرابع أتمكن من التواصل معهم بشكل جيد بمتوسط (٢,٤٤)، وجاء في الترتيب الخامس أستطيع أن أقدم لهم استفساراتي بشكل كامل بمتوسط (٢,٤٢)، بينما في الترتيب السادس أستطيع المحافظة على انتباهي بشكل دائم بمتوسط (٢,٤٠)، يليه في الترتيب السابع أنتقي ردود أفعالهم حيال ما أقدمه لهم من استفسارات بمتوسط (٢,٣٥)، بينما جاء أحظى بوقت كافي للتواصل معهم في الترتيب الثامن بمتوسط (٢,٣٢)، وفي الترتيب التاسع نتاح لي كافة وسائل وأدوات تحقيق الفهم الأمثل من أساتذتي بمتوسط (٢,٢٤)، يليه في الترتيب العاشر أستطيع كشف مواطن ضعفي لأتمكن من علاجها بمتوسط (٢,١٨).

مما سبق نلاحظ

أتمكن من المتابعة الجيدة والمستمرة لأساتذتي جاءت في مقدمة سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليه في الترتيب الثاني أتمكن من تلقي أسئلتهم بشكل جيد، بينما جاء أستطيع الوصول إلى الكتب والمراجع التي يمكن الاستفادة

بها في الترتيب الثالث.

جدول رقم (٢١) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث على مقياس سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير	النوع	ذكور (ن = ١٠٠)		إناث (ن = ١٠٠)		ت	الدلالة د-ح ١٩٨
		ع	م	ع	م		
سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي		٢,٣٦	٠,٥٤٠	٢,٣٩	٠,٤٠٢	٠,٥٤٩	٠,٥٨٤ غير داله

يتضح من الجدول السابق دم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كدرجة كلية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى (٠,٠٥).
مما سبق نلاحظ

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
جدول رقم (٢٢) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات طلاب المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) على مقياس سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير	المرحلة	بكالوريوس (ن = ١٨٠)		دراسات عليا (ن = ٢٠)		ت	الدلالة د-ح ١٩٨
		ع	م	ع	م		
سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي		٢,٣٨	٠,٤٧٨	٢,٣٣	٠,٤٦٠	٠,٤٣٠	٠,٦٦٧ غير داله

يتضح من الجدول السابق:-

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة طلاب المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) في سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كدرجة كلية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى (٠,٠٥).

مما سبق نلاحظ

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة طلاب المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا) في سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢٣)

التكرارات والنسب المئوية والترتيب لذكر (عينه الدراسة) نماذج تحقق لهم الفهم الأمثل لقضية علمية أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الإجمالي ن ٢٠٠=		نماذج تحقق لهم الفهم الأمثل لقضية علمية أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	ك	%	
١	٤٩	٢٤,٥	إرسال روابط كتب ومحاضرات ومقاطع فيديو، وإرسال كافة المسودات التي لم يتمكن من كتابتها في المحاضرة
٢	٤٥	٢٢,٥	طرح قضية علمية للنقاش ويقوم الأستاذ بمتابعة الردود والتعقيب عليها
٣	٣٦	١٨	النقاش مع مجموعات على سؤال مطروح من الأساتذة أو سؤال عن مشروع
٤	٢٣	١١,٥	متطلبات المقرر وتقسيم الدرجات إضافة إلى شرح تفصيلي لتكليف المادة
٥	١٤	٧	تقديم تكليف عبر التويتتر ورصد الدرجات من خلالها
٦	١٣	٦,٥	شرح مقرر كامل من قبل الأستاذ عبر برنامج البيرسكوب وبدا كل شيء واضح ومفهوم كما لو اننا في قاعه دراسية
٧	١٠	٥	حل مسألة رياضية تم التواصل مع الأستاذ والوصول لحل نموذجي لها
٨	٨	٤	اختبار احد المقررات تم تحديد جزئيه الاختبار عبر الواتس اب
٩	٢	١	طريقه الرسم على برنامج الفوتشوب

