Developing Media Education Skills through Social Media Based on the Teaching Experience of Media Faculty in Saudi Universities -A Field Study

Hasan Mohammed Mansoor

Abstract: This study aims to identify the methods of developing media literacy skills through social media based on the teaching experience of media faculty in the Saudi universities. More specifically, it aims at developing the methods of students' skills of criticism and media production, in addition to identifying the extent of applicability of these methods by faculty members, the difficulties they face, and the effect of the variables of (sex/ academic experience/specialization) on the professors' adoption of those methods. In its theoretical framework, this study is based on "Social Media Literacy", which does not involve teaching how to use networks (such as Twitter and Facebook), but rather aims to achieve a high level of efficiency in using social media networking, and critical evaluation of all forms of communication that take place through them. The researcher used a questionnaire that consisted of a number of open-ended questions. It was distributed during April / May 2016 on a sample of 140 media professors in seven Saudi universities, of whom 35 professors and lecturers answered the questionnaire items. The results indicated that 60.6% believed that social media is very important to develop media literacy skills. The study reviewed the methods that could be used to improve the students' specific skills through using social media, such as shortening skills, identifying the sources and purposes of the media material, logical comparisons, deconstruction of the media message, providing critical views for media production, providing knowledge about a particular topic in print, visual, audible, or multimedia form, and implementation of media campaigns.

Keywords: Media education - Social media - Skills of criticism.

تنمية مهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بناء على الخبرة التدريسية لأساتذة الإعلام في الجامعات السعودية(*)

حسن محمد منصور(**)

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى تعرف أساليب تنمية مهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بناء على الخبرة التدريسية لأساتذة الإعلام في الجامعات السعودية، وتحديداً أساليب تنمية مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى الطلبة، بالإضافة إلى تعرف درجة تطبيق الأساتذة لتلك الأساليب والصعوبات التي تواجههم، وتأثير متغيرات (النوع، الخبرة الأكاديمية، التخصص الدقيق) على اعتماد الأساتذة لتلك الأساليب.

وتستند الدراسة في إطارها النظري إلى التربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية Social Media Literacy التي لا تعني تعليم كيفية استخدام الشبكات (مثل تويتر وفيس بوك)، وإنما تهدف إلى الوصول إلى الكفاءة العالية في استخدام الشبكات الاجتماعية باحترافية ومسؤولية، والتقييم النقدي لكل أشكال الاتصال التي تتم عبرها. واعتمد الباحث على أداة الاستبانة التي يغلب عليها الأسئلة المفتوحة، وتم توزيعها خلال شهري أبريل ومايو 2016م على عينة بلغت 140 من أساتذة الإعلام في سبع جامعات سعودية، استجاب منهم 35 أستاذاً ومحاضراً. أشارت نتائج الدراسة إلى أن 60,6% يعتقدون أن شبكات التواصل مهمة بدرجة كبيرة في تنمية مهارات التربية الإعلامية، واستعرضت الدراسة الأساليب التي يمكن اعتمادها لتحسين مهارات محددة لدى الطلبة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته، من مثل: مهارات الاختصار والاختزال، وتعرف مصادر المادة الإعلامية ومقاصدها، وإجراء المقارنات المنطقية، وتفكيك الرسالة الإعلامية، وتقديم الآراء النقدية للإنتاج الإعلامي، وتقديم المعارف حول موضوع معين في شكل مطبوع أو مرئي أو مسموع أو باستخدام الوسائط المتعددة، وتنفيذ حملات إعلامية.

المصطلحات الأساسية: التربية الإعلامية، شبكات التواصل الاجتماعي، مهارات النقد.

(*) يتقدم الباحث بالشكر والتقدير لمركز البحوث في كلية الآداب بجامعة الملك سعود لدعمه لهذا البحث.

(**) أستاذ مشارك، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.
E-mail: hamnsoor@ksu.edu.sa

مقدمة:

بدأت التربية الإعلامية في العقود الماضية كمشروع للحماية والتحصين، وركزت اهتمامها على الأطفال والمراهقين والشباب، ثم تطورت في السنوات الأخيرة لتصبح مشروع تمكين شامل لكل فرد؛ بهدف ضمان مشاركته الفعالة في الحياة العامة.

وتطورت منطلقات التربية الإعلامية لتواكب التحديات الكبيرة في البيئة الاتصالية المعاصرة، لدرجة أن التربية الإعلامية أصبح لا ينظر إليها باعتبارها مجرد أساليب جديدة للعمل في فصول الدراسة فحسب، وإنما مقدمة لحقل معرفي جديد أيضاً (Masterman, 1989).

وتزداد أهمية هذا الحقل المعرفي الجديد خاصة في المجتمعات الأكثر تعرضاً واستهلاكاً لوسائط الإعلام الجديد؛ لما تحمله تلك الوسائط من مخاطر وتحديات وتأثيرات سلبية.

وتوضح التقارير الحديثة أن أغلب الطلبة في المنطقة العربية الذين يتلقون مناهج التعليم الإعلامي لا يحصلون على المهارات اللازمة لبدء العمل مباشرة، ويضطرون إلى اتباع المزيد من الدورات خارج المنطقة لتعويض العجز في المهارات. (نادي دبي للصحافة، تقرير2017، ص239).

ولا يقتصر الأمر على التحديات الخاصة بعدم الحصول على الوظيفة بعد التخرج، وإنما تشمل أيضاً التحديات المعرفية والتأثيرات السلبية الوجدانية والسلوكية لاستخدام شبكات الإعلام الجديد وتطبيقاته.

مشكلة الدراسة:

خلصت الأدبيات المهتمة بالتربية الإعلامية في السنوات الأخيرة إلى أهميتها كمشروع شامل للتعامل الواعي مع وسائل الإعلام، ومع انتشار وسائط الإعلام الجديد وتطبيقاته التي تحاصر الجمهور وتغرقه بكم كبير من الرسائل الاتصالية على نحو غير مسبوق، زادت المخاطر المحتملة للتأثيرات السلبية على المتلقي خاصة إذا لم يتسلح بالحد الأدنى من مهارات التربية الإعلامية.

وفي السنوات الأخيرة اتجهت الخطط الدراسية في كثير من أقسام الإعلام وأكاديمياته إلى إضافة مقررات مستقلة عن (التربية الإعلامية) تستهدف تزويد الطالب بالمهارات اللازمة للتعامل الواعي والنابه مع وسائل الإعلام.

وتضاعفت أهمية هذه المهارات مع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته، إلا أن الأدبيات العلمية (وخاصة العربية) لم تقدم حتى الآن إرشادات تفصيلية واضحة ومحددة عن كيفية تطبيق مهارات التربية الإعلامية في التعامل مع تلك الشبكات والتطبيقات، والأمر في الغالب متروك لاجتهاد الأستاذ؛ ما يسبب تفاوتاً وإرباكاً واضحاً في تدريس هذه المقررات لطلبة الإعلام.

من هذا المنطلق تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس، هو: رصد الرؤى والاتجاهات العلمية لأساتذة الإعلام في الجامعات السعودية نحو تنمية مهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وهي مقدمة ضرورية لتقييم تلك الخبرات التدريسية لهذا المقرر والبناء عليها.

أهداف الدراسة:

– تعرف درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المقررات الدراسية بأقسام الإعلام في الجامعات السعودية.

– تعرف رؤية أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية حول مدى أهمية شبكات التواصل في تنمية مهارات التربية الإعلامية.

– تعرف الشبكات والتطبيقات الأكثر أهمية في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى الطلبة من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية.

– تعرف أساليب أساتذة الإعلام في استخدام شبكات التواصل وتطبيقاته في مجال التدريس بالجامعات السعودية.

– تعرف أهم المقررات الدراسية التي تتطلب توظيف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية.

– تعرف أساليب تنمية مهارات النقد لدى الطلبة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية.

– تعرف أساليب تنمية مهارات الإنتاج لدى الطلبة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية.

– تعرف درجة تطبيق أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية لأساليب تنمية مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى الطلبة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

– تعرف صعوبات تطبيق أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية لأساليب تنمية مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى الطلبة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

– تعرف تأثير متغيرات (النوع، الخبرة الأكاديمية، التخصص الدقيق) في أساليب أساتذة الإعلام في استخدام شبكات التواصل وتطبيقاته في مجال التدريس بالجامعات السعودية، وفي درجة تطبيقهم لأساليب تنمية مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى الطلبة من خلال تلك الشبكات.

الدراسات السابقة:

استهدفت دراسة (الخيري، 2009) تعرف كيفية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، من خلال عينة عشوائية مكونة من 209 من أساتذة كليات وأقسام التربية والإعلام في خمس جامعات سعودية.

وأظهرت النتائج أن المعارف التي يجب أن يتضمنها محتوى التربية الإعلامية ونالت درجة (مهم جداً) من وجهة نظر عينة الدراسة، هي: التعريف بالأهداف السياسية والثقافية والاجتماعية والتجارية لمؤسسات الإعلام، التعريف بأساليب التأثير الإعلامي، التعريف بمفاهيم الإعلام ووسائله، ثم التعريف بمصادر المواد الإعلامية والتعريف بطرق عمل وسائل الإعلام.

أظهرت النتائج أن مهارة التفكير الناقد للمضامين الإعلامية احتلت أعلى مرتبة من وجهة نظر عينة الدراسة بدرجة (مهم جداً) في المهارات التي يجب أن تكسبها التربية الإعلامية للطالب الجامعي، تليها مهارات (قراءة الرسالة الإعلامية، واتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية، ثم مهارة المشاركة في إنتاج البرامج الإعلامية).

وأكدت الدراسة ثلاثة أساليب لتحقيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية، هي: تصميم برامج التربية الإعلامية باشتراك متخصصين في مجالي التربية والإعلام، ووضع أهداف التربية الإعلامية متسقة مع أهداف المرحلة الجامعية الواردة في السياسة التعليمية للدولة، وتشجيع الطلاب على المشاركة وإبداء الرأي في وسائل الإعلام المختلفة.

وأشارت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية يعزى إلى متغير التخصص العلمي، في درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية،

بينما لا توجد فروق ذات دلالة بين إجابات المبحوثين تعزى إلى متغير الدرجة العلمية أو الخبرة.

