

دور وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية لطلبة التصميم الداخلي

The Role of Social Media In the Education Process of Interior Design Students

د/ أحمد محمد العوضي

أستاذ مساعد، قسم التصميم الداخلي، كلية التربية الأساسية، العارضية، دولة الكويت، Amh.Alawadhi@paaet.edu.kw

د/ فوزي الزامل

أستاذ مشارك، قسم التصميم الداخلي، كلية التربية الأساسية، العارضية، دولة الكويت، Fa.Alzamil@paaet.edu.kw

كلمات دالة: Keywords

تصميم داخلي- وسائل التواصل الاجتماعي- العملية التعليمية

ملخص البحث: Abstract

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزء من حياتنا اليومية وأداة منتشرة للبحث وإنشاء ومشاركة محتوى مجال التصميم الداخلي، خلقت وسائل التواصل الاجتماعي مصادر لا نهاية لها بأي موضوع يرغبون به وبسرعة (Kenyon, 2019) لتصبح أداة هامة في مجال دراسة التصميم الداخلي لتحسين التحصيل العلمي وأداء الطلبة، على الرغم من أهمية وانتشار وسائل التواصل إلا أن الدراسات في هذا المجال محدودة ونادرة، يهدف هذا البحث إلى إلقاء الضوء على استخدامات طلبة التصميم الداخلي لشبكات التواصل الاجتماعي وتقييم الطلبة والمعلمين بالدور الحيوي الذي تلعبه وسائل التواصل ومحاولة إيجاد علاقة متوافقة ما بين العملية التعليمية ودراسة التصميم الداخلي، طور الباحثان الاستبانة الحالية بالتركيز على منصات مشاركة المصادر والتواصل مع الآخرين (Cho & Cho, 2020) بالإضافة إلى دور القسم العلمي في وسائل التواصل الاجتماعي، بينت النتائج التي حصل عليها الباحثين من الاستبانة بتأكيد دور وسائل التواصل الاجتماعي واعتماد الطلبة عليها للحصول على المعلومات والمصادر لمساعدتهم في دراسة التصميم الداخلي وجود إيجابيات عديدة لاستخدامها وقصور الهيئة التدريسية والقسم العلمي في تحفيزهم على استخدامها أثناء دراستهم.

Paper received 12th January 2023, Accepted 4th March 2022, Published 1st of May 2023

3- القصور بإشراك وسائل التواصل الاجتماعي بمناهج دراسة التصميم الداخلي بدولة الكويت.

أهداف البحث: Research Objectives

- 1- إلقاء الضوء على استخدامات طلبة التصميم الداخلي لشبكات التواصل الاجتماعي ومحاولة إيجاد علاقة متوافقة مع العملية التعليمية ومتطلبات مقررات التصميم الداخلي.
- 2- تفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي في المقررات الدراسية لتخصص التصميم الداخلي.
- 3- تقييم الطلبة والمعلمين بالدور الحيوي الذي تلعبه وسائل التواصل بتحويل المادة التعليمية وأسس العمل الجماعي والتواصل الأكاديمي السليم لتحسين العملية التعليمية وتطويرها.
- 4- إدراك أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول التعليمي لمناهج التصميم الداخلي وتأثيرها على مخرجات الطلبة.

أهمية البحث: Research Significance

تزيد المتخصصين في مناهج تعليم التصميم الداخلي ببعض المقترحات لاستخدام الطلبة لمنصات التواصل الاجتماعي وتوافقها مع التخصص للوصول إلى واقع أهمية تفعيل شبكات التواصل الاجتماعي لمعلمي التصميم الداخلي.

فرض البحث: Research Hypothesis

الاستخدام السليم لشبكات التواصل المتعلقة بالتصميم الداخلي وإشراك القسم العلمي فيها يساهم بوعي الطلبة في تخصص التصميم الداخلي والاستخدام الأمثل للمصادر والمعلومات مما يرفع من أدائهم في المقررات واجتهادهم في التخصص.

منهج البحث: Research Methodology

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي من خلال استبيان لاستطلاع رأي الطلاب عن استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي ودور قسمهم العلمي فيها.

حدود البحث: Research Delimitations

- الحدود البشرية: طلبة وطالبات تخصص التصميم الداخلي.
- الحدود المكانية: الكليات والجامعات الحكومية والخاصة في الكويت.

المقدمة: Introduction

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي في بداية القرن العشرين جزء من حياتنا اليومية ووجدت طريقها إلى تخصص التصميم الداخلي لتصبح أداة منتشرة للبحث وإنشاء ومشاركة محتوى متعلق بالتصميم الداخلي، وجدت وسائل التواصل لتوفر وسيلة تواصل بين الأشخاص من مسافات بعيدة ليشاركوا بسهولة المعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو وإرسال رسائل وإنشاء محادثات، أما العنصر الاجتماعي موجود لكونه يتيح التواصل بين الأصدقاء والمعارف بكل سهولة ويسر.

توفر منصات وسائل التواصل الاجتماعي حصيلية متنوعة من المعلومات والأفكار يستطيع الأشخاص التعلم والاستلهم منها، على الرغم من أهمية وانتشار وسائل التواصل إلا أن الدراسات في هذا المجال وكيفية تبنيها وتكيفها لتخصص التصميم الداخلي تحديداً محدودة ونادرة، بالرغم من وجود دراسات تستكشف طبيعة هذه المنصات بشكل عام مثل دراسة النجادة والأنصاري (2018) إلا أن هناك قصور ونقص في المعلومات عن كيفية استفادة برامج التصميم الداخلي لمنصات التواصل الاجتماعي واكتشاف مميزاتها ومساوئ استخدامها.