يتضح من الجدول السابق :-

إن إرسال روابط كتب ومحاضرات ومقاطع فيديو، وإرسال كافة المسودات التي لم يتمكن من كتابتها في المحاضرة جاء في مقدمة نماذج تحقق لعينة الدراسة الفهم الأمثل لقضية علمية أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٢٤,٥%)، يليها في الترتيب الثاني طرح قضية علمية للنقاش ويقوم الأستاذ بمتابعة الردود والتعقيب عليها بنسبة (٢٢,٥%)، بينما جاءت النقاش مع مجموعات على سؤال مطروح من الأساتذة أو سؤال عن مشروع في الترتيب الثالث بنسبة (١٨%)، في حين جاء السؤال عن متطلبات المقرر وتقسيم الدرجات إضافة إلى شرح تفصيلي لتكليف المادة في الترتيب الرابع بنسبة (١١,٥%)، يليها في الترتيب الخامس تقديم تكليف عبر التويتتر ورصد الدرجات من خلالها بنسبة (٧%)، بينما جاء شرح مقرر كامل من قبل الأستاذ عبر برنامج البيرسكوب وبدا كل شيء واضح ومفهوم كما لو اننا في قاعه دراسية في الترتيب السادس بنسبة (٦,٥%)، في حين جاء حل مسألة رياضية تم التواصل مع الأستاذ والوصول لحل نموذجي لها في الترتيب السابع بنسبة (٥%)، وفي الترتيب الثامن جاء في اختبار احد المقررات تم تحديد جزئيه الاختبار عبر الواتس اب بنسبة (٤%)، وأخيراً جاء طريقه الرسم على برنامج الفوتشوب في الترتيب التاسع بنسبة (١%).

مما سبق نلاحظ

إن إرسال روابط كتب ومحاضرات ومقاطع فيديو، وإرسال كافة المسودات التي لم أتمكن من كتابتها في المحاضرة جاء في مقدمة نماذج تحقق لعينة الدراسة الفهم الأمثل لقضية علمية أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها في الترتيب الثاني طرح قضية علمية للنقاش ويقوم الأساتذة بمتابعة الردود والتعقيب عليها، بينما جاءت النقاش مع مجموعات على سؤال مطروح من الأساتذة أو سؤال عن مشروع في الترتيب الثالث.

جدول رقم (٢٤) التكرارات والنسب المئوية والترتيب لذكر (عينة الدراسة) نماذج ساعد فيها التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الأساتذة على مواطن الضعف العلمي لهم

الترتيب	الإجمالي ن ٢٠٠=		نماذج ساعد فيها التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الأساتذة على مواطن الضعف العلمي لهم
	ك	%	
١	٤٧	٢٣,٥	تقييم ونقد الأعمال وطلب التعديل عليها قبل المحاضرة القادمة
٢	٤٠	٢٠	كيفية تلخيص المعلومات وعرضها دون نقصان بحيث أكون قادرة على توصيل المعلومات دون تغيير المعنى الأساسي.
٣	٣٢	١٦	كيفية المشاركات العلمية الإلكترونية
٤	٢٦	١٣	كيفية التطبيق العلمي لموضوع المحاضرة
٥	١٧	٨,٥	المرونة وعدم التحيز والتمسك بالرأي الخاطئ
٦	١٦	٨	قلة الخبرة في التعامل مع البرامج الجديدة، مما سبب لي نقص في درجاتي بسببها
٧	١١	٥,٥	شرح مفصل لنقطه يتم شرحها عندما يتصعب علي فهمها مع مجموعه كبيره
٨	٨	٤	النقاشات بين زملائي في أحد المسائل العلمية الصعبة التي تحتاج تفكير عالي
٩	٣	١,٥	لا أتذكر أي نموذج

يتضح من الجدول السابق:-

إن تقييم ونقد الأعمال وطلب التعديل عليها قبل المحاضرة القادمة جاء في مقدمة نماذج ساعد فيها التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الأساتذة على مواطن الضعف العلمي لهم بنسبة (٢٣,٥٪)، يليها في الترتيب الثاني كيفية تلخيص المعلومات وعرضها دون نقصان بحيث أكون قادرة على توصيل المعلومات دون تغيير المعنى الأساسي بنسبة (٢٠٪)، بينما جاءت كيفية المشاركات العلمية الإلكترونية في الترتيب الثالث بنسبة (١٦٪)، في حين جاء كيفية التطبيق العلمي لموضوع المحاضرة في الترتيب الرابع بنسبة (١٣٪)، يليها في الترتيب الخامس المرونة وعدم التحيز والتمسك بالرأي الخاطئ بنسبة (٨,٥٪)، بينما جاء قلة الخبرة في التعامل مع البرامج الجديدة، مما سبب لي نقص في درجاتي بسببها في الترتيب السادس