وخلصت دراسة (Livingstone & Brake, 2010) إلى تزايد مستويات الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي لدى صغار السن في كل أنحاء العالم، وأن ذلك أوجد فرصاً جديدة لتقديم أساليب التعلم الذاتي، والتعبير عن الذات، وتأسيس دوائر واسعة للعلاقات، ومن جانب آخر برزت مخاوف من أن تتسبب تلك الشبكات في مخاطر جديدة على الخصوصية، وتسهيل الإساءة للآخرين.

وتتناول هذه الدراسة النتائج الحديثة بخصوص استخدامات الأطفال والمراهقين لشبكات التواصل؛ بهدف تحديد تطبيقات وأفكار مناسبة للدراسات المستقبلية وصياغة السياسات العامة، أخذاً في الاعتبار الفرص والمخاطر التي تنتجها تلك الشبكات، بزيادة الفرص والحد من المخاطر، التي تشير في النهاية إلى أهمية الأخذ بأساليب التربية الإعلامية الرقمية.

وأوصت الدراسة بالعمل على بناء مواقع الشبكات الاجتماعية وتصميمها وإدارتها بشكل آمن، والاهتمام الأكبر بالأطفال المعرضين للخطر في تلك الشبكات على وجه الخصوص.

أما دراسة (Bicen & Cavus, 2012) فقد استهدفت تعرف عادات استخدام تويتر لدى طلاب المرحلة الجامعية في قبرص، وشملت عينة مكونة من (93) طالباً وطالبة، وتم استخدام الاستبانة الإلكترونية أداة للحصول على المعلومات.

ومن أهم نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة يقضون معظم وقتهم في استخدام تويتر عبر هواتفهم المحمولة، وكانت الصور، والفيديوهات، والموسيقى، والأخبار، وموضوعات تكنولوجيا المعلومات أكثر العناصر تفضيلاً ومشاركة، وأوضحت الدراسة أن هدف التسلية والترفيه جاء في المقام الأول، بينما كانت المواد التعليمية أقل العناصر شيوعاً ومشاركة من قبل الطلاب في استخدامهم لتويتر، وأوصت الدراسة بإجراء المزيد من البحوث على استخدام تويتر في مجال التعليم.

وأشارت دراسة (Seaman & Tinti-Kane, 2013) إلى الأعداد المتزايدة لاستخدام أعضاء هيئة التدريس لوسائل التواصل الاجتماعي في الفصول التعليمية، وارتفعت نسبة الاستخدام لفيس بوك أداة تعليمية من 33,8% عام 2012 إلى 40% عام 2013.

وتقارن الدراسة بين ثلاثة أغراض لاستخدام أساتذة الجامعة لشبكات التواصل، هي:

- أغراض شخصية.
- أغراض اتصالات تتعلق بالعمل المهني الأكاديمي.
- أغراض تعليمية للطلاب.

وأوضحت الدراسة أن أساتذة الجامعة يستخدمون الشبكات في الغالب لأهداف شخصية، وكانت أبرز المخاوف التي أشاروا إليها بخصوص استخدام الشبكات لأغراض تعليمية تتعلق بمدى الالتزام بالأمانة العلمية في مشاركات الطلاب، والخصوصية، خاصة عندما يتطفل غير الطلاب على تلك النقاشات أو يشاركون فيها.

وأوضحت الدراسة أن المدونات ومواقع الويكي wikis كانت أهم منصات التواصل الاجتماعي المستخدمة في الفصول الدراسية، تليها البودكاست، ثم تويتر ثم لينكدإن ثم فيسبوك. وكان استخدام أساتذة العلوم الاجتماعية والإنسانية لشبكات التواصل لأغراض تعليمية في الفصول الدراسية أكثر من استخدام أساتذة التخصصات العلمية.

وحللت دراسة (Livingstone, 2014) مجموعة من المقابلات ومجموعات النقاش المركزة التي أجريت مع عينة من الأطفال في عدد من المدارس الحكومية والخاصة، في الريف والحضر في أربع دول أوروبية للكشف عن إدراكهم للمخاطر التي يحتمل أن يتعرض لها الأطفال في الإنترنت وفي الشبكات الاجتماعية تحديداً، وأجريت 48 مقابلة شخصية، و26 مجموعة نقاش، وصنفت الدراسة المبحوثين في ثلاث فئات عمرية من 9 سنوات حتى 16 سنة.

وعرضت الدراسة كيف يمكن للأطفال أن يتعلموا تفسير الرسائل الاتصالية عبر الشبكات، وأن الشبكات الاجتماعية تواجه الأطفال من (الفئة العمرية 9– 11 سنة) بسؤال أساس مفاده: ماهية الأشياء الحقيقية والمزيفة؟، بينما يصبح السؤال الأهم لدى الفئة العمرية (11– 13 سنة) هو: ما الشيء المسلي في الشبكات حتى لو كان مزيفاً أو عدوانياً؟ أما الفئة العمرية من (14 – 16 سنة) فتتزايد لديهم التعقيدات في حياتهم الاجتماعية والعاطفية وتعيد مشاركاتهم التركيز على ما يحمل القيمة لهم.

وعرضت دراسة (Donoso & Verdoodt, 2014) نتائج مسح موسع شمل عينة مكونة من 2332 شخصاً في شمال بلجيكا، أشارت نتائجها إلى أن (فيس بوك) هو

المنصة الأولى من حيث الاستخدام بنسبة 79% مقابل 36% فقط لمستخدمي تويتر، إلا أن النتائج كشفت عن درجة متدنية فيما يتعلق بالتفكير النقدي بخصوص الشبكات الاجتماعية؛ فقد أوضح 41% من العينة فقط أنهم يعلمون أن فيس بوك يبيع بيانات المستخدم الشخصية وتلك المتعلقة بالاستخدام، وفي حالة تويتر فإن 33% فقط من العينة يدركون أن بياناتهم الشخصية والمتعلقة بالاستخدام يتم بيعها.

وقدمت الدراسة عرضاً للأدوار التي يمكن للمعلمين والطلبة الإبداع فيها في بيئة الشبكات الاجتماعية، من مثل: اعتبار الشبكات الاجتماعية بيئة مناسبة للتعليم بأساليب مبسطة وغير رسمية بشرط عدم الإفراط في الاعتماد عليها، ولكنها تكون ضمن أساليب أخرى لدعم التعليم والمشاركة.

وأوصت الدراسة بدعم المعلمين وتحفيزهم على الإبداع في أساليب التعليم، خاصة أن الشبكات الاجتماعية تقدم فرصاً كبيرة لذلك، من خلال مساعدة الطلبة على البحث والمشاركة والتعلم بآفاق أوسع من خلال تواصلهم أيضاً مع طلبة آخرين وأساتذة آخرين، كما أنها يمكن أن تكون بيئة لتواصل النظراء، وفي تبادل الخبرات بين المعلمين، وفي برامج تدريب المعلمين الجدد.

ومن الدراسات العربية القليلة التي استعرضت الوظيفة التعليمية لشبكات التواصل في التربية الإعلامية تحديداً دراسة (محمد، فبراير2015) التي استهدفت تعرف أثر نموذج مقترح للتربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلبة الجامعة، من خلال الكشف عن مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى عينة قوامها 32 طالباً قبل دراسة نموذج التربية الإعلامية المقترح والمقدم عبر موقع فيس بوك وبعده.

واعتمدت الدراسة المنهج شبه التجريبي؛ من خلال قياس قبلي لأدوات القياس مع دمج الطلبة في عملية التعلم من خلال موقع فيس بوك ثم إجراء قياس بعدي.

وركز نموذج التربية الإعلامية المقترح في هذه الدراسة على: فهم، وتحليل، ونقد، وتقييم، وتقويم مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية (فيس بوك، تويتر، يوتيوب، فليكر، ساوندكلاود) بالإضافة إلى إنتاج ومشاركة مضامين إعلامية تُنمي المسؤولية الاجتماعية بمجالاتها، منها: المسؤولية الاجتماعية للفرد، وتضم المسؤولية الذاتية، والدينية، والأخلاقية، والمجتمعية، والوطنية، والمسؤولية الاجتماعية الإعلامية.

وأكدت نتائج الدراسة أن النموذج المقترح قد أسهم في تنمية جوانب معرفية ووجدانية ومهارية عديدة تتعلق بالتربية الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية لدى الطلبة.

واستهدفت دراسة أخرى أجراها (محمد، أبريل 2015م) قياس أثر برنامج مقترح في تنمية مهارات نقد صحافة المواطن وتحليلها وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية لدى عينة مقدارها 40 من طلبة قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية في جامعة المنيا بمصر.

واستخدم الباحث منهجين بحثيين، هما: المنهج الوصفي التحليلي لتحديد مهارات نقد صحافة المواطن وتحليلها وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية المراد إكسابها للطلبة عينة الدراسة، والمنهج شبه التجريبي ذا المجموعة التجريبية الواحدة، واستخدمت الدراسة أداتين، هما: الاستبانة، وبطاقة تقييم أعمال الطلاب.

وأكدت نتائج الدراسة تحسن أداء طلاب مجموعة الدراسة في التطبيق البعدي مقارنة بالتطبيق القبلي لاستبانة استخدام صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية، وتحسن الجانب المهاري لمهارات نقد صحافة المواطن وتحليلها وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية.

وركزت دراسة (Melki, 2015) على إمكانية الاسترشاد بفهم طبيعة استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام كمدخل لتطوير التربية الإعلامية الرقمية في مناهج التعليم، واعتمدت الدراسة منهج المسح على عينة شملت 2554 مبحوثاً من طلبة الجامعات والمدارس الثانوية في ثلاث دول عربية، هي: الأردن ولبنان والإمارات، وأجريت الدراسة بهدف مقارنة استخداماتهم لوسائل الإعلام المختلفة وتأثير متغيرات اختلاف البلد، والنوع، والدخل، والعمر، والمستويات التعليمية.

وخلصت إلى وجود مستويات متدنية من الاهتمام بالتربية الإعلامية؛ حيث إن الشباب العربي أكثر استهلاكاً وأقل إنتاجاً للمضامين الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي، كما أن استخدام وسائل الإعلام يركز أكثر على الترفيه مع بعض المخاوف من الرقابة الحكومية ومخاطر انتهاك الخصوصية، ولذلك فإن مناهج التربية الإعلامية في العالم العربي ينبغي أن لا تتجاهل وسائل الإعلام التقليدية وخاصة التلفزيون، إضافة إلى أساليب الاتصال الشخصي المباشر.