في السابق كان معناد لطلبة التصميم الداخلي الاستعانة بالكتب والمجلات كمصادر معلومات وإلهام وتغذية بصرية أما الآن فوسائل التواصل الاجتماعي خلقت فرص أفضل لمصادر لا نهاية لها بأي موضوع يرغبون به وبسرعة لحظية (Kenyon, 2019)، يمكن لوسائل التواصل أن تصبح أداة هامة في مجال دراسة التصميم الداخلي لتحسين تحصيل وأداء الطلبة في حال طبقت بشكل سليم لتصبح مصدر موثوق للطلبة، ولفهم استخدامات طلبة التصميم الداخلي لهذه الوسائل كغاية مهمة علينا الإجابة على الأسئلة التالية: أي منصة تعتبر أكثر فعالية ولأي استخدام؟ ما هي فائدة وسائل التواصل في التعليم؟ وما المميزات والعيوب التي يتعلمها الطلبة عن طريق وسائل التواصل؟

مشكلة البحث: Statement of the Problem

- 1- عدم إدراك دور وفعالية وسائل التواصل الاجتماعي على العملية التعليمية لطلبة التصميم الداخلي بدولة الكويت.
- 2- عدم استحسان معلمي مقررات التصميم الداخلي لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بدولة الكويت.

3- منصات مشاركة المصادر مثل Pinterest & Instagram
كما يمكن حصر استخدامات وسائل التواصل الأساسية في
الاستخدامات التالية (Izadpanah, 2021):

- 1- للبحث البصري (تغذية بصرية)
- 2- توثيق إلكتروني
- 3- مصدر للإلهام
- 4- مشاركة المعلومات والتعلم منها

تتيح منصة Facebook التواصل مع الأصدقاء والأقارب
والمعارف عن طريق نشر صور ومعلومات وبناء العلاقات وتحفيز
الغير ليكونوا جزء من المجتمع، منصة Pinterest هي منصة
مجانية للبحث المرئي عن صور مجمعة من الإنترنت ومرتبطة
كمواضيع معينة، يمكن اعتباره كاليوم صور يختصر طريق البحث
عن صور معينة في شبكة الانترنت، تطبيق Instagram هو منصة
تتيح للمستخدمين مشاركة صور ومقاطع فيديو مع الآخرين، وتتعدد
مزايها حيث أصبح يتيح بث حي Live والتي تعتبر من المميزات
المطلوبة للمستخدمين، Youtube هي منصة لمشاركة مقاطع
الفيديو الطويلة والقصيرة بمختلف المجالات وبمحتوى متعدد منها
التعليمي والترفيهي، منصة Twitter تتيح للمستخدمين التواصل
اللحظي عن طريقة كتابات قصيرة لتحفيز التفكير والتواصل بين
الأعضاء، أما تطبيق Snapchat يتيح للمستخدمين إرسال واستقبال
مقاطع فيديو وصور لها توقيت محدد قبل زوالها.

- الحدود الزمانية: طُبِقَ البحث في الفصل الدراسي الأول لعام
2022/ 2023.

مصطلحات البحث: Research Terms

وسائل التواصل الاجتماعي: مواقع وتطبيقات تسمح لمستخدميها
بالترابط الافتراضي عن طريق التواصل بمشاركة معلومات
ورسائل وتعليقات وصور.

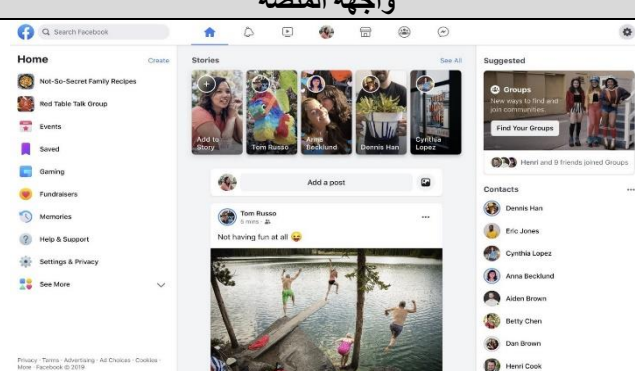
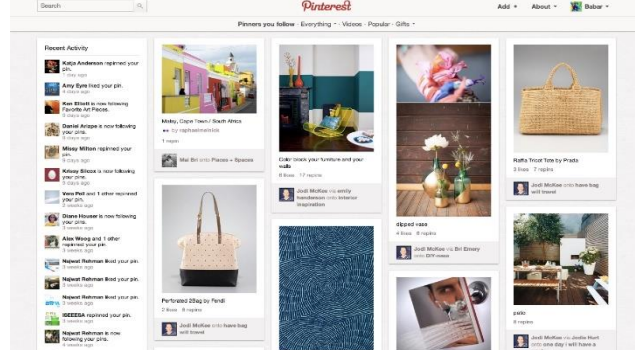

الإطار النظري: Theoretical Framework

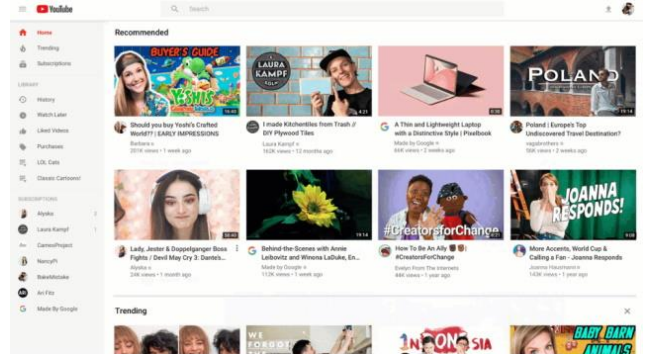
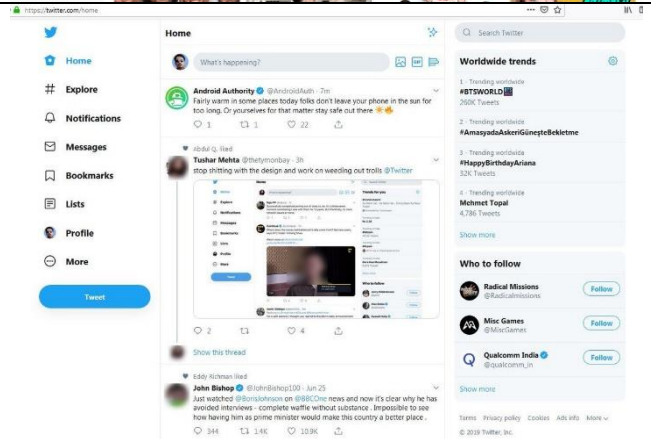
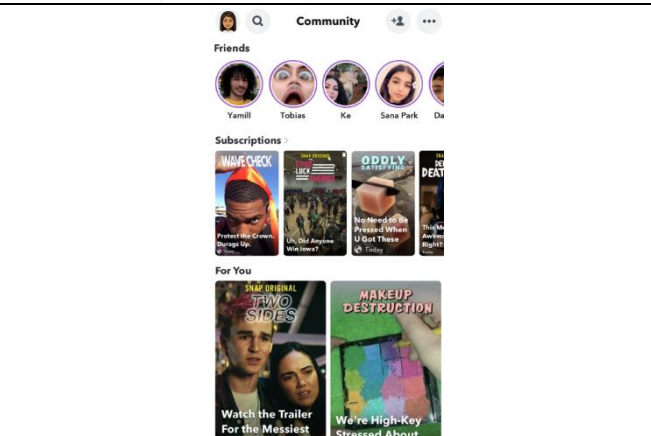
1-1 منصات وسائل التواصل الاجتماعي:

تعرف وسائل التواصل على أنها: جميع المواقع والتطبيقات التي
تتيح للمستخدم إنشاء وتوزيع محتوى للتواصل مع مستخدمين آخرين
أو للبحث عن أشخاص بميول مشابهة (Waite and Dictionaries, 2015)،
هذا التعريف يشمل منصات عديدة مثل
(Twitter و Youtube و Facebook، يستطيع مستخدمين وسائل
التواصل أن ينشئوا حسابات خاصة لنشر المعلومات والآراء
الملفات بكل أنواعها، كما أن اختراع الهاتف الذكي له الفضل
بزيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتيسير استخدام هذه
المنصات بسهولة ويسر للجميع، صنفت منصات التواصل
الاجتماعي بطرق عديدة تبعاً لطريقة استخدامها (Cho & Cho,
2020)، يمكن حصر أنواع وسائل التواصل كالتالي:

- 1- منصات صناعة المحتوى مثل Wiki.
- 2- منصات التواصل مع الآخرين مثل Facebook & Twitter.

جدول (1) أنواع وسائل التواصل الاجتماعي

اسم المنصة	نوع المحتوى	طبيعة الاستخدام	واجهة المنصة
Facebook	صور ومعلومات ومقاطع فيديو وبث حي	يمكن للمستخدم نشر محتوى مرئي أو كتابة ومتابعة أشخاص آخرين والتواصل معهم	
Pinterest	صور	يمكن للمستخدم البحث عن صور وحفظها بألبومات معينة ومتابعة مستخدمين آخرين ومشاهدة اختياراتهم للصور	
Instagram	صور ومقاطع فيديو وبث حي	يمكن للمستخدم نشر صور ومقاطع وبث حي ومتابعة مستخدمين آخرين والتعليق على منشوراتهم والإعجاب بها والتواصل معهم	

	<p>يمكن للمستخدم البحث عن مقاطع فيديو ومناة قنوات مستخدمين آخرين ونشر مقاطع فيديو وتسجيل حي</p>	<p>مقاطع فيديو وبث حي</p>	<p>Youtube</p>
	<p>يمكن للمستخدم نشر محتوى كتابي وإرفاق صور أو مقاطع فيديو ومتابعة اشخاص آخرين والتواصل معهم</p>	<p>كتابة (تغريدات) بعدد محدد من الحروف مع صور ومقاطع فيديو</p>	<p>Twitter</p>
	<p>يمكن للمستخدم نشر صور أو مقاطع فيديو لمتابعيه بتوقيت زمني معين ومتابعة اشخاص آخرين والتواصل معهم</p>	<p>صور ومقاطع فيديو</p>	<p>Snapchat</p>

2.05 مليون شخص في الكويت يستخدم منصة Facebook ما يقارب 57.2% من تعداد سكان دولة الكويت، في حين يستخدم 2.40 مليون شخص في الكويت منصة Instagram أي ما يقارب 55.1% من سكان دولة الكويت، أما منصة Youtube فيستخدمها 3.62 مليون شخص ما يقارب 83.1% من تعداد سكان الكويت، ويستخدم 1.45 مليون شخص في الكويت منصة Twitter لتكون نسبة 40.5% من سكان الكويت، وأخيراً يستخدم 1.95 مليون شخص تطبيق Snapchat في الكويت، بناء على إحصائيات الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات (Citra, n.d.) لمنصات التواصل الاجتماعي الأكثر استهلاكاً لساعات الإنترنت في دولة الكويت يحتل Facebook المرتبة الأولى يليها Twitter بالمرتبة الثانية، ويحتل تطبيق Instagram المرتبة الرابعة أما منصة Pinterest فهي في المرتبة السادسة، أما منصة Youtube فحل بالمرتبة الثانية في ترتيب منصات الفيديو الأكثر استهلاكاً لساعات الإنترنت في دولة الكويت.

3-1 فوائد وسلبيات وسائل التواصل في التدريس:

أداء الطلبة في البيئة التعليمية يتأثر بعوامل عديدة إلا أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أدائهم التعليمي من أهم هذه العوامل كونهم يقضون وقتاً طويلاً للتواصل ومشاركة المعلومات على منصات وسائل التواصل الاجتماعي (Boateng & Amankwaa,

2-1 استخدامات وسائل التواصل في الكويت:

يقضي الناس بمعدل 6 ساعات على منصات وسائل التواصل الاجتماعي (Hruska & Maresova, 2020)، الإحصائيات العالمية تبين أن مستخدمي وسائل التواصل في ازدياد كل سنة حيث وصل عدد المستخدمين في أوائل سنة 2022 إلى 4.55 بليون مستخدم بزيادة تقدر إلى 400 مليون مقارنة بعام 2021 (Hines, 2022)، كما أن من المتوقع ارتفاع أعداد المستخدمين بشكل مستمر في القرن القادم.

تعد دولة الكويت من الدول التي دخلت وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق واسع، فهي تعتبر مجمع العلاقات الرقمية مقارنة بباقي الدول العربية (AlAjeel, 2018) حيث بلغت نسبة الأفراد التي يستخدمون الإنترنت بشكل يومي في دولة الكويت هي 95.7% (Citra, n.d.)، يقدر عدد مستخدمي وسائل التواصل بدولة الكويت بما لا يقل عن 4.05 مليون مستخدم (Kemp, 2022)، أي بنسبة 93% من تعداد سكان دولة الكويت، حيث أن أكثر المنصات استخداماً هي Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Tik Tok, and Snapchat، لفهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في مجال التصميم بالكويت علينا أن نبين استخدامات وسائل التواصل في دولة الكويت.