بنسبة (٨ ٪)، في حين جاء شرح مفصل لنقطه يتم شرحها عندما يتصعب علي فهمها مع مجموعه كبيره في الترتيب السابع بنسبة (٥,٥ ٪)، وفي الترتيب الثامن جاء النقاشات بين زملائي في أحد المسائل العلمية الصعبة التي تحتاج تفكير عالي بنسبة (٤ ٪)، وأخيراً جاء لا أنذكر أي نموذج في الترتيب التاسع بنسبة (١,٥ ٪).

مما سبق نلاحظ

إن تقييم ونقد الأعمال وطلب التعديل عليها قبل المحاضرة القادمة جاء في مقدمة نماذج ساعد فيها التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الأساتذة على مواطن الضعف العلمي لهم، يليها في الترتيب الثاني كيفية تلخيص المعلومات وعرضها دون نقصان بحيث اكون قادرة على توصيل المعلومات دون تغيير المعنى الاساسي، بينما جاءت ايجابية المشاركات العلمية الإلكترونية في الترتيب الثالث.

جدول رقم (٢٥) يوضح قيمة كا دلالة الفروق بين الذكور والإناث في رؤية طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ان مواقع التواصل الاجتماعي قد أفادت العملية التعليمية

الدلالة ح د ٢	كا	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الرؤية
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	
٠,١٧٧ غيردالة	٣,٤٦٨	١٤٦	٧٣	٧٨	٧٨	٦٨	٦٨	نعم
		٤٦	٢٣	٢٠	٢٠	٢٦	٢٦	الى حد ما
		٨	٤	٢	٢	٦	٦	لا
		٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة (٧٣ ٪) من أفراد العينة يرون ان مواقع التواصل الاجتماعي قد أفادت العملية التعليمية بدرجة كبيرة موزعة بنسبة (٦٨ ٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٧٨ ٪) لأفراد العينة الإناث، بينما أفادت العملية التعليمية بدرجة متوسطة (الى حد ما) نسبة (٢٣ ٪) منهم موزعة بنسبة (٢٦ ٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٢٠ ٪) لأفراد العينة الإناث، في حين رأى نسبة (٤ ٪) من أفراد العينة أنها لم تفيد العملية التعليمية موزعة بنسبة (٦ ٪) لأفراد العينة الذكور ونسبة (٢ ٪) لأفراد العينة الإناث.

كذلك يتضح أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة (ذكور - إناث) في رؤية ان مواقع التواصل الاجتماعي قد أفادت العملية التعليمية، حيث كانت قيمة (كا = ٣,٤٦٨) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

مما سبق نلاحظ:.

ارتفاع نسبة رؤية أفراد العينة الذكور والإناث ان مواقع التواصل الاجتماعي قد أفادت العملية التعليمية.

جدول رقم (٢٦)

يوضح قيمة كا ٢ا لدلالة الفروق بين المرحلة الدراسية (بكالوريوس - دراسات عليا)

في رؤية طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ان مواقع التواصل الاجتماعي قد أفادت العملية التعليمية

الدلالة د ح ٢	كا ٢	الإجمالي		دراسات عليا		بكالوريوس		المرحلة الرؤية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٣٧٥ غير دالة	١,٩٦١	٧٣	١٤٦	٦٠	١٢	٧٤,٤	١٣٤	نعم
		٢٣	٤٦	٣٥	٧	٢١,٧	٣٩	إلى حد ما
		٤	٨	٥	١	٣,٩	٧	لا
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٨٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة (٧٣%) من أفراد العينة يرون ان مواقع التواصل الاجتماعي قد أفادت العملية التعليمية بدرجة كبيرة موزعة بنسبة (٧٤,٤%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٦٠%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، بينما أفادت العملية التعليمية بدرجة متوسطة (الى حد ما) نسبة (٢٣%) منهم موزعة بنسبة (٢١,٧%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٣٥%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، في حين رأى نسبة (٤%) من أفراد العينة انها لم تفيد العملية التعليمية موزعة بنسبة (٣,٩%) لأفراد العينة بمرحلة البكالوريوس ونسبة (٥%) لأفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا.