واستعرضت دراسة (Miron & David, 2015) كيفية الانتقال من أسلوب أنظمة إدارة التعلم Learning Management Systems (LMS) إلى استخدام مجموعات فيس بوك في التعليم وفي المؤسسات الأكاديمية، وشرحت الدراسة الاعتبارات الخاصة باختيار نوع المجموعة وتزويد الطلبة والأساتذة بإرشادات فنية مفصلة تتضمن توصيات خاصة بدعم وتعزيز الخصوصية وأمن المعلومات، وخلصت الدراسة إلى أن الفهم الجيد لمنصة فيس بوك من الناحية التقنية والمشاركة النشطة (مرة واحدة على الأقل يومياً) هي من شروط الاستخدام الناجح لهذه الشبكة.

وطبق الباحثان في هذه الدراسة أسلوب مجموعات فيس بوك في 12 مقرراً خلال الفترة من 2012–2014، وخلصت الدراسة إلى أن هذا الأسلوب مفضل من الطلبة والأساتذة، كما أنه يسر للأساتذة أسلوباً سريعاً وبسيطاً للتواصل مع الطلبة.

واستندت دراسة (منصور، 2017) إلى نموذج الاستخدام والاعتمادية لمحاولة تعرف دوافع الاستخدام لدى طلبة الجامعة، ومستوى اعتمادهم على شبكات التواصل لأهداف مختلفة، وتأثيرات ذلك الاعتماد من مجتمع إلى آخر بالتطبيق على مجتمعين مختلفين في الظروف الأمنية والسياسية والاقتصادية، هما السعودية واليمن.

ومن خلال تطبيق أسلوب الاستبانة الإلكترونية على عينة بلغت 200 طالب وطالبة من جامعتي الملك سعود وصنعاء، اختبرت الدراسة ثلاثة فروض رئيسة، وأشارت النتائج إلى عدم قبول الفرض القائل: إن متغير (استقرار المجتمع) يؤثر على درجة اعتماد الطلاب على شبكات التواصل كمصدر إخباري أو تعليمي، وإلى قبول جزئي للفرض الثاني القائل: إن متغير (استقرار المجتمع) يؤثر على متغير تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل معرفياً ووجدانياً وسلوكياً؛ إذ إن الفروق كانت جوهرية بين طلاب الجامعتين في التأثيرات المعرفية والوجدانية، ولم تكن جوهرية في التأثيرات السلوكية. وفي نتيجة اختبار الفرض الثالث لم تكن المتغيرات الديموغرافية مؤثرة إلا في حالات محدودة من متغيرات الاعتماد على الشبكات كمصدر تعليمي وإخباري.

وكان مستوى اعتماد الشباب الجامعي – الذين شملتهم الدراسة – على الشبكات كمصدر إخباري أعلى من مستوى الاعتماد عليها كمصدر تعليمي، وكانت تأثيرات الاعتماد في الحالتين (الإخبارية والتعليمية) معرفية في المقام الأول تليها التأثيرات السلوكية ثم الوجدانية.

التعليق على الدراسات السابقة:

ترتبط الدراسات السابقة بموضوع الدراسة من جوانب متعددة؛ فهي دراسات تناولت التربية الإعلامية، أوالشبكات الاجتماعية كأداة تعليمية، أوالتربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

واتفقت تلك الدراسات على أهمية التربية الإعلامية خاصة مع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته، وركزت تلك الدراسات على فئتي (الأطفال والمراهقين)، بينما تناولت دراسات أخرى الأساليب المعتمدة من أساتذة الجامعات في استخدام الشبكات الاجتماعية للأغراض المختلفة.

ومع أهمية النتائج التي قدمتها تلك الدراسات، فإن النتائج المرتبطة بآليات وأساليب تنمية مهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي كانت محدودة، ولا تقدم أدلة إرشادية كافية للمحاضرين والأساتذة في أقسام الإعلام، وبخاصة في المقررات الوثيقة الصلة بالتربية الإعلامية.

ولذلك تستهدف هذه الدراسة البناء على نتائج الدراسات السابقة، ورصد اتجاهات عينة من أساتذة الإعلام من خلال خبرتهم التدريسية في تنمية مهارات التربية الإعلامية، وتحديداً مهارات نقد الرسائل الاتصالية وإنتاجها، من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

1 – ما درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المقررات الدراسية بأقسام الإعلام في الجامعات السعودية؟

2 – ما رؤية أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية لمدى أهمية شبكات التواصل في تنمية مهارات التربية الإعلامية؟

3 – ما الشبكات والتطبيقات الأكثر أهمية في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى الطلبة من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية؟

4 – ما أساليب أساتذة الإعلام في استخدام شبكات التواصل وتطبيقاته في مجال التدريس بالجامعات السعودية؟

5 – ما أهم المقررات الدراسية التي تتطلب توظيف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟

6 – ما أساليب تنمية مهارات النقد لدى الطلبة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته من وجهة نظر المبحوثين؟

7 – ما أساليب تنمية مهارات الإنتاج لدى الطلبة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته من وجهة نظر المبحوثين؟

8 – ما درجة تطبيق أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية لأساليب تنمية مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى الطلبة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟

9 – ما صعوبات تطبيق أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية لأساليب تنمية مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى الطلبة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

تستهدف الدراسة اختبار الفرض الرئيس الآتي:

– تؤثر متغيرات (النوع، الخبرة الأكاديمية، التخصص الدقيق، الدرجة العلمية، العمر) في مستويات استخدام الأساتذة للشبكات في المقررات الدراسية، وفي إدراكهم لدرجة أهميتها، وفي استخدامهم لها في تنمية مهارات التربية الإعلامية.

تعريف مصطلحات الدراسة:

– مهارات التربية الإعلامية:

من تلك المهارات ما يساعد المتلقي على فهم المعنى للمحتوى وبنائه الذي يشاهده من خلال العمليات العقلية المتمثلة في: التحليل، وتفكيك الرسائل المتضمنة في المحتوى إلى مكونات أساسية ذات معنى لتقدير مدى دقتها ومدى فائدتها، والمقارنة والمقابلة، والتقويم، والصياغة التجريدية، وذلك ببناء وصف مختصر للفكرة المتضمنة، وتمثل الفكرة كما فهمها المتلقي، ومهارات أخرى لتوسيع الرسالة، وهي المهارات التي تساعد المتلقي على إيجاد العلاقات بين الرسالة وبين الأنماط والمبادئ العامة التي في الواقع. وتتم من خلال: الاختصار، والاختزال، وإعادة تجميع مكونات الرسالة ذات القيمة لإيجاد بناء معرفي جديد، يضاف إلى البناء المعرفي الأشمل للمتلقي ويشارك به في البناء المعرفي الإعلامي العام. (العبدالكريم، 2007).

والمقصود بمهارات التربية الإعلامية في هذه الدراسة مهارات النقد للرسائل الاتصالية، ومهارات الإنتاج، وتركز الدراسة على أساليب تطوير خمس مهارات

للنقد، وخمس مهارات للإنتاج بناء على الخبرة التدريسية لأساتذة الإعلام، عينة الدراسة، (كما توضح الاستبانة).

- شبكات التواصل الاجتماعي:

تتناول الدراسة ثلاث عشرة من شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته، وهي: (تويتر، فيس بوك، يوتيوب، إنستجرام، سناب شات، واتساب، تليجرام، جوجل بلس، سلايد شير، لينكد إن، كيك، ويكيبيديا، سكند لايف)؛ لتعرف درجة أهميتها وأساليب توظيفها في تطوير مهارات التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين.

- أساتذة الإعلام في الجامعات السعودية:

المقصود بهم في هذه الدراسة أعضاء وعضوات هيئة التدريس من أساتذة، وأستاذات، وأساتذة مشاركين ومشاركات، ومساعدين ومساعدات، إضافة إلى معاونيهم من المحاضرين والمحاضرات في أقسام الإعلام السعودية وكلياته.

نوع الدراسة ومنهجها:

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف الرصد بالإضافة إلى التحليل والتفسير، وتعتمد على المنهج المسحي لرصد التوجهات العامة لأساتذة الإعلام في الجامعات السعودية فيما يخص تطوير مهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وتسليط الضوء على الملامح الرئيسية لتلك المقترحات من واقع خبرتهم التدريسية، ثم مقارنتها بنتائج الدراسات السابقة في هذا المجال، والبناء على كل ذلك في تقديم توصيات لدراسات مستقبلية تستكمل النقص في هذا الموضوع، وتؤسس لتحقيق تراكم علمي مطلوب في هذا المجال البحثي المهم.

عينة الدراسة وأداتها:

اعتمدت الدراسة على قوائم البريد الإلكتروني لأساتذة الإعلام في كليات الإعلام وأقسامه بجامعات (الملك سعود، والإمام محمد بن سعود الإسلامية، والملك عبدالعزيز، والملك خالد، والملك فيصل، وأم القرى، وجازان).

وتم إرسال بريد إلكتروني لـ (140) من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في أقسام الإعلام وكلياته بالجامعات السبع، (بواقع 20 مبحوثاً من كل كلية أو قسم)،

وتمت الاستفادة من البيانات التي توفرها المواقع الإلكترونية لتلك الأقسام والكليات خلال شهري فبراير ومارس 2016.

تضمنت الرسائل البريدية رابطاً يقود إلى استبانة إلكترونية، وبلغ عدد المشاركين في الدراسة (35) مبحوثاً، ويمكن تفسير سبب انخفاض مستوى الاستجابة بسببين رئيسين:

الأول: أن الاستبانة تبحث عن إجابات علمية من أساتذة يستخدمون شبكات التواصل أداة مساعدة في العملية التعليمية، وهذا لا ينطبق بالضرورة على كل الأساتذة والمحاضرين.

ثانياً: أن نسبة كبيرة من أسئلة الاستبانة من نوع الأسئلة المفتوحة التي تتطلب وقتاً أكبر للإجابة عليها، وهذا يفسر جزئياً انخفاض مستوى الاستجابة، خاصة مع انشغال الأساتذة والمحاضرين بأعباء التدريس والبحث العلمي، أدى إلى اعتذار نسبة كبيرة منهم عن استكمال الإجابة عن أسئلة الاستبانة في هذه الدراسة.

ولاختبار صدق المقياس اتفق الخبراء أن المقياس (أو الأداة) يتسم بالصدق Validity متى كان صالحاً لتحقيق الهدف الذي أُعد من أجله، وأنه يقيس بالفعل ما ينبغي أن يقاس. (عبدالحميد، 2000، ص429).