طبقاً لإحصائيات Kemp (2022) لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي بدولة الكويت في أوائل سنة 2022 فإن هناك قرابة

وسائل التواصل، أي أشخاص لهم القابلية على إنشاء تواصل قوي ومقنع مع مجموعة كبيرة من الأشخاص، يصل اهتمام المصممين في وسائل التواصل إلى أن يركزوا على إنشاء تصاميم جذابة في الواقع لجذب انتباه الزوار بهدف تصوير التصميم ونشر الصور في منصات وسائل التواصل كنوع من التسويق الغير مباشر.

5-1 دور وسائل التواصل الاجتماعي في مناهج التصميم الداخلي:
يعد طلبة التصميم الداخلي من أكبر مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي (Izadpanah, 2021) حيث يقومون باستخدام منصات مثل Pinterest للبحث والمشاركة، البحث عن الصور وجمع عينات وأمثلة لتكوين معلومات عن موضوع معين عامل أساسي لمراحل تطور التصميم لذا هذه الحصيلة البصرية المكثفة تجذب طلبة التصميم والمصممين الجدد، بالرغم من أن أساتذة التصميم والمصممين والباحثين يؤمنون بالدور الرئيسي في البحث عن الصور كجزء من التغذية البصرية إلا أن هناك رهبة بينهم لخطورة الاعتماد على وسائل التواصل كمصدر أساسي (Izadpanah, 2021)، هذا الخوف نابع عن قلقهم من خطورة قضاء وسائل التواصل على الإبداع والأصالة في التصميم واعتماد الطلبة على التقليد، للأسف واقع الاعتماد على صور التصميم في النسخ بدلاً من الإلهام يدمر مبادئ التصميم والتطورات التي يجب أن يمر أي تصميم من خلالها في مرحلته المختلفة.

طلبة مقررات ستوديو التصميم بالذات يحتاجون إلى تعليمات موجهة لطريقة البحث واستخدام الصور والمعلومات المتاحة عن طريق منصات التواصل الاجتماعي للاستفادة منها في مشاريعهم وتحفيز إبداعهم (Filgo & Martinsen, 2017)، من مخاطر الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي هو المعلومات المضللة حيث تتواجد خطورة انتشار معلومات خطأ وتشوه فكر طلبة التصميم نتيجة الاعتماد على صور دون وجود أساس علمي وتقني لم يكسبوه خلال فترة دراستهم (Izadpanah, 2021). بلا شك هناك مميزات وعيوب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلا أن يمكننا من خلال الدراسات توعية مجتمع التصميم عن محاسنها وسيئات استخدامها لتكوين استراتيجيات تساعد الطلبة والمصممين المبتدئين بكيفية استخدام هذه المنصات بكفاءة، من خلال تثقيف وتعليم الطلبة طريقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال مشاريعهم تمكن الطلبة من تطوير طريقة بحثهم وإتقانها كأدوات مساعدة مما يساهم بزيادة حماس الطلبة وزيادة مستوى انتباههم (Filgo & Martinsen, 2017).

2- تصميم الاستبانة:

لقياس تساؤلات الباحثين ومعرفة دور منصات وسائل التواصل الاجتماعي بين طلاب وطالبات التصميم الداخلي كان لابد من عمل استبانة، طور الباحثان الاستبانة الحالية حيث ركزت الاستبانة على منصات مشاركة المصادر والتواصل مع الآخرين (Cho & Cho, 2020)، بالرغم من فوائد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الجماعي إلا أن البحث سيركز على العمل الفردي واجتهادات الطالب في استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي بمفرده مع أفراد غير الطلبة.

قسمت الاستبانة إلى ثلاث أقسام رئيسية:

- 1- استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي: الهدف من هذا الجزء معرفة المنصات التي يستخدمها الطلاب وكيفية استخدامهم واعتمادهم عليها.
 - 2- مميزات وعيوب استخدام وسائل التواصل: الهدف من هذا الجزء معرفة مميزات استخدام الطلبة لمنصات التواصل وعيوب استخدامهم لها.
 - 3- دور القسم العلمي في وسائل التواصل الاجتماعي: الهدف في هذا الجزء هو معرفة علاقة القسم العلمي في الكلية بوسائل التواصل وتفاعله مع المنصات كوسيلة تواصل بينه وبين الطلبة.
- توزيع الاستبانة:

(2016)، تنتج وسائل التواصل الاجتماعي سرعة التواصل والتعقيب بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس بداخل وخارج الفصل (Whyte, Hennessy, 2017) & مما يسرع سرعة الحصول على المعلومات وبالتالي يحسن من فعالية العملية التعليمية، سرعة وسهولة التواصل كانت مرتبطة بزيادة مستوى الرضا لدى الطلبة حيث مكنت وسائل التواصل الطلبة من التواصل مع مختصين وأكاديميين من مختلف القارات والحصول على الرد في لحظات (Whyte, & Hennessy, 2017).

من خلال الدراسات اكتشفوا أن الطلبة من جامعات مختلفة يجدون وسيلة استخدام وسائل التواصل محفزة للتعليم أكثر من المحاضرة التقليدية (Whyte, & Hennessy, 2017) حيث كانوا على ثقة أكثر في اكتساب المعلومات ومناقشة مواضيع ومشاركة رأيهم بين الطلبة وبالتالي حسنت من أدائهم التدريسي، فسر Johnson et al (2016) كيف مكنت وسائل التواصل من خلق بيئات تعلم خاصة Personal Learning Environments حيث يتيح هذا التوجه للطلاب أن يختار الأداة التعليمية المناسبة له سواء كانت فيديو أو صورة أو لعبة، الهدف من هذا التوجه هو أن يكون الطالب متحكم من طريقة تعليمه ليصبح أدائه أفضل، فعلياً هذا التوجه مناسب أكثر للحياة العملية في عصرنا هذا حيث أن عالمنا يتعدّد أكثر باستمرار وأصبح استخدام وسائل التواصل ضرورة ومهارة على الجميع إتقانها في المستقبل.