كذلك يتضح أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة بمرحلة (بكالوريوس - دراسات عليا) في رؤية ان مواقع التواصل الاجتماعي قد أفادت العملية التعليمية، حيث كانت قيمة (كا = ١,٩٦١) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

مما سبق نلاحظ:

ارتفاع نسبة رؤية أفراد العينة أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس والدراسات العليا ان مواقع التواصل الاجتماعي قد أفادت العملية التعليمية.

جدول رقم (٢٧)

التكرارات والنسب المئوية والترتيب لذكر (عينه الدراسة)

لكيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية

الترتيب	الإجمالي ن = ١٩٢		كيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية
	ك	%	
١	٥١	٢٦,٥٦	سماع صوت الطلبة لمتطلباتهم والتعبير عن رأيهم
٢	٣٩	٢٠,٣١	اختصار الوقت والجهد
٣	٣١	١٦,١٤	الاستفسار والإجابة على الأسئلة الغامضة وتوصيل المعلومات بشكل أسهل وأسرع للطلاب والطالبات
٤	٢٧	١٤,٠٦	الشروحات التي تقدم من خلال اليوتيوب
٥	٢٣	١١,٩٧	طرح كل ما يستجد في كافة المجالات العلمية من مختصين أو هواة
٦	٢١	١٠,٩٣	سهلت علي مخطوطات كتابية كثيرة عن طريق روابط المستندات التي أغنت حتى عن الكتب الورقية والدخول للمواقع العلمية المتخصصة

يتضح من الجدول السابق:-

ان سماع صوت الطلبة لمتطلباتهم والتعبير عن رأيهم جاء في مقدمة كيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بنسبة (٢٦,٥٦%)، يليها في الترتيب الثاني اختصار الوقت والجهد بنسبة (٢٠,٣١%)، بينما جاء الاستفسار والاجابة على الاسئلة الغامضة وتوصيل المعلومات بشكل أسهل وأسرع للطلاب والطالبات في الترتيب الثالث بنسبة (١٦,١٤%)، في حين جاء الشروحات التي تقدم من خلال اليوتيوب في الترتيب الرابع بنسبة (١٤,٠٦%)، يليها في الترتيب الخامس اطرح كل ما يستجد في كافة المجالات العلمية من مختصين أو هواة بنسبة (١١,٩٧%)، واخيرا جاء سهلت علي مخطوطات كتابية كثيرة عن طريق روابط المستندات التي أغنت حتى عن الكتب الورقية والدخول للمواقع العلمية المتخصصة في الترتيب السادس بنسبة (١٠,٩٣%).

مما سبق نلاحظ

ان سماع صوت الطلبة لمتطلباتهم والتعبير عن رأيهم جاء في مقدمة كيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، يليها في الترتيب الثاني اختصار الوقت والجهد، بينما جاء الاستفسار والاجابة على الاسئلة الغامضة وتوصيل المعلومات بشكل أسهل وأسرع للطلاب والطالبات في الترتيب الثالث.

جدول رقم (٢٨) التكرارات والنسب المئوية والترتيب مقترحات (عينه الدراسة) لزيادة مستوى الاستفادة وتحسين جودة العملية التعليمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الإجمالي ن = ٢٠٠		مقترحات (عينه الدراسة) لزيادة مستوى الاستفادة وتحسين جودة العملية التعليمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	ك	%	
١	٥٧	٢٨,٥	رفع الوعي باستخدام وسائل التواصل لدى الأساتذة والطلاب وتدريبهم عليه للاستفادة من امكانياته
٢	٤٣	٢١,٥	إنشاء موقع للتواصل العلمي قادر على تحمل الضغط الناتج عن كثرة المشتركين
٣	٣٣	١٦,٥	تفعيل المحاضرات الالكترونية عن بعد سواء بالبت المباشر أو تسجيلها بالمكتبة الكترونية
٤	٢٦	١٣	لكل جامعة موقع خاص بها وكل كلية وقسم تفرعات من هذا الموقع مجاني أو باشتراك رمزي لتطويره
٥	٢١	١٠,٥	توفر قاعدة بيانات حديثة لمعرفة جميع حسابات الأساتذة للاستفادة من خبراتهم
٦	١٤	٧	إعطاء الطلاب الحرية في ابداء الرأي لتسهيل اي استفسارات من الأساتذة
٧	٦	٣	توافر الثقة والمصادقية في طرح المواضيع