واعتمدت الدراسة أسلوب الصدق الظاهري Face Validity الذي يعبّر عن اتفاق المحكمين على أن المقياس (أو الأداة) صالحة فعلاً لتحقيق الهدف الذي أُعدت من أجله. (عبدالحميد، 2000، ص430).

وحُكّمت الاستبانة من ثلاثة من أساتذة الإعلام ومناهج البحث[1]، ثم عدلت بعض الأسئلة والعبارات وفقاً لملاحظاتهم.

واعتمدت الدراسة أسلوب إعادة الاختبار (Test - Retest) على عينة بلغت 7 مبحوثين يمثلون 20% من عينة الدراسة، ثم أجابوا عن الاستبانة مرة أخرى بعد مضي شهر تقريباً، وكانت قيمة معامل (بيرسون) للارتباط أو الاستقرار

(1) وهم: د. محمد القعاري، أستاذ مشارك في كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
د. محمد بكير، أستاذ مشارك، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود.
د. صابر حسن، أستاذ مساعد، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود الإسلامية.

Coefficient of stability بين نتائج الاختبارين الأول والثاني 0,96، وهي مؤشر على ثبات المقياس.

الأساليب الإحصائية:

- التكرارات والنسب.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- معامل (بيرسون) للارتباط أو الاستقرار Coefficient of stability في اختبار ثبات الاستبانة.
- اختبار (مربع كاي) Chi-Square للعلاقة بين متغيرات الدراسة الأسمية.
- قيمة فاي Phi للجداول المزدوجة المكونة من (4) خلايا فقط دون خلايا المجموع.
- اعتمد اختبار فيشر المضبوط Fisher's Exact Test بدلاً من اختبار مربع كاي، في الحالات التي يكون عدد التكرارات في بعض الخلايا أقل من 5.
- في المقياس الرباعي (دائماً، أحياناً، نادراً، لا) أو مقاييس التفضيل والاعتماد والثقة، وصنفت تلك الإجابات إلى أربعة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة الآتية: طول الفئة = (أكبر قيمة – أقل قيمة) ÷ عدد البدائل = (3 – 0) ÷ 4 = 0,75 لنحصل على التصنيف الذي يوضحه الجدول الآتي:

جدول (1)
مدى المتوسطات المستخدمة في الدراسة

الاستخدام	التفضيل/ الثقة/ الاعتماد	مدى المتوسطات
دائماً	بدرجة كبيرة	3,00 –2,26
أحياناً	متوسطة	2,25 –1,51
نادراً	ضعيفة	1,50 – 0,76
لا	ليست مهمة	0,75 – 0

الإطار النظري:

التربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية Social Media Literacy لا تعني تعليم كيفية استخدام تويتر وفيس بوك مثلاً، ولكنها تهدف إلى الوصول إلى

الكفاءة العالية في استخدام الشبكات الاجتماعية باحترافية ومسؤولية، والتقييم النقدي لكل أشكال الاتصال التي تتم عبرها.

ومن الجهود التي ركزت على هذا المجال مشروع (تمكين المستخدم من ثقافة وسائل التواصل الاجتماعي (User Empowerment in a Social Media Culture)، وهو مشروع بحثي استمر خلال الفترة 2011 – 2014 لعدد من الجامعات البلجيكية، وأصدر عام 2011 ورقة بحثية قدمت تعريفاً للتربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية استناداً إلى الأدبيات العلمية السابقة في مجال التربية الإعلامية إضافة إلى الدراسات التي نفذها باحثو المشروع عن الشبكات الاجتماعية، وبناء على ذلك تم تعريف التربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية أنها "الوصول إلى تطبيقات الشبكات الاجتماعية، والمعرفة والمهارات والاتجاهات والكفاءة الذاتية للأفراد لاستخدام تطبيقات الشبكات الاجتماعية بشكل ملائم، ولامتلاك مهارات التحليل والتقييم والمشاركة وإنتاج المحتوى الخاص بالشبكات الاجتماعية" (Vanwynsberghe, Boudry, & Verdegem, 2011, p:31).

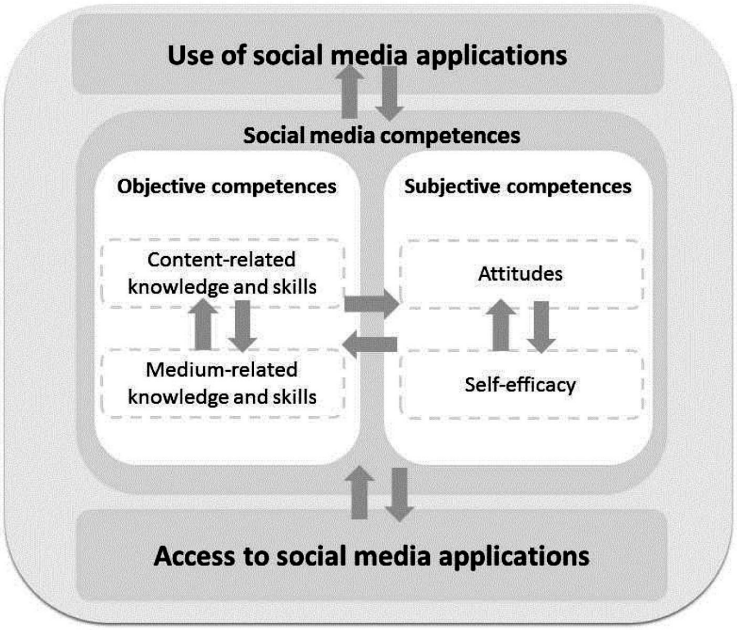
وبناء على ذلك التعريف حددت ثلاثة أبعاد للتربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية، وهي:

– الوصول إلى الشبكات الاجتماعية Social media access: وهذا البعد يتعلق بإمكانية الوصول إلى الإنترنت في الأساس؛ لأن الشبكات هي تطبيقات تعتمد في الأساس على الإنترنت.

– القدرات أو الكفاءات Social media competences: وهذا البعد يتكون من مجموعة المعارف والمهارات والاتجاهات والكفاءة الذاتية في استخدام تطبيقات الشبكات الاجتماعية، إضافة إلى التحليل والتقييم والمشاركة وإنتاج المحتوى المناسب للشبكات الاجتماعية. فالمعارف والمهارات بعضها يتعلق بالمحتوى وبعضها يتعلق بالوسيلة، وهي قدرات أو كفاءات موضوعية objective competences، أما الاتجاهات والكفاءة الذاتية فهي كفاءات شخصية غير موضوعية .subjective competences فالأولى أي (الموضوعية) يمكن إثباتها والتحقق منها بوضوح، بينما تتطلب الثانية أن يسأل الفرد نفسه بنفسه.

– الاستخدام Social media use: ويتعلق هذا البعد بكيفية استخدام الشبكات ومقدار ذلك الاستخدام، وفي أي مكان. (Vanwynsberghe et al., 2011, p:33).

وقدمت الدراسة النموذج التالي لتصوير أبعاد التربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية.



شكل (1) : نموذج التربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية

Source: Vanwynsberghe et al., 2011, p:34.

وقدم ذلك النموذج مجموعة المؤشرات Potential indicators التي يمكن من خلالها قياس الأبعاد الثلاثة بعناصرها المختلفة، وكانت أهمها المؤشرات التي تقيس البعد الثاني الخاص بالقدرات أو الكفاءات، ومن بين المؤشرات الخاصة بقياس عنصر (المعرفة):

- معرفة من تتبع تلك الشبكة الاجتماعية.
- معرفة مفاهيم محددة لتطبيق محدد من تطبيقات الشبكات.
- معرفة كيف تعمل تلك الشبكة، ولماذا تعمل شبكة معينة بطريقة معينة.؟.

ومن المؤشرات الخاصة بالمهارات (مهارات خاصة بالوسيلة، مهارات خاصة بالمحتوى)، وهي مهارات بعضها أساسي وبعضها متقدم.

- أن يكون المستخدم قادراً على تشغيل تطبيق الشبكة الاجتماعية أو استخدامه.

- وأن يكون قادراً على البحث عن معلومات محددة في الشبكة الاجتماعية.
- وأن يكون قادراً على تقييم المعلومات في الشبكة الاجتماعية.
- وأن يكون قادراً على جذب الانتباه للمحتوى الذي أنتجه في الشبكة.
- وأن يكون قادراً على تبادل الرسائل مع الآخرين عبر الشبكة.
- وأن يكون قادراً على استخدام الكلمات الصحيحة في تفاعله مع الآخرين.
- وأن يكون قادراً على التحكم في من يتعامل معه عبر الشبكة.

أما ما يتعلق بالاتجاهات فمن مؤشراتها:

- الاعتقاد بأن شبكة اجتماعية معينة ذات فائدة أو منفعة.
- الاعتقاد بأن أداة محددة في شبكة اجتماعية تستهلك وقتاً كبيراً في الاستخدام.
- كراهية نشاط معين في شبكة اجتماعية محددة.
- الاعتقاد بأن نشاطاً معيناً في شبكة معينة هو نشاط مسل ومحبب.

أما الكفاءة الذاتية فيوضح النموذج أنها تشير إلى التصورات الخاصة لدى الفرد عن مهاراته ومعارفه التي تساعده على النجاح في أداء أنشطة إعلامية واتصالية محددة عبر الشبكات الاجتماعية. (Vanwynsberghe et al., 2011, p:39-57).

وفي 2014 أصدر مشروع (تمكين المستخدم من ثقافة وسائل التواصل الاجتماعي) تقريراً يستعرض نتائج جهود بحثية أنجزها المشروع خلال أربع سنوات في بلجيكا، موضحاً أن اهتمامات دراسات ذلك المشروع ركزت على ثلاثة مجالات، هي:

- التربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية Social Media Literacy.
- الخصوصية Privacy.
- الاندماج Inclusion.

ولمعرفة كيف يمكن أن تسهم التربية الإعلامية في تمكين الفرد من تعزيز قدراته الاحترافية المهنية في سياق عمله الوظيفي، رصدت الدراسة أربع حالات، هي:

- استخدام موظفي المكتبات والمعلمين، والعمال، والشباب للشبكات الاجتماعية.
- استخدام الموظفين الحكوميين لشبكة تويتر.
- دراسة حالة ركزت على الأسلوب الذي يتعامل به (المعلمون تحت التدريب) مع التطورات والتغييرات التي حدثت في التربية الثقافية في بيئة الشبكات الاجتماعية.