استخدام وسائل التواصل يعد خيار طبيعي ومنتشر في بيئة العمل الاحترافية للتعاون بين أفراد الفريق لطبيعته الديناميكية المناسبة لمراحل التصميم (Cho & Cho, 2020)، في البيئة التعليمية التي تتطلب العمل التعاوني (مثل مقررات ستوديو التصميم) هناك عاملان رئيسيان: البعد الفكري ويتضمن مهارات ذهنية وخزينة من المعلومات، وبعد اجتماعي يتضمن المشاركة الاجتماعية، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعتبر نتيجة للعاملين معاً مما يحقق تعاون ناجح بين الطلبة في البيئة التعليمية ويؤدي إلى زيادة التواصل والمشاركة في البيئة التعليمية.

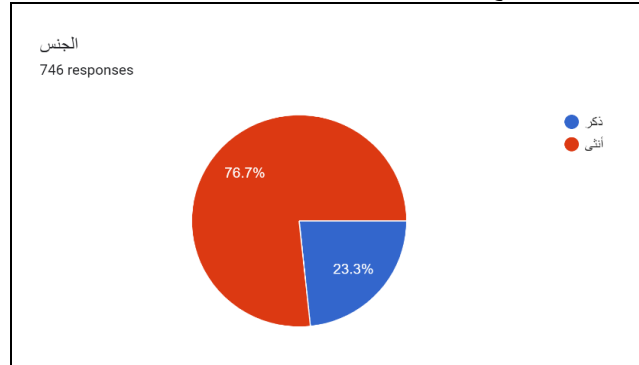
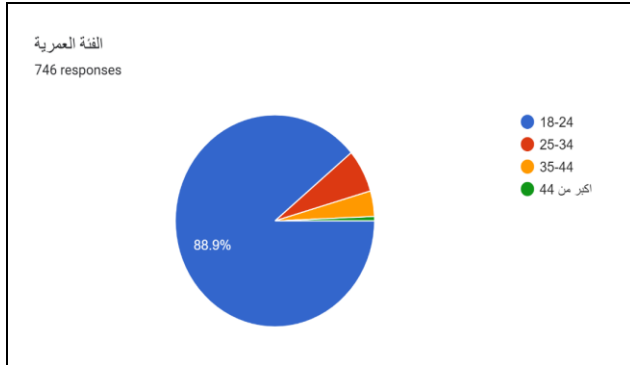
4-1 علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالتصميم الداخلي:

أزالت وسائل التواصل الاجتماعي الحواجز بين المصممين والناس ولهذا يرى المصممون وسائل التواصل كغاية لجذب عملاء جدد، بل يجاهد بعض المصممين بتسويق عملهم في منشورات وسائل التواصل وتحسين صورة ملف حسابهم فيها للحصول على متابعين (Izadpanah, & Gunce, 2021) بالنسبة للمصممين فإن التحفيز البصري أساسي في مجال التصميم الداخلي مما يفسر لجوء المصممين لمنصات وسائل التواصل كونها مرجع مهم لا نهاية لها (Kenon, 2019)، يتواجد الاستلهام عامةً في مرحلة الحضنة بالتصميم بعد جمع المصمم للمعلومات والمصادر وقبل الوصول للفكرة التصميمية (Kenon, 2019)، لذا يعتمد المصممين الداخليين والعملاء سواء على المنصات مثل Pinterest في البحث عن تصاميم تناسب أفكارهم وميولهم لمشاريعهم الخاصة ويتابعون صناع ومصممين وفنانين بذوق مقارب لهم ومن جميع أنحاء العالم، مراحل التصميم الإبداعية هي منهجية تفكير يخرج من خلالها المصممون مجموعة أفكار لذا الأبحاث في هذا المجال تنير الباحثين بمسببات الاستلهام لفهم مصدر أفكار التصميم والمكان المناسب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلالها (Kenon, 2019).

عندما يتعرف الأشخاص على مصمم أو نوع جديد من التصميم فإنهم يسارعون بالبحث عنه في الإنترنت ليجدوا وجود له في وسائل التواصل الاجتماعي، تشير الاحصائيات إلى أن 76% من المصممين المحترفين لهم تواجد فعال في وسائل التواصل الاجتماعي (Izadpanah, & Gunce, 2021) مما أدى إلى ظهور توجه المبدعون وصناع المحتوى في مجال التصميم بطرح منشورات وتفاعلهم في وسائل التواصل لاعتبارهم كمؤثرين في

ركزت العينة المستهدفة للبحث على طلبة وطالبات تخصص التصميم الداخلي في الكويت حيث أرسل الباحثون رابط الاستبانة في موقع Google Form لأساتذة التصميم الداخلي في دولة الكويت كما تم نشر الاستبانة بوسائل التواصل الاجتماعي، بعد نشر رابط الاستبيان الإلكتروني يقوم الطالب بالدخول عليه في موقع Google Form للإجابة على الأسئلة وتسجيل إجاباتهم.

3- تحليل النتائج:

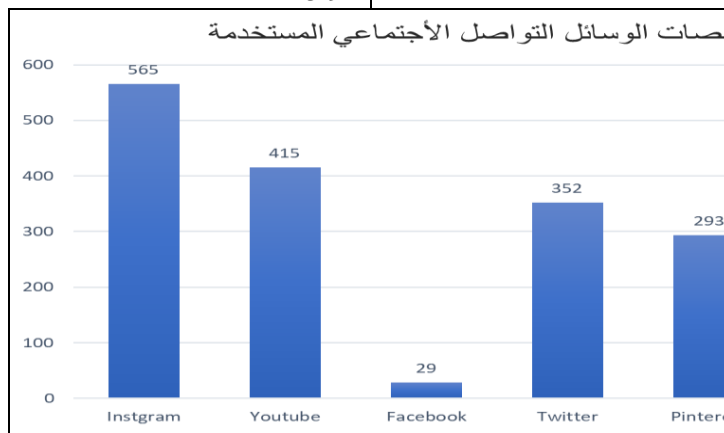


شكل (2) نسب الفئات العمرية المشاركة في الاستبيان

شكل (1) نسبة الجنس المشاركة في الاستبيان

أما منصة Twitter كانت نسبتها 47.2%، بعدها منصة Pinterest بنسبة 39.3%، وأخيراً منصة Facebook بنسبة 3.9%.