يتضح من الجدول السابق:-

أن رفع الوعي باستخدام وسائل التواصل لدى الأساتذة والطلاب وتدريبهم عليه للاستفادة من امكانياته جاء في مقدمة مقترحات (عينه الدراسة) لزيادة مستوى الاستفادة وتحسين جودة العملية التعليمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٢٨,٥٪)، يليها في الترتيب الثاني إنشاء موقع للتواصل العلمي قادر على تحمل الضغط الناتج عن كثرة المشتركين بنسبة (٢١,٥٪)، بينما جاءت تفعيل المحاضرات الالكترونية عن بعد سواء بالبت المباشر أو تسجيلها بالمكتبة الكترونية في الترتيب الثالث بنسبة (١٦,٥٪)، في حين جاء لكل جامعة موقع خاص بها وكل كلية وقسم تفرعات من هذا الموقع مجاني أو باشتراك رمزي لتطويره في الترتيب الرابع بنسبة (١٣٪)، يليها في الترتيب الخامس توفر قاعدة بيانات حديثة لمعرفة جميع حسابات الأساتذة للاستفادة من خبراتهم بنسبة (١٠,٥٪)، بينما جاء إعطاء الطلاب الحرية في ابداء الرأي لتسهيل اي استفسارات من الأساتذة في الترتيب السادس بنسبة (٧٪)، واخيرا جاء توافر الثقة والمصادقية في طرح المواضيع في الترتيب السابع بنسبة (٣٪).

مما سبق نلاحظ

ان رفع الوعي باستخدام وسائل التواصل لدى الأساتذة والطلاب وتدريبهم عليه للاستفادة من امكانياته جاء في مقدمة مقترحات (عينه الدراسة) لزيادة مستوى الاستفادة وتحسين جودة العملية التعليمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها في الترتيب الثاني إنشاء موقع للتواصل

العلمي قادر على تحمل الضغط الناتج عن كثرة المشتركين، بينما جاءت تفعيل المحاضرات الالكترونية عن بعد سواء بالبيت المباشر أو تسجيلها بالمكتبة الالكترونية في الترتيب الثالث. الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية مواقع الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها عينة الدراسة وبين حجم الاستخدام لها.

الفرض الأول

«توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوعية مواقع الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها عينة الدراسة وبين حجم الاستخدام لها.»
، ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

جدول رقم (٢٩) يوضح العلاقة بين نوعية مواقع الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها عينة الدراسة وبين حجم الاستخدام لها

ن	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	المتغير
٢٠٠			حجم الاستخدام
	٠,٧٦٠	٠,٠٢٢	فيس بوك
	٠,٤٧٩	٠,٠٥٠	تويتر
	٠,٩٩٥	٠,٠٠٠	يوتيوب
	٠,٣٣٢	٠,٠٦٩	انستجرام
	٠,٢٠٣	٠,٠٩٠	سناب شات
	٠,٠٤٥	*٠,١٤١	أخرى تذكر

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين نوعية مواقع الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها عينة الدراسة مثل (الواتس آب - BBM - البيبي - جوجل بلس) وبين حجم الاستخدام لها، حيث كانت ($r > 0,3$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٥.
- لا توجد علاقة بين نوعية مواقع الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها عينة الدراسة مثل (الفيس بوك - تويتر - يوتيوب - انستجرام - سناب شات) وبين حجم الاستخدام لها، حيث كانت ($r > 0,3$) وهي غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الأول قد تحقق جزئياً.

- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية وبين حجم الاستخدام لها

الفرض الثاني

« توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية وبين حجم الاستخدام لها ». «
، ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

جدول رقم (٣٠) يوضح العلاقة بين فاعلية

مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية وبين حجم الاستخدام لها

فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية			متغير تابع
			متغير مستقل
ن	مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	حجم الاستخدام
٢٠٠	٠,٠٣١	٠,١٥٣	

دال عند مستوى معنوية ٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية ضعيفة بين فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية وبين حجم الاستخدام لها، حيث كانت (ر > ٠,٣) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٥، أي أنه كلما زاد حجم الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي كلما زادت نسبة فاعلية هذه المواقع في العملية التعليمية.