– دراسة تستهدف تعرف آليات زيادة الشفافية والألفة في استخدام الأطفال لشبكة اجتماعية محددة.

وأوضح التقرير أن التربية الإعلامية من خلال الشبكات ستجعل الأفراد قادرين على استيعاب التأثيرات الخاصة بسلوكياتهم عبر الشبكات، وتمنحهم المزايا الكاملة للفرص المتاحة في البيئات الإعلامية الرقمية الجديدة (Donoso & Verdoodet, 2014, p.7).

وقدم مشروع (تمكين المستخدم من ثقافة وسائل التواصل الاجتماعي) عدداً من التوصيات استناداً إلى نتائج الدراسات التي نفذها، ومنها:

– أهمية إجراء حوار مستمر بين الأطراف المعنية بموضوع التربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية، وأن يكون ذلك بنداً دائماً في الأجندة السياسية.

– دمج التربية الإعلامية من خلال الشبكات في إستراتيجيات التربية الإعلامية الخاصة بالإعلام الجديد.

– أن التربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية يحتاج إليها كل شخص، وتتطلب إستراتيجيات بعيدة المدى وتحديداً واضحاً للمسؤوليات.

– أن سياسة التربية الإعلامية من خلال الشبكات ينبغي أن تبنى استناداً إلى أبحاث مستقلة ذات جودة عالية، وأن تكون موضوعاً للتقييم المستمر (Donoso & Verdoodet, 2014, p:8- 10).

– من أجل زيادة مشاركة صغار السن، يتعين اعتماد إستراتيجيات التعلم الذاتي Autodidactic Strategies، من مثل كيفية رفع مقاطع الفيديو على يوتيوب أو إنشاء المدونات أو الحملات التي تعتمد على القصص الشخصية التي ترتبط بموضوع الحملة، والاهتمام برفع مستوى الوعي المعلوماتي والمهاري لدى الآباء والأمهات عن الشبكات الاجتماعية حتى يتمكنوا من مساعدة أبنائهم الذين يلجؤون إليهم في أحيان كثيرة، وتطوير إرشادات لمواجهة (التنمر الإلكتروني) Cyber bullying الذي يعني استهداف الأطفال خاصة والإساءة إليهم أو استغلالهم عن طريق شبكة الإنترنت وخاصة الشبكات الاجتماعية بغرض الابتزاز أو استدراج الضحية، وفي هذا المجال تبرز أهمية تدريب الأطفال على الرقابة الذاتية، وتزويد المدارس بأدلة إرشادية تركز على تصميم سياساتها الخاصة بمواجهة تلك الإساءات، وإشراك الطلبة وأولياء الأمور في تلك السياسات، وتشجيع المبادرات والتواصل الإيجابي بين الطلبة والمعلمين، والاستعانة بالخبراء. (Donoso & Verdoodet, 2014, p:25- 34).

نتائج الدراسة:

تعرض الدراسة النتائج في ثلاثة أجزاء، هي: عرض خصائص العينة، والإجابة عن التساؤلات، ثم اختبار الفروض.

أولاً – خصائص العينة:

جدول (2)
خصائص عينة البحث

المتغير	فئات المتغير	عدد = (35)	%
النوع	ذكر	28	%80
	أنثى	7	%20
العمر	25 إلى أقل من 35 سنة	11	%31,4
	35 إلى أقل من 45 سنة	15	%42,9
	45 إلى أقل من 55 سنة	6	%17,1
	55 سنة فأكثر	3	%8,6
الجامعة	الملك سعود	13	%37,1
	الإمام محمد بن سعود الإسلامية	10	%28,6
	الملك عبدالعزيز	5	%14,3
	الملك خالد	2	%5,7
	جازان	2	%5,7
	أم القرى	2	%5,7
	الملك فيصل	1	%2,9
عدد سنوات التدريس الجامعي	أقل من 3 سنوات	9	%25,7
	من 3 إلى أقل من 10 سنوات	11	%31,4
	10 سنوات فأكثر	15	%42,9
الدرجة العلمية	أستاذ	2	%5,7
	أستاذ مشارك	7	%20
	أستاذ مساعد	11	%31,4
	محاضر	15	%42,9

تابع/ جدول (2)
خصائص عينة البحث

المتغير	فئات المتغير	عدد = (35)	%
التخصص	صحافة ونشر إلكتروني	18	%51,4
	اتصال مرئي مسموع	7	%20
	علاقات عامة (اتصال إستراتيجي)	10	%28,6

يتضح من جدول (2) الخصائص العامة لعينة البحث، من حيث (النوع، العمر، الجامعة، الخبرة التدريسية، الدرجة العلمية، التخصص الدقيق).

ويصعب الجزم أن هذه العينة تمثل كل أساتذة الإعلام ومحاضريه في الجامعات السعودية للاعتبارات التي سبقت الإشارة إليها، والتي تفسر أيضاً ضعف المشاركة في الإجابة عن أسئلة الاستبانة، وأهمها أن الاستبانة تبحث عن إجابات علمية من أساتذة يستخدمون شبكات التواصل أداة مساعدة في العملية التعليمية، وهذا لا ينطبق بالضرورة على كل الأساتذة والمحاضرين.

بمعنى أن مجتمع الدراسة هنا سيكون (الأساتذة الذين يستخدمون شبكات التواصل أداة مساعدة في العملية التعليمية أو يهتمون بذلك).

ثانياً – الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

1 – ما درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المقررات الدراسة بأقسام الإعلام في الجامعات السعودية؟

جدول (3)
استخدام شبكات التواصل في المقررات الدراسية بأقسام الإعلام في الجامعات السعودية

المستوى	عدد = (35)	%
بدرجة كبيرة	13	%37,1
بدرجة متوسطة	16	%45,7
بدرجة ضعيفة	6	%17,1

يوضح جدول (3) أن 83% من عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل

الاجتماعي بطريقة أو بأخرى في المقررات الدراسية بدرجة كبيرة أو متوسطة، وهي نسبة كبيرة توضح الاهتمام المتزايد بالاستفادة من تلك الشبكات ليس للأغراض الشخصية فقط وإنما للأهداف التعليمية أيضاً.

2 – ما رؤية أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية حول مدى أهمية شبكات التوصل في تنمية مهارات التربية الإعلامية ؟

جدول (4)
درجة أهمية شبكات التواصل (ككل) في تنمية مهارات التربية الإعلامية

درجة الأهمية	عدد = (35)	%
مهمة بدرجة كبيرة	22	%62,9
بدرجة متوسطة	9	%25,7
بدرجة ضعيفة	4	%11,4
ليست مهمة	0	%0

وتوضح نتائج جدول (4) أن كل أفراد العينة يرون أهمية شبكات التواصل في تنمية مهارات التربية الإعلامية، ووصلت نسبة من يؤكدون أنها (مهمة بدرجة كبيرة) إلى ما يقرب من 63% من أفراد العينة.

3 – ما الشبكات والتطبيقات الأكثر أهمية في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى الطلبة من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية ؟

جدول (5)
درجة أهمية كل شبكة في تنمية مهارات التربية الإعلامية

		بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة	ليست مهمة	المجموع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
تويتر	ك	16	12	6	1	35	2,23	0,843	3
	%	45,7	34,3	17,1	2,9	100			
فيسبوك	ك	14	9	8	4	35	1,94	1,056	5
	%	40,0	25,7	22,9	11,4	100			

تابع/ جدول (5)
درجة أهمية كل شبكة في تنمية مهارات التربية الإعلامية

		بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة	ليست مهمة	المجموع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
يوتيوب	ك	22	10	2	1	35	2,51	0,742	2
	%	62,9	28,6	5,7	2,9	100			
انستجرام	ك	4	15	13	3	35	1,57	0,815	8
	%	11,4	42,9	37,1	8,6	100			
سنابشات	ك	9	10	14	2	35	1,74	,919	6
	%	25,7	28,6	40,0	5,7	100			
واتساب	ك	28	6	1	0	35	2,77	,490	1
	%	80,0	17,1	2,9	0,0	100			
تلجرام	ك	2	15	15	3	35	1,46	0,741	10
	%	5,7	42,9	42,9	8,6	100			
جوجل بلس	ك	7	8	16	4	35	1,51	0,951	9
	%	20,0	22,9	45,7	11,4	100			
سلايدشير	ك	3	8	17	7	35	1,20	0,868	11
	%	8,6	22,9	48,6	20,0	100			
لينكد إن	ك	5	14	13	3	35	1,60	0,847	7
	%	14,3	40,0	37,1	8,6	100			
كيك	ك	1	7	20	7	35	1,06	0,725	13
	%	2,9	20,0	57,1	20,0	100			
ويكيبيديا	ك	13	12	8	2	35	2,03	0,923	4
	%	37,1	34,3	22,9	5,7	100			
سكندلايف	ك	0	12	17	6	35	1,17	0,707	12
	%	0,0	34,3	48,6	17,1	100			

وفقاً لنتائج جدول (5) راوحت المتوسطات بين (2,77 و 1,17)، وهي نتيجة تشير إلى أن كل الشبكات كانت مهمة في تنمية التربية الإعلامية بدرجات متفاوتة من وجهة نظر المبحوثين، ولم تشر المتوسطات إلى أي شبكة باعتبارها (غير مهمة)، إلا أن مستويات الأهمية اختلفت بشكل واضح؛ إذ تصدرت القائمة بالترتيب: (واتساب، يوتيوب، تويتر، ويكيبيديا)، وهي التطبيقات التي حصلت على متوسط درجة (2) فما فوق.

وجاءت شبكات (فيسبوك، سناب شات، لينكد إن، انستجرام، وجوجل بلس) بالترتيب ضمن فئة الأهمية المتوسطة بحسب نتائج المتوسط، بينما كانت بقية الشبكات قليلة الأهمية في تنمية مهارات التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين كما يوضح جدول (5).