3-1 الجزء الأول: استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي: يستخدم أغلب الشريحة منصة Instagram بنسبة 75.7%، يليها Snapchat بنسبة 71.4%، ثم منصة Youtube بنسبة 55.6%.



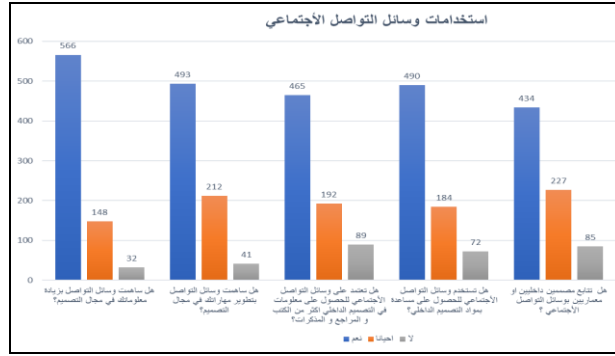
شكل (3) نسب منصات التواصل الاجتماعي المستخدمة

في حين يعتمد 62.3% على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات في التصميم الداخلي أكثر من الكتب والمراجع والمذكرات، ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي بتطوير مهارات 66.1% من العينة وزيادة معلومات 75.9% في التصميم الداخلي.

يستخدم 61.8% من العينة وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة حسابات متخصصة في التصميم الداخلي، ويتابع 58.2% منهم مصممين داخليين ومعماريين في وسائل التواصل الاجتماعي، يستخدم 65.7% من العينة وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على مساعدة بمواد التصميم الداخلي.

جدول (2) نسب وسائل التواصل الاجتماعي

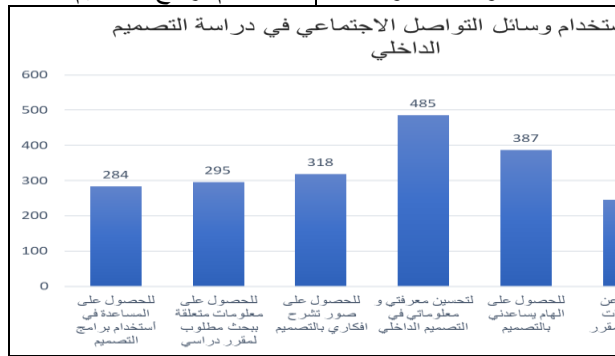
م	استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي	نعم		أحياناً		لا	
		العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
1	هل تتابع حسابات متخصصة في التصميم الداخلي بوسائل التواصل الاجتماعي؟	461	61.8%	250	33.5%	35	4.7%
2	هل تتابع مصممين داخليين أو معماريين بوسائل التواصل الاجتماعي؟	434	58.2%	227	30.4%	85	11.4%
3	هل تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على مساعدة بمواد التصميم الداخلي؟	490	65.7%	184	24.7%	72	9.6%
4	هل تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات في التصميم الداخلي أكثر من الكتب والمراجع والمذكرات؟	465	62.3%	192	25.7%	89	11.9%
5	هل ساهمت وسائل التواصل بتطوير مهاراتك في مجال التصميم؟	493	66.1%	212	28.4%	41	5.5%
6	هل ساهمت وسائل التواصل بزيادة معلوماتك في مجال التصميم؟	566	75.9%	148	19.8%	32	4.3%



شكل (4) نسب استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي

الاجتماعي لتحسين معرفته ومعلوماته في التصميم الداخلي، في حين يستخدمها 42.6% للحصول على صور تشرح أفكاره بالتصميم، 39.5% للحصول على معلومات متعلقة ببحث مطلوب لمقرر دراسي، و 38.1% من الشريحة للحصول على المساعدة في استخدام برامج التصميم.

3-2 الجزء الثاني: مميزات وعيوب استخدام وسائل التواصل: عند سؤال العينة على أهداف استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في دراسة التصميم الداخلي، اختار 46.5% من العينة البحث عن صور عينات وخامات بينما اختار 33% البحث عن مخططات لمشروع مقرر، يستخدم 51.9% لوسائل التواصل



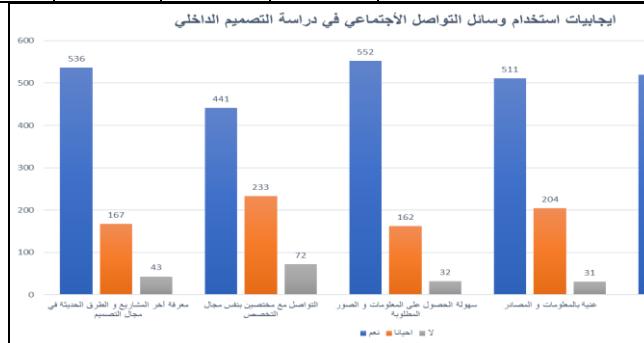
شكل (5) نسب أهداف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دراسة التصميم الداخلي

المعلومات والصور المطلوبة، اختار نسبة 59.1% للتواصل مع مختصين بنفس مجال التخصص، أما 71.8% من العينة اختاروا معرفة آخر المشاريع والطرق الحديثة في مجال التصميم.

عند سؤال العينة على إيجابيات استخدام منصات التواصل الاجتماعي في دراسة تخصص التصميم الداخلي، اختار 69.7% من العينة لحدائثة المعلومات والتصاميم، اختار 68.5% لكونها غنية بالمعلومات والمصادر، حدد 73.9% اختياره لسهولة الحصول على

جدول (3) ايجابيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دراسة التصميم الداخلي

م	إيجابيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دراسة التصميم الداخلي		نعم		لا	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
1	520	69.7%	204	27.3%	22	2.9%
2	511	68.5%	204	27.3%	31	4.2%
3	552	74.0%	162	21.7%	32	4.3%
4	441	59.1%	233	31.2%	72	9.7%
5	536	71.8%	167	22.4%	43	5.8%

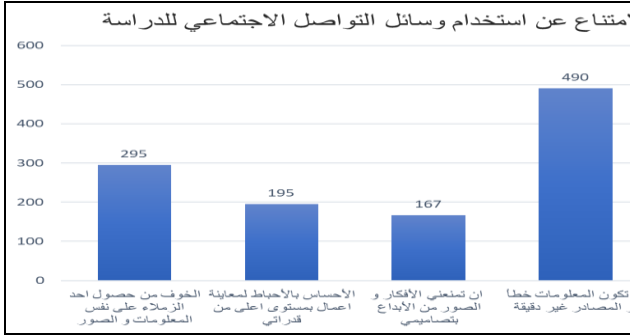


شكل (6) نسب ايجابيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دراسة التصميم الداخلي