مما سبق نلاحظ

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية وبين حجم الاستخدام لها، حيث كانت (ر > ٠,٣) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٥.

ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الثاني قد تحقق كلياً.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأساليب التي تستخدمها عينة الدراسة في التواصل من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وبين سرعة التفاعلية

الفرض الثالث

« توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأساليب التي تستخدمها عينة الدراسة في التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين سرعة التفاعلية ». «
، ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

جدول رقم (٣١) يوضح العلاقة بين الأساليب التي تستخدمها عينة الدراسة في التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين سرعة التفاعلية

سرعة التفاعلية			متغير تابع	متغير مستقل
ن	مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	الأساليب التي تستخدمها عينة الدراسة في التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	
٢٠٠	٠,٠٨٢	٠,١٢٣		

غير دال عند مستوى معنوية ٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق:

لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأساليب التي تستخدمها عينة الدراسة في التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين سرعة التفاعلية، حيث كانت ($r > 0,3$) وهي غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

ومن ثم يتضح عدم تحقق الفرض الثالث مما يجعلنا نقبل بالفرض البديل وهو:.

« لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأساليب التي تستخدمها عينة الدراسة في التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين سرعة التفاعلية ».
 الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع) تبعاً لنمط التعرض

في رأي الشخصي هذا الفرض سيحقق هذا المبدأ من مبادئ النظرية

بناء العلاقة الحوارية Creation of a dialogic Loop

النتائج العامة للدراسة

اتجهت الدراسة إلى التعرف على كيفية فاعلية استخدام طلاب وطالبات كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بجودة العملية التعليمية وتم اختيار عينة الدراسة من خلال:-
 مبررات اختيار طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كعينة للدراسة الميدانية الحالية:

- تعد كلية الإعلام والاتصال من أكبر الكليات التي تحتوي على عدد كبير من الأقسام العلمية الإعلامية حتى تحتوي على ستة أقسام بل وعلى مستوى العالم العربي
- تحتوي على عدد كبير من الطلاب بما يزيد عن ستة آلاف طالب وطالبة وهو ما يعتبر مبرر قوي لنتائج عدد كبير من طلاب الإعلام بالمملكة العربية السعودية.

- أن الشباب الجامعي هو قائد مسيرة التنمية مستقبلاً فهو أمل الأمة ومصدر قوتها.
- اعتماد الشباب الجامعي على الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية في التواصل التعليمي.
- وقد توصلت الدراسة إلى ما يلي:-**
- الدردشة مع الأصدقاء جاء في مقدمة اهداف استخدام طلاب كلية الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، يليه في الترتيب الثاني الاطلاع على أهم الأخبار والمستجدات العلمية، بينما جاء التعرف على الاتجاهات الجديدة في مجال دراستي في الترتيب الثالث.
- ارتفاع نسبة تفضيل أفراد العينة الذكور والإناث استخدام أسلوب التحوار مع الأساتذة علي حده إذا تطلب الأمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح أفراد العينة الإناث.
- ارتفاع نسبة تفضيل أفراد العينة الذكور والإناث المشاركة في مناقشة ما يلفت انتباههم ويحوز اهتمامهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تفوق أفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا بالمشاركة في مناقشة ما يلفت انتباههم ويحوز اهتمامهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس.
- ارتفاع نسبة حرص أفراد العينة الذكور والإناث على القيام بطرح الاستفسارات على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة لصالح الإناث.
- أن السؤال عن مواعيد تسليم التكاليف أو الاختبارات جاء في مقدمة نماذج تلك الاستفسارات المطروحة من (عينة الدراسة) على الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها في الترتيب الثاني السؤال عن مضمون المواد العلمية والمقررات الدراسية التي يقدمونها، بينما جاءت المشكلات الأكاديمية التي أتعرض لها مثل صعوبة فهمي لشيء معين في المحاضرة أقوم بالاستفسار عنها في الترتيب الثالث.
- ارتفاع نسبة حرص أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس والدراسات العليا على القيام بالتواصل والاتفاق أو الرد على الاستفسار من الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تفوق أفراد العينة الإناث في سرعة الردود والاستجابة بشكل فوري اثناء التحوار مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أفراد العينة الذكور.
- تفوق أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس في سرعة الردود والاستجابة بشكل فوري اثناء التحوار مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا، ولكن تتفوق أفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا على أفراد العينة بمرحلة البكالوريوس في الترتيب قليلا في الاستجابة حتى يتم عرض المزيد من التفاصيل.
- متجددة (إيجابية)، جامدة(سلبية) جاءت في مقدمة الصفات الإيجابية والسلبية الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، يليه في الترتيب الثاني جيدة (إيجابية)، سيئة (سلبية)، بينما يشترك في الترتيب الثالث الصفتين (شاملة (إيجابية)، منقوصة (سلبية) - بسيطة (إيجابية)، معقدة (سلبية).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة طلاب المرحلة الدراسية (بكالوريوس