4 – ما أساليب أساتذة الإعلام في استخدام شبكات التواصل وتطبيقاته في مجال التدريس بالجامعات السعودية ؟

توضح نتائج جدول (6) أن المتوسطات راوحت بين (0,49 و 2,71)، وبناء على معطيات جدول (1) عن مدى المتوسطات المستخدمة في الدراسة، فإن ذلك يشير إلى أن الأسلوب الذي يستخدمه المبحوثون دائماً في مجال التدريس الجامعي هو (إنشاء مجموعات في واتساب) يليه أسلوب (إنشاء صفحة خاصة بالمادة تضم الطلاب وأساتذتهم في فيس بوك) بمتوسط 1,54؛ أي: ضمن فئة (أحياناً)، أما بقية الأساليب فكانت درجة استخدامها ضعيفة، وهي، على التوالي:

- إنشاء أوسام (هاشتاج) في تويتر لتبادل الأفكار حول المادة الدراسية.
- تسجيل المحاضرات ورفعها على (يوتيوب).
- إنشاء صفحة معلوماتية عن موضوع محدد في موقع (ويكيبيديا).
- تسجيل مقاطع فيديو على (سناب شات).
- إنشاء قناة خاصة في (تلجرام).

أما الأسلوب الأخير فتشير نتائج المتوسط إلى أنه غير مستخدم، وهو (تسجيل مقاطع فيديو على (كيك).

جدول (6)
أساليب أساتذة الإعلام في استخدام شبكات التواصل وتطبيقاته

		دائماً	أحياناً	نادراً	لا	المجموع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
إنشاء أوسام (اشتاج) في تويتر لتبادل الأفكار حول المادة الدراسية	ك	2	13	15	5	35	1,34	0,802	4
	%	5,7	37,1	42,9	14,3	100			
إنشاء صفحة خاصة بالمادة تضم الطلاب وأساتذتهم في فيس بوك	ك	6	14	8	7	35	1,54	1,010	2
	%	17,1	40,4	22,9	20,0	100			
تسجيل المحاضرات ورفعها على (يوتيوب)	ك	2	12	9	12	35	1,11	0,963	5
	%	5,7	34,3	25,7	34,3	100			
إنشاء مجموعة (جروب) في واتساب	ك	28	5	1	1	35	2,71	0,667	1
	%	80,0	14,3	2,9	2,9	100			
إنشاء قناة خاصة في تلجرام	ك	2	9	9	15	35	0,94	0,968	8
	%	5,7	25,7	25,9	42,9	100			
تسجيل مقاطع فيديو على (سناب شات)	ك	2	8	11	14	35	0,94	0,938	7
	%	5,7	22,9	31,4	40,0	100			
تسجيل مقاطع فيديو على (كيك)	ك	1	0	14	20	35	0,49	0,658	9
	%	2,9	0,0	40,0	57,1	100			
إنشاء صفحة معلوماتية عن موضوع محدد في موقع ويكيبيديا	ك	4	10	7	14	35	1,11	1,078	6
	%	11,4	28,6	20,0	40,0	100			
استخدام أسلوب آخر	ك	8	8	11	8	35	1,46	1,094	3
	%	22,9	22,9	31,4	22,9	100			

5 – ما أهم المقررات الدراسية التي تتطلب توظيف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية؟

جدول (7)
أهم المقررات الدراسية التي تتطلب توظيفاً لشبكات التواصل الاجتماعي

المقرر	التكرار (35)	%
الإعلام الجديد	11	31,4
التربية الإعلامية	10	28,6
الحملات الإعلامية	8	22,9
العلاقات العامة الرقمية	7	20
صحافة المواطن	7	20
الصحافة الاستقصائية	6	17,1
التحرير والكتابة الصحفية الإلكترونية	4	11,4
قوانين الإعلام وأخلاقياته	2	5,7
مشاريع التخرج	2	5,7

وفي الاستبانة طلب من المبحوثين تحديد أهم ثلاثة مقررات دراسية في الإعلام تتطلب توظيف الأستاذ لشبكات التواصل الاجتماعي بهدف تحقيق أهدافها التعليمية.

ويوضح جدول (7) أن أهم تلك المقررات، هي بالترتيب: (الإعلام الجديد، التربية الإعلامية، الحملات الإعلامية، العلاقات العامة الرقمية، صحافة المواطن، الصحافة الاستقصائية، التحرير والكتابة الصحفية الإلكترونية، الكتابة للمواقع الإلكترونية، قوانين الإعلام وأخلاقياته، ومشاريع التخرج).

6 – ما أساليب تنمية مهارات النقد لدى الطلبة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية؟

عرضت الدراسة في الاستبانة خمساً من مهارات النقد، وطلبت من الأساتذة تحديد كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية لتنمية تلك المهارات وتطويرها لدى الطلبة.

جدول (8)
أهم الأساليب المقترحة لتطوير مهارات النقد لدى طلبة الإعلام باستخدام شبكات التواصل

المهارة	الأساليب المقترحة
مهارة الاختصار والاختزال	من خلال تغريدات تويتر. عمل هاشتاجات حول عناصر المقرر المختلفة. أن نطلب من الطلاب بالتناوب رفع ملخص المحاضرة مثلاً على يوتيوب.
تعرف مصادر المادة الإعلامية	الاعتماد على محركات البحث مثل: (جوجل، ياهو). التأكد من المادة في الحساب الرسمي للمصدر على شبكات التواصل. القراءة المكثفة من مصادر متنوعة.
تعرف مقاصد المادة الإعلامية	من خلال النقاشات والحوار المتأني مع المختصين عبر شبكات التواصل، والمنتديات. إنتاج أفلام قصيرة تتضمن بشكل مباشر محتوى يكشف أو يبرز تأثيرات المواد الإعلامية ومقاصدها ورفعها على شبكات التواصل الاجتماعي. استخدام اليوتيوب أو سناب شات بطريقة عملية.
إجراء المقارنات المنطقية	تدريب الطلبة على البحث عن المعلومة والعودة لما نشر في صفحات التواصل عن الموضوع نفسه قبل فترة من الزمن. المقارنة بين ما ينشر في الشبكات الاجتماعية وما ينشر في الصحف التقليدية حول موضوعات معينة. طرح الآراء من خلال قروبات واتس أب يشرف عليها الأستاذ.
تمثيل الفكرة كما فهمها الطالب	تسجيل مقاطع ورفعها على يوتيوب أو كيك أو سناب شات لتوضيح المعاني المرتبطة بالمقرر من وجهة نظر الطلبة. الاستعانة بالوسائط المتعددة في تكوين مشهد تمثيلي بين مجموعات طلابية لتجسيد الفكرة. استخدام هذا الأسلوب ضمن مشروعات التخرج.

ويعرض جدول (8) أهم الأساليب المقترحة من المبحوثين لتطوير كل مهارة، على النحو الآتي:

أولاً – الأساليب المقترحة لتطوير مهارة (الاختصار والاختزال):

ركزت معظم الأساليب المقترحة من المبحوثين لتطوير هذه المهارة على استخدام (تويتر) باعتباره موقع التدوين الأصغر الذي يمكن من خلاله تطوير مهارة الاختصار والاختزال والتعبير بإيجاز عن الرسالة الاتصالية. وهناك أساليب

مقترحة أخرى، من مثل: "صياغة الأخبار للتناسب مع تغريدات تويتر" و"تصميم استطلاع رأي وعرض ملخص نتائجه على الشبكات الاجتماعية" و"عرض ملخص المحاضرة على شكل ملف فيديو في يوتيوب".

ثانياً – أساليب تطوير مهارة (تعرف مصادر المادة الإعلامية):

قدم المبحوثون مقترحات لتطوير هذه المهارة، اعتماداً على استخدام محركات البحث، من مثل: (جوجل، ياهو)، أو التأكد من المادة في الحساب الرسمي للمصدر على شبكات التواصل، أو القراءة المكثفة من مصادر متنوعة.

وأشارت بقية المقترحات إلى تدريب الطلاب على "متابعة المواقع الاخبارية المعتمدة ووكالات الأنباء" و"الاستفادة من موقع يوتيوب".

ثالثاً – أساليب تطوير مهارة (تعرف مقاصد المادة الإعلامية):

يبين الجدول السابق (8) أن أهم الأساليب المقترحة لهذه المهارة كانت تشير إلى اعتماد النقاشات مع المختصين عبر شبكات التواصل، والمنتديات، وإنتاج أفلام قصيرة تهدف إلى كشف مقاصد المواد الإعلامية ورفعها على شبكات التواصل الاجتماعي.

وقدم المبحوثون مقترحات أخرى، من مثل: "استخدام يوتيوب وسناب شات بطريقة عملية" و"تكليف الطلبة تحليل ما ينشر على شبكات التواصل وتحديد الأهداف الظاهرة والخفية للمادة الإعلامية" و"التعليم الذاتي وأسلوب مشاركة الأفكار عبر أوسمة تويتر أو غيرها من الأدوات" و"استخدام فيس بوك لتنمية هذه المهارة عن طريق التجاوب بالمشاركة أو التعليق".

رابعاً – أساليب تطوير مهارة (إجراء المقارنات المنطقية):

أهم الأساليب المقترحة لتطوير هذه المهارة، هي: "تدريب الطلبة على البحث عن المعلومة والعودة لما نشر في صفحات التواصل عن ذات الموضوع قبل فترة من الزمن" و"المقارنة بين ما ينشر في الشبكات الاجتماعية وما ينشر في الصحف التقليدية حول موضوعات معينة" و"طرح الآراء من خلال جروبات واتس أب يشرف عليها الأستاذ".

ومن الأساليب الإضافية التي اقترحها المبحوثون أيضاً: "متابعة مصدرين من مصادر الاعلام على شبكات التواصل الاجتماعي لمدة أسبوع مع كتابة الملاحظات ثم يطلب من الطلبة مناقشة الفروقات".

خامساً – أساليب تطوير مهارة (تمثيل الفكرة):

ركزت المقترحات لتطوير هذه المهارة على منصات الفيديو مثل: "يوتيوب، وكيك، وسناب شات" من خلال "تسجيل مقاطع ورفعها على تلك المنصات لتوضيح المعاني المرتبطة بالمقرر من وجهة نظر الطلبة"، و"الاستعانة بالوسائط المتعددة في تكوين مشهد تمثيلي بين مجموعات طلابية لتجسيد الفكرة"، و"استخدام هذا الأسلوب ضمن مشروعات التخرج".

7 – ما أساليب تنمية مهارات الإنتاج لدى الطلبة باستخدام شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية؟

عرضت الدراسة في الاستبانة خمساً من مهارات الإنتاج للرسالة الإعلامية، وطلبت من الأساتذة تحديد كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية لتنمية تلك المهارات وتطويرها لدى الطلبة.