تمنع طلبة التصميم الداخلي من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دراستهم، اختار 49.2% لخوفهم من نسخ أو تقليد تصاميم، 65.7% في حال أن تكون المعلومات خطأ أو المصادر غير دقيقة، 22.4% للخوف من أن تمنعه الأفكار والصور من الإبداع

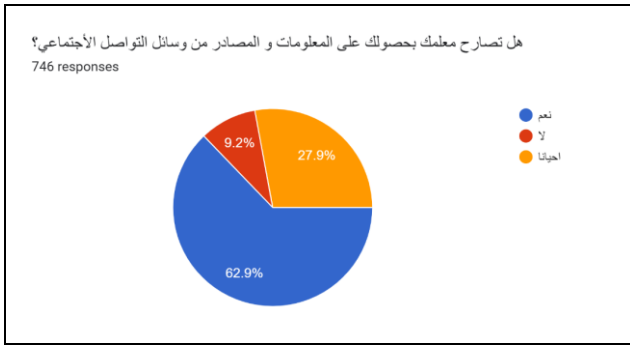
يفضل أغلب الشريحة 70.8% المنشورات بطريقة فيديو مسجل للاستفادة من مواضيع التصميم الداخلي، يليها المنشور بطريقة بوست أو صور بنسبة 19.8%، ثم تصوير حي 7.5%، وأخيراً النشر بطريقة كتابة بنسبة 1.9%، عند السؤال عن الأسباب التي

نفس المعلومات والصور.



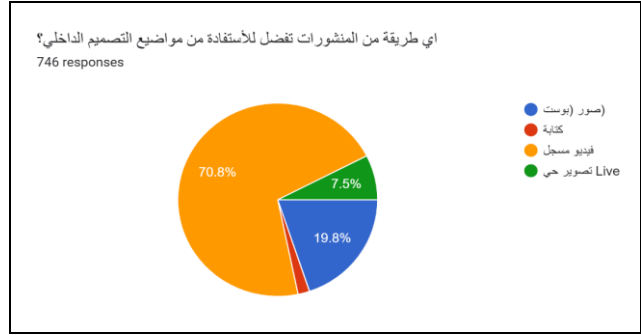
شكل (8) نسب أسباب الامتناع عن استخدام وسائل التواصل

والمصادر من وسائل التواصل الاجتماعي، جابو 62.9% من العينة بنعم، 27.9% أحياناً و9.2% بلا، في حين يشجع المعلمين 43.7% من الطلبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمساعدتهم في دراستهم أو مشاريعهم، 44.9% يشجعونهم أحياناً و11.4% لا يشجعونهم على استخدام وسائل التواصل.



شكل (10) نسب مصارحة المعلمين بمصدر المعلومات

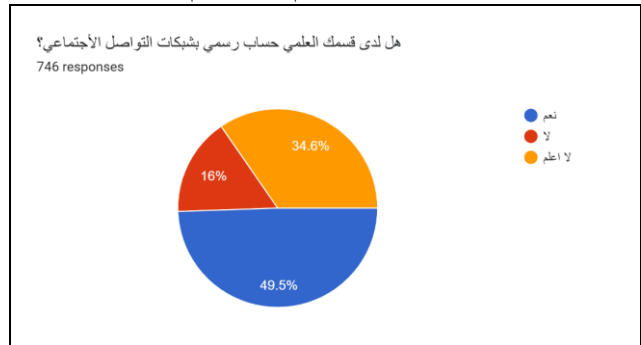
بتصميمهم، 26.1% للإحساس بالإحباط لمعالجة أعمال بمستوى أعلى من قدراته، و39.5% للخوف من حصول أحد الزملاء على



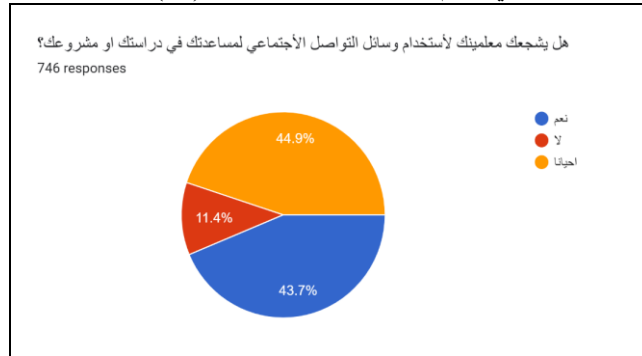
شكل (7) نسب أفضل طريقة للمنشورات

3-3 الجزء الثالث: دور القسم العلمي في وسائل التواصل الاجتماعي:

أكد 49.5% من العينة بوجود حسابات رسمية لقسمهم العلمي في وسائل التواصل، في حين 16% ليس لديهم حسابات ولا يعلم 34.6% من الطلبة إذا لدى قسمهم حسابات بوسائل التواصل، عند سؤال الطلبة عن مصارحة معلمهم بحصولهم على المعلومات

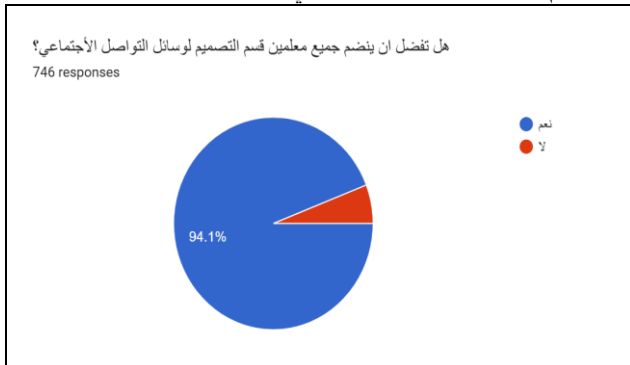


شكل (9) نسب معرفة وجود حساب رسمي للقسم



شكل (11) نسب تشجيع المعلمين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

ويفضل أغلب الطلبة بنسبة 94.1% أن ينضم جميع معلمين قسم التصميم لوسائل التواصل الاجتماعي.