- دراسات عليا) في درجة إبداء الرأي حول الصفات الإيجابية والسلبية الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي.
- أتمكن من المتابعة الجيدة والمستمرة لأسانذتي جاءت في مقدمة سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليه في الترتيب الثاني أتمكن من تلقي أسئلتهم بشكل جيد، بينما جاء أستطيع الوصول إلى الكتب والمراجع التي يمكن الاستفادة بها في الترتيب الثالث.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في سلوكيات (عينة الدراسة) أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ان إرسال روابط كتب ومحاضرات ومقاطع فيديو، وإرسال كافة المسودات التي لم أتمكن من كتابتها في المحاضرة جاء في مقدمة نماذج تحقق لعينة الدراسة الفهم الأمثل لقضية علمية أثناء التواصل مع الأساتذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها في الترتيب الثاني طرح قضية علمية للنقاش ويقوم الأستاذ بمتابعة الردود والتعقيب عليها، بينما جاءت النقاش مع مجموعات على سؤال مطروح من الأساتذة أو سؤال عن مشروع في الترتيب الثالث.

التوصيات

- القيام بحملات توعوية في أوساط الطلبة والأساتذة بأهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير العملية التعليمية.
- تجميع جهود الأساتذة الفردية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، وإيجاد معايير موحدة لها.
- أهمية تضافر جهود المؤسسات التربوية والتعليمية والأهلية والحكومية ووضع آليات لتحديد احتياجات الأبناء من أجل الوصول للاستخدام الأمثل من قبلهم لشبكات التواصل الاجتماعي.
- تشجيع الطالبات والطلاب وأعضاء هيئة التدريس بتوظيف التقنية في التعليم عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي لما له الأثر البارز في فاعلية العملية التعليمية وحتى يواكبوا التطور في التقنية ولا يكون هناك فصل بين التقنية والتعليم والتطور.
- توعية وتنقيف النشء بأن السلوك على الإنترنت يجب أن يكون مسؤولاً، كما لو كان في العالم الحقيقي.

المراجع

- ١- فراس محمد عودة دور شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، متاح أون لاين على: <http://elearning.iugaza.edu.ps/emag/article.php?artID=34>, Retrieved from:<http://elearning.iugaza.edu.ps/emag/article.php?artID=34>
- ٢- رشا أديب محمد عوض، آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في

- محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت، ورقة بحثية، جامعة القدس المفتوحة، فرع طولكرم، كلية التنمية الاجتماعية والأسرية، تخصص خدمة اجتماعية، ٢٠١٤، ص ٣٢.
- 3 - Jubran Almusam, Social Media Usage in Education: A Comparison between Saudi Arabia and the United States, **master thesis**, department of teacher education and leadership school of education Mississippi college.2016,p9.
- 4- Rios-Aguilar, C., Gonzalez Canche, M., Deil-Amen, R., & Davis, C. The role of social media in community colleges, Retrieved from http://www.academia.edu/1491571/The_Role_of_Social_Media_in_Community_Colleges.
- ٥- عوده سليمان مراد، وآخرون، درجة استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعية في العملية التعليمية وصعوبات استخدامها، دراسات، العلوم التربوية، المجلد ٤٣، ٢٠١٦، ص: ١٦٩٣، ١٧٠٩.
- ٦ - آية أحمد محمد عبد الجواد عياد، الاتصال التفاعلي في المؤسسات الحكومية في مصر من خلال شبكة الانترنت: (دراسة حالة على «الحكومة الالكترونية المصرية»)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧م.
- 7- Sebastian Martin, (2017) “Stakeholder dialogue on Facebook: Findings from German, Austrian and Swiss public utilities”, **International Journal of Energy Sector Management**, Vol. 11 Issue: 2, pp.257267-.
- ٨- معصم بلال جمعة، دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقة مع الجمهور الخارجي: دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية في دولة الإمارات، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٦م.
- ٩- حاتم على حيدر، استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٥م.
- 10 - Hether, H.J., (2014), Dialogic communication in the health care context: A case study of Kaiser Permanente’s social media practices, **Public Relations Review**, Vol.40, PP.856–858.
- ١١ - سماح عبد الرزاق غلاب، استخدام الإنترنت في ممارسة أنشطة العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الإنتاجية والخدمية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٤م.
- 12-Wirtz, J. & Ngondo, P., (2013), An Analysis of the Website Strategies of Top Fee-Generating U.S.-Based Public Relations Agencies, **Public Relations Journal**, Vol.7, No. 1, PP.1- 32.
- ١٣ - مروة اللاوندي، دور الاتصالات التفاعلية عبر المواقع الإلكترونية في تدعيم الحوار بين المؤسسة والجمهور، دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ٢٠١٣م.
- 14 - Kemna, T., (2013), Dialogue, Twitter and new technology-based firms: the communication practice on a social medium, **Master’s Thesis**, Stockholm University.
- ١٥ - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط٢ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥) ص ١٣٣
- ١٦- عاطف عدلي العبد، الإعلام العماني وقضايا البيئة، ط١ (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٩م) ص ٤٠

- ١٧ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠م) ص ١٥٨
- ١٨ تم التحكيم الإستمارة من الآتى أسمائهم:
- أ.د/ عبد الله بن محمد الرفاعي عميد كلية الإعلام والاتصال -جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
 - أ.د. عثمان بن محمد الأخضر العربي أستاذ الإعلام جامعة الملك سعود
 - د/ علي ديكل علي العبدلي العنزي أستاذ الإعلام جامعة الملك سعود ورئيس قسم الإعلام
 - أ.د/ فاطمة الزهراء محمد السيد الأستاذ المساعد جامعة القاهرة
 - أ.د/ ثريا أحمد البيدوي أستاذ الإعلام جامعة القاهرة
 - أ.د/ محمود حمدي عبد القوى أستاذ ورئيس قسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنيا.
 - د/ أحمد كمال مدرس بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة حلوان
 - د/ وليد محمد الهادي مدرس بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة حلوان
- 19- Kent M. & Taylor M, Dialogic Relationships Through the World Wide Web, **Op. Cit.** p325.
- 20 - Kent M. & Taylor M, Dialogic Relationships through the World Wide Web, **Op. Cit.** p. 270.
- Waters, Richard D. & Wang, Meredith L., (2012), “Examining how industries engage the media: Comparing American and German agricultural associations’ web sites “Journal of Communication Management, Vol. 16, No. 1, pp. 2038-
- 21 - Yang, Aimei& Taylor, Maureen (2010), “**Relationship-building by Chinese ENGOs’ websites: Education, not activation**” Public Relations Review, vol,36, pp. 342–351
- 22 - Ibid p. 270.
- 23 - Kaye, B. K. (2007). Web site story: **An exploratory study of blog use motivations.** In M. Tremayne (Ed.), Blogging, citizenship and the future of media (pp. 127148-). New York, NY: Routledge.
- 24- Taylor M., Kent M. & White W, How Activist Organizations Are Using the Internet to Build Relationships, **Op. Cit.** p. 278.
- 25 - Ibid p. 270.
- 26 - McAllister-Greve, Sheila,(2007). “**It Sounds Good in Theory but... Organizational Factors Inhibiting Dialogic Relationship-Building via the Internet**” Paper presented at the annual meeting of the NCA 93rd Annual Convention, TBA, Chicago, IL, Nov 15, 2007
- 27 - Waters, Richard D., et al. (2011), “ Applying the dialogic theory to social networking sites: Examining how university health centers convey health messages on Facebook” Journal of Social Marketing, Vol. 1 No. 3, pp. 211227-
- 28 - Ibid, p. 271.
- 29 - English, Kristin.(2009), “**Tubers Talk: Examining the Comments on Presidential YouTube Videos Using Dialogic Theory**” Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Marriott, Chicago, IL, May 20, 2009