جدول (9)
أهم الأساليب المقترحة لتطوير (مهارات الإنتاج) لدى طلبة الإعلام باستخدام شبكات التواصل

المهارة	الأسلوب المقترح / أمثلة
تقديم الطلبة آراءهم النقدية للإنتاج الإعلامي الذي تبثه وسائل الإعلام التقليدية والجديدة	حث الطلبة على المشاركة في حسابات وسائل الإعلام على شبكات التواصل وكتابة تعليقاتهم ورؤاهم ثم مناقشة ذلك في الفصل الدراسي. تأسيس مجموعات نقاش على شبكات وتطبيقات التواصل تتناول بالنقد والتحليل المضامين الإعلامية وتبادل الخبرات والرؤى حولها. استعراض مقاطع منتشرة في يوتيوب ومناقشتها في الفصل الدراسي.
تقديم الطلبة لمعارفهم حول موضوع ما في شكل إنتاج مطبوع	من خلال إنتاج مادة معلوماتية عن موضوع معين ونشرها في ويكيبيديا. تصميم مدونة متخصصة في موضوع معين. عرض مادة علمية معينة ومشاركتها ضمن موقع سلايد شير.
تقديم الطلبة لمعارفهم حول موضوع ما في شكل إنتاج مسموع – مرئي	إنشاء قناة يوتيوب خاصة بطلاب المقرر تعرض إنتاجهم المرئي المسموع. إنتاج برامج ومواد فيلمية ورفعها على اليوتيوب وشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى. الاستفادة من المادة المرئية المسموعة في يوتيوب لإنتاج مواد جديدة بأفكار جديدة.

تابع/ جدول (9)
أهم الأساليب المقترحة لتطوير (مهارات الإنتاج) لدى طلبة الإعلام باستخدام شبكات التواصل

المهارة	الأسلوب المقترح / أمثلة
تقديم الطلبة لمعارفهم حول موضوع ما في شكل إنتاج يعتمد الوسائط المتعددة	إنشاء وتصميم صفحات متخصصة على فيس بوك. مشروعات تخرج لتأسيس موقع إلكتروني لقناة أو صحيفة إلكترونية وإنشاء صفحات لها على شبكات التواصل الاجتماعي تعرض أهم مضامينها النصية والفيلمية والمسموعة. الاستعانة بما يعرض على يوتيوب وغيره من شبكات التواصل في دعم ما يقدمه الطلاب في شكل إنتاج وسائط متعددة.
تنفيذ حملات توعية إعلامية في موضوعات محددة	اعتماد الوسم (الهاشتاج) وإنشاء الصفحات على الفيس بوك ونشر صور في إنستجرام ومقاطع الفيديو في يوتيوب وسناب شات وكيك في آن واحد. رصد وتحليل حملات تمت بالفعل من خلال الشبكات الاجتماعية ونقدها والاستفادة من أساليب تنفيذها. تصميم حملات توعية أو حملات إعلانية أو حملات للعلاقات العامة في موضوعات تتصل بالمقررات وتنفيذها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.

ويعرض جدول (9) أهم الأساليب المقترحة من المبحوثين لتطوير كل مهارة، على النحو الآتي:

أولاً – أساليب تطوير مهارة (تقديم الآراء النقدية للإنتاج الإعلامي):

يوضح الجدول السابق أن أهم الأساليب المقترحة لتطوير هذه المهارة هي: "المشاركة في حسابات وسائل الإعلام على شبكات التواصل وكتابة تعليقاتهم ورؤاهم، ثم مناقشة ذلك في الفصل الدراسي" و"تأسيس مجموعات نقاش على شبكات وتطبيقات التواصل تتناول بالنقد والتحليل المضامين الإعلامية وتبادل الخبرات والرؤى حولها"، ثم "استعراض مقاطع منتشرة في يوتيوب ومناقشتها في الفصل".

ومن المقترحات الأخرى أيضاً "التدريب على عقد مقارنات بين ما تبثه القنوات التلفزيونية وما يتم تداوله في مواقع التواصل"، و"حث الطلبة على المشاركة الفعالة والبناءة في هاشتاجات تويتر"، و"إنشاء حساب على إنستجرام

يتم من خلاله عرض دوري للصور الصحفية بهدف تدريب الطلبة على نقدها واختيار النص المناسب في التعليق عليها".

ثانياً – أساليب تطوير مهارة (تقديم المعارف حول موضوع ما في شكل إنتاج مطبوع) باستخدام شبكات التواصل:

وركزت المقترحات لتطوير هذه المهارة على توظيف (ويكيبيديا وسلايد شير والمدونات)، من مثل: "إنتاج مادة معلوماتية عن موضوع معين ونشرها في ويكيبيديا"، أو "تصميم مدونة متخصصة في موضوع معين" أو "عرض مادة علمية معينة ومشاركتها ضمن موقع سلايد شير".

ومقترحات أخرى تشير إلى إمكانية تطوير هذه المهارة في مقررات التدريب ومشاريع التخرج لطلاب الصحافة والنشر تحديداً، من خلال "إنتاج صحيفة مطبوعة وإنشاء صفحات لها على شبكات التواصل الاجتماعي"، إضافة إلى أهمية "استخدام تويتر وفيس بوك في النشر الصحفي"، واستخدام (جروبات واتس أب، وشبكات مثل: تويتر وإنستجرام) لنشر الإنتاج المطبوع والتصاميم الصحفية للطلاب وعرضها في صيغة ملفات .pdf أو ملفات صور، بهدف استقبال التعليقات المختلفة عليها وتقييمها، إضافة إلى تشجيع الطلاب ونشر إبداعاتهم على أوسع نطاق.

ثالثاً – أساليب تطوير مهارة (تقديم المعارف حول موضوع ما في شكل إنتاج مسموع – مرئي):

يوضح الجدول السابق أن أهم الأساليب المقترحة لتطوير هذه المهارة هي: "إنشاء قناة يوتيوب خاصة بطلاب المقرر تعرض إنتاجهم المرئي المسموع " و"إنتاج برامج ومواد فيلمية ورفعها على يوتيوب وشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى"، و"الاستفادة من المادة المرئية المسموعة في يوتيوب لإنتاج مواد جديدة بأفكار جديدة، أو عرض تلك الأعمال لنقدها وتقييمها والاستفادة من أساليب وطرق إنتاجها".

ومقترحات أخرى أشارت إلى أهمية "نشر الإنتاج المسموع المرئي للطلاب عبر الشبكات الأخرى مثل: فيس بوك وتويتر وسناب شات وكيك، إضافة إلى مجموعات واتس أب".

رابعاً – أساليب تطوير مهارة (تقديم المعارف حول موضوع ما في شكل إنتاج وسائط متعددة):

من خلال "إنشاء وتصميم صفحات متخصصة على فيس بوك" و"مشروعات التخرج التي تستهدف تأسيس موقع إلكتروني لقناة أو صحيفة إلكترونية مثلاً، إضافة إلى إنشاء صفحات لها على شبكات التواصل الاجتماعي تعرض أهم مضامينها النصية والفيلمية والمسموعة" و"الاستعانة بما يعرض على يوتيوب وغيره من شبكات مشاركة الفيديو والفلاشات في دعم ما يقدمه الطلاب في شكل إنتاج وسائط متعددة".

خامساً – أساليب تطوير مهارة (تنفيذ حملات توعية إعلامية في موضوعات محددة):

من خلال "اعتماد الوسم (الهاشتاج) وإنشاء الصفحات على الفيس بوك ونشر صور في إنستجرام ومقاطع الفيديو في يويتوب وسناب شات وكيك في آن واحد"، ويمكن "رصد وتحليل حملات تمت بالفعل من خلال الشبكات الاجتماعية ونقدها والاستفادة من أساليب تنفيذها" أيضاً، إضافة إلى إمكانية "تصميم حملات توعية أو حملات إعلانية أو حملات للعلاقات العامة في موضوعات تتصل بالمقررات وتنفيذها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة".

وأوضحت مقترحات أخرى أنه يمكن تكليف الطلاب مشاريع التدريب على "تنظيم حملات إعلامية لجهات معينة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعية"، أو "توزيع طلاب المقرر في مجموعات تتوزع عليها مهام تنفيذ الحملة في تويتر من خلال وضع هاشتاج، وفي فيس بوك من خلال إنشاء صفحة، وتصميم بنارات في الإنستجرام، وفيلم قصير للحملة على يوتيوب".

8 – ما درجة تطبيق أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية لأساليب تنمية مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى الطلبة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟

وسئل المبحوثون عن الأساليب التي اقترحوها في السؤالين السادس والسابع: هل استخدموا فعلاً بعضاً منها في الفصول الدراسية بهدف تطوير مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى الطلبة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (10)
درجة تطبيق أساليب تطوير مهارات النقد والإنتاج الإعلامي

المستوى	عدد = (35)	%
نعم	31	88,6
لا	4	11,4

أوضحت النتائج في جدول (10) أن نسبة تطبيق أسلوب أو أكثر من أساليب تطوير مهارات النقد والإنتاج الإعلامي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، قد حدث بالفعل لدى نسبة 88,6% من عينة الدراسة.

وتشير النتيجة هنا إلى اعتماد أسلوب معين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير مهارات التربية الإعلامية تحديداً، بينما يتناول السؤال الأول درجة استخدام شبكات التواصل في المقررات بشكل عام.

9 – ما صعوبات تطبيق أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية لأساليب تنمية مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى الطلبة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟

يمكن تصنيف الصعوبات التي ذكرها المبحوثون في ثلاث فئات رئيسة، هي على النحو الآتي:

- صعوبات تتعلق بالطلبة.
- صعوبات تتعلق بالمقررات ذاتها.
- صعوبات تتعلق بالبيئة التعليمية.

فأما الصعوبات التي تتعلق بالطلبة فتتمثل أهمها في "تفاوت الطلبة بشكل كبير فيما بينهم في مهارات الوصول الرقمي والتعامل الاحترافي مع شبكات التواصل الاجتماعي" و"عدم تفاعل بعض الطلاب مع هذه الأساليب".

وأما الصعوبات الخاصة بالمقررات والبيئة التعليمية فتتمثل أهمها في "عدم وجود توصيفات واضحة في المقررات تعين الأستاذ على الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي" بالإضافة إلى "الأسلوب التقليدي الغالب على البيئة التعليمية في أقسام الإعلام التي لا تستجيب بسرعة للأساليب الحديثة والإبداعية في التعليم".