شكل (13) نسب تفضيل انضمام جميع المعلمين لوسائل التواصل

يتابع 81.4% من الطلبة حسابات معلمين من قسم التصميم الداخلي بوسائل التواصل الاجتماعي.



شكل (12) نسب متابعة حساب معلمين من القسم

الاجتماعي

من مسترجع

<http://search.mandumah.com/Record/985837>

- 2- AlAjjeel, S. A. (2018). The effect of social media on the Kuwaiti SMEs 2017/El impacto de las redes sociales en las pymes kuwaitíes en 2017. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 8(16), 67-84.
- 3- Boateng, R., & Amankwaa, A. (2016). The impact of social media on student academic life in higher education. *Global Journal of Human-Social Science*, 16(4), 1-8.
- 4- Cho, J. Y., & Cho, M. H. (2020). Students' use of social media in collaborative design: a case study of an advanced interior design studio. *Cognition, Technology & Work*, 22(4), 901-916.
- 5- Citra (n.d.). Communication and Information Technology Regularity Authority. Retrieved January 11, 2023, from <https://www.citra.gov.kw/sites/ar/Pages/Home.aspx>
- 6- Filgo, E. H., & Martinsen, M. (2017). Reframing pinterest: Information literacy for interior design students. *Internet Reference Services Quarterly*, 22(2-3), 107-121.
- 7- Hruska, J., & Maresova, P. (2020). Use of social media platforms among adults in the United States—behavior on social media. *Societies*, 10(1), 27.
- 8- Hines, K. (2022, Jan 14). Social Media Usage Statistics For Digital Marketers In 2022. *Search Engine Journal*. Retrieved from <http://searchenginejournal.com/top-social-media-statistics/418826/>
- 9- Izadpanah, S. (2021). Evaluating the role of pinterest in education and the profession of interior architecture. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 10(87), 1559-1572.
- 10- Izadpanah, S., & Gunce, K. (2021). Social media as a means of increasing non-designers' insight into interior design. *The Design Journal*, 24(4), 547-566.
- 11- Johnson, L., Becker, S. A., Cummins, M., Estrada, V., Freeman, A., & Hall, C. (2016). NMC horizon report: 2016 higher education edition (pp. 1-50). The New Media Consortium.
- 12- Kemp, S. (2022, Feb 15). Digital 2022: Kuwait. Retrieved June 27, 2022, from [DataReportal - Global Digital Insights: datareportal.com/reports/digital-2022-kuwait](https://datareportal.com/reports/digital-2022-kuwait)
- 13- Kennon, M. Y. (2019). Tacit knowledge in the use of social media as a means for inspiration in interior design (Doctoral dissertation, University of Georgia).

النتائج: Results

- من خلال الدراسة الاستقصائية لطلاب وطالبات تخصص التصميم الداخلي بدولة الكويت يمكن استنتاج الحقائق التالية:
- 1- تأكيد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بكثرة خصوصاً منصة Instagram و Snapchat بين الطلبة والطالبات.
 - 2- اعتماد طلبة التصميم الداخلي على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمصادر لمساعدتهم في دراسة التصميم الداخلي.
 - 3- تنوع أسباب وسائل التواصل الاجتماعي لطلبة التصميم الداخلي خصوصاً لسهولة الحصول على المعلومات والمصادر الحديثة وبكثرة.
 - 4- وجود إيجابيات عديدة بالنسبة للطلبة لاستخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي منها معرفة أحدث المشاريع والمعلومات من المختصين في نفس المجال.
 - 5- أفضلية الاستفادة من المعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي تكون عن طريق فيديو مسجل يسهل الرجوع له واستقبال المعلومة بالصوت والصورة.
 - 6- من أهم أسباب امتناع الطلبة عن استخدام وسائل التواصل هو أن تكون المعلومات خاطئة أو غير دقيقة وخوفهم من نسخ أو تقليد التصاميم.
 - 7- ضعف تشجيع المعلمين الأكاديميين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي رغم متابعة الأغلبية من الطلبة لمعلمين ورغبة منهم ليكون لهم وجود وتفاعل في وسائل التواصل.
 - 8- إدراك أهمية منصات وسائل التواصل الاجتماعي في تعلم التصميم الداخلي خصوصاً بالمقررات ذات الطابع العملي وتأثيرها إلى ما بعد التخرج.
 - 9- إسهام منصات وسائل التواصل من تمكين الطلاب من تطوير مهارتهم وزيادة معرفتهم في مجال التصميم الداخلي.

التوصيات: Recommendation

- 1- يوصي لبرامج التصميم الداخلي في دولة الكويت بإدراج أساسيات الاستخدام الصحيح لوسائل التواصل الاجتماعي في المناهج الدراسية التأسيسية أو كمادة تعليمية في بداية الدراسة لمساعدة الطلاب في الحصول على المعلومات الدقيقة من المصادر الموثوقة.
- 2- يوصي لأعضاء هيئة تدريس التصميم الداخلي في دولة الكويت بتشجيع الطلاب على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مشاريعهم ومشاركتهم مع أساتذتهم المقرر ما تم الحصول عليه للتأكد من دقة المعلومات والحرص أصالة التصاميم دون تقليد أو تكرار.
- 3- يوصي البحث القائمين على مناهج التصميم الداخلي في الكويت بدمج وسائل التواصل الاجتماعي في مناهجهم التعليمية وإرشادهم الحسابات الموثوقة والمتخصصين في وسائل التواصل وطرق استخدامها والمعلومات.
- 4- يوصي البحث لأقسام التصميم الداخلي في دولة الكويت وهيئة التدريس بالتواجد في منصات التواصل الاجتماعي وتفاعلهم فيها وتشجيع الطلبة على متابعتهم ونشر معلوماتهم للاستفادة منهم كمصدر موثوق.

المراجع: References

- 1- النجادة، علي صالح حسن، والأنصاري، أحمد إبراهيم. (2018). أثر استخدام وسائل وشبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث الإلكتروني على انتشار ثقافة التصميم الداخلي. *مجلة التصميم الدولية*، مج8، ع4، 293 - 301.

questionnaire on how social media can be best used at BSMS. *MedEdPublish*, 6(83), 83.

14- Whyte, W., & Hennessy, C. (2017). Social Media use within medical education: A systematic review to develop a pilot