ثالثاً – اختبار فروض الدراسة:

تستهدف الدراسة اختبار الفرض الرئيس الآتي:

– تؤثر متغيرات (النوع، الخبرة الأكاديمية، التخصص الدقيق، الدرجة العلمية، العمر) في مستويات استخدام الأساتذة الشبكات في المقررات الدراسية، وفي إدراكهم لدرجة أهميتها، وفي استخدامهم لها في تنمية مهارات التربية الإعلامية.

ويتفرع من هذا الفرض خمسة فروض فرعية، تختبرها بيانات الجداول (11، 12، 13، 14، 15) على النحو الآتي:

جدول (11)

اختبار فيشر المضبوط Fisher's Exact Test للعلاقة بين متغير (النوع) من جهة ومتغيرات درجة استخدام الشبكات في المقررات الدراسية، وإدراك أهمية الشبكات واستخدامها في تنمية مهارات التربية الإعلامية من جهة أخرى

		ذكر (28)		أنثى (7)		المجموع (35)	
		ك	%	ك	%	ك	%
استخدام الشبكات في المقررات	بدرجة مرتفعة	10	35,7	3	42,9	13	37,1
	بدرجة غير مرتفعة	18	64,3	4	57,1	22	62,9
إدراك الأهمية	بدرجة مرتفعة	17	60,7	5	71,4	22	62,9
	بدرجة غير مرتفعة	11	39,3	2	28,6	13	37,1
استخدام الشبكات في تنمية المهارات	نعم	24	85,7	7	100	31	88,6
	لا	4	14,3	00	0,0	4	11,4

واعتمد اختبار فيشر المضبوط Fisher's Exact Test بدلاً من اختبار مربع كاي، لأن حجم العينة صغير، كما أن عدد التكرارات في بعض الخلايا أقل من 5، وقد أشارت النتائج إلى أن متغير (النوع) لم يكن مؤثراً في الحالات الثلاث؛ إذ بلغ مستوى الدلالة في اختبار فيشر (1,000) للعلاقة بين متغيري (النوع) ودرجة استخدام الشبكات في المقررات الدراسية، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (أقل من 0,05).

وبلغ مستوى الدلالة في اختبار فيشر (0,689) للعلاقة بين متغيري (النوع) وإدراك أهمية الشبكات في التربية الإعلامية، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى

معنوية (أقل من 0,05)، كما بلغ مستوى الدلالة (0,562) للعلاقة بين متغيري (النوع) واستخدام الشبكات في تنمية مهارات التربية الإعلامية، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (أقل من 0,05).

جدول (12)
العلاقة بين متغير (الخبرة الأكاديمية) من جهة ومتغيرات درجة استخدام الشبكات في المقررات الدراسية، وإدراك أهمية الشبكات واستخدامها في تنمية مهارات التربية الإعلامية من جهة أخرى

		أقل من عشر سنوات (20)		عشر سنوات فأكثر (15)		المجموع (35)	
		ك	%	ك	%	ك	%
استخدام الشبكات في المقررات	بدرجة مرتفعة	8	40,0	5	33,3	13	37,1
	بدرجة غير مرتفعة	12	60,0	10	66,7	22	62,9
إدراك الأهمية	بدرجة مرتفعة	14	70,0	8	53,3	22	62,9
	بدرجة غير مرتفعة	6	30,0	7	46,7	13	37,1
استخدام الشبكات في تنمية المهارات(*)	نعم	18	90,0	13	86,7	31	88,6
	لا	2	10,0	2	13,3	4	11,4

(*) ملاحظة: تعذر استخدام اختبار مربع كاي في هذه الحالة بسبب وجود أكثر من خلية تكرارها أقل من 5، ولذلك طبق اختبار فيشر المضبوط.

أظهرت نتائج جدول (12) أن متغير (الخبرة الأكاديمية) لم يكن مؤثراً في الحالات الثلاث؛ إذ إن قيمة مربع كاي Chi-Square لاختبار العلاقة بين متغير (الخبرة الأكاديمية) من جهة ومتغير درجة استخدام الشبكات في المقررات الدراسية كانت (0,163)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً؛ لأن مستوى الدلالة كانت 0,686 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05.

وبلغت قيمة مربع كاي لاختبار العلاقة بين متغير (الخبرة الأكاديمية) ومتغير استخدام الشبكات في تنمية مهارات التربية الإعلامية (1,020) وهي قيمة غير دالة إحصائياً؛ لأن مستوى الدلالة كانت 0,313 (أكبر من 0,05).

وبلغ مستوى الدلالة في اختبار فيشر (1,000) للعلاقة بين متغيري (الخبرة

الأكاديمية) واستخدام الشبكات في تنمية مهارات التربية الإعلامية، وهي غير دالة إحصائياً.

جدول (13)
اختبار فيشر المضبوط للعلاقة بين متغير (التخصص الدقيق) من جهة ومتغيرات درجة استخدام الشبكات في المقررات الدراسية، وإدراك أهمية الشبكات واستخدامها في تنمية مهارات التربية الإعلامية من جهة أخرى

		صحافة ونشر إلكتروني (18)		تخصصات أخرى (إذاعة وتلفزيون وعلاقات عامة) (17)		المجموع (35)	
		ك	%	ك	%	ك	%
استخدام الشبكات في المقررات	بدرجة مرتفعة	9	50,0	4	23,5	13	37,1
	بدرجة غير مرتفعة	9	50,0	13	76,5	22	62,9
إدارك الأهمية	بدرجة مرتفعة	14	77,8	8	47,1	22	62,9
	بدرجة غير مرتفعة	4	22,2	9	52,9	13	37,1
استخدام الشبكات في تنمية المهارات	نعم	15	83,3	16	94,1	31	88,6
	لا	3	16,7	1	5,9	4	11,4

ملاحظة: تم دمج فئتي (تخصص إذاعة وتلفزيون وعلاقات عامة) للضرورة الإحصائية، ونظراً لما كشفته النتائج من ارتفاع نسبة المشاركين من تخصص (صحافة ونشر إلكتروني)، ويتيح هذا الإجراء معرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في التخصص الأخير وزملائهم من التخصصات الأخرى.

أظهرت النتائج أيضاً أن متغير (التخصص الدقيق) لم يكن مؤثراً في الحالات الثلاث؛ فقد كان مستوى الدلالة لاختبار فيشر في الحالات الثلاث، على التوالي (0,164) و(0,086) و(0,603)، وهي مستويات غير دالة إحصائياً، وبالمجمل كانت الفروق غير دالة إحصائياً بين الفئتين من المبحوثين في الحالات الثلاث.

جدول (14)
اختبار العلاقة بين متغير (الدرجة العلمية) من جهة ومتغيرات درجة استخدام الشبكات في المقررات الدراسية، وإدراك أهمية الشبكات واستخدامها في تنمية مهارات التربية الإعلامية من جهة أخرى

		أستاذ – أستاذ مشارك – أستاذ مساعد (20)		محاضر (15)		المجموع (35)	
		ك	%	ك	%	ك	%
استخدام الشبكات في المقررات	بدرجة مرتفعة	7	35,0	6	40,0	13	37,1
	بدرجة غير مرتفعة	13	65,0	9	60,0	22	62,9
إدارك الأهمية	بدرجة مرتفعة	14	70,0	8	53,3	22	62,9
	بدرجة غير مرتفعة	6	30,0	7	46,7	13	37,1
استخدام الشبكات في تنمية المهارات	نعم	18	90,0	13	86,7	31	88,6
	لا	2	10,0	2	13,3	4	11,4

وبحسب بيانات جدول (14) اختبرت العلاقة بين متغير (الدرجة العلمية) ومتغير (استخدام الشبكات في المقررات)، وبلغت قيمة اختبار مربع كاي = 0,092 عند مستوى دلالة = (0,762)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (وكانت قيمة فاي Phi = 0,051 عند مستوى دلالة 0,762).

وفي اختبار العلاقة بين متغير (الدرجة العلمية) ومتغير (إدراك الأهمية) بلغت قيمة اختبار مربع كاي = 1,020 عند مستوى دلالة = 0,313، وهي أيضاً قيمة غير دالة إحصائياً (وكانت قيمة فاي Phi = – 0,171 عند مستوى دلالة 0,313).

ولاختبار العلاقة بين متغير (الدرجة العلمية) و(استخدام الشبكات لتنمية مهارات التربية الإعلامية) بلغت مستوى الدلالة لاختبار فيشر = 1,000، وهو مستوى غير دال إحصائياً.

وفي المجمل كانت الفروق غير دالة إحصائياً بين الفئتين من المبحوثين؛ أي: أن متغير الدرجة العلمية لم يكن مؤثراً في الحالات الثلاث.

جدول (15)
اختبار العلاقة بين متغير (العمر) من جهة ومتغيرات درجة استخدام الشبكات في المقررات الدراسية، وإدراك أهمية الشبكات واستخدامها في تنمية مهارات التربية الإعلامية من جهة أخرى

		35 سنة فأكبر (24)		أقل من 35 سنة (11)		المجموع (35)	
		ك	%	ك	%	ك	%
استخدام الشبكات في المقررات	بدرجة مرتفعة	8	33,3	5	45,5	13	37,1
	بدرجة غير مرتفعة	16	66,7	6	54,5	22	62,9
إدراك الأهمية	بدرجة مرتفعة	17	70,8	5	45,5	22	62,9
	بدرجة غير مرتفعة	7	29,2	6	54,5	13	37,1
استخدام الشبكات في تنمية المهارات	نعم	22	91,7	9	81,8	31	88,6
	لا	2	8,3	2	18,2	4	11,4

وفقاً لبيانات جدول (15) اختبرت العلاقة بين متغير (العمر) ومتغير (استخدام الشبكات في المقررات)، وبلغت قيمة اختبار مربع كاي (0,475) عند مستوى دلالة (0,491)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (وكانت قيمة فاي Phi = –0,116 عند مستوى دلالة 0,491).

وفي اختبار العلاقة بين متغير (العمر) ومتغير (إدراك الأهمية) بلغت قيمة اختبار مربع كاي (2,081) عند مستوى دلالة (0,149)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (وكانت قيمة فاي Phi = 0,244 عند مستوى دلالة 0,149).

ولاختبار العلاقة بين متغير (العمر) و(استخدام الشبكات لتنمية مهارات التربية الإعلامية) بلغت مستوى الدلالة لاختبار فيشر (0,575)، وهو مستوى غير دال إحصائياً.

وكانت الفروق غير دالة إحصائياً بين الفئتين من المبحوثين؛ أي أن متغير (العمر) لم يكن مؤثراً في الحالات الثلاث.

وإجمالاً أثبتت نتائج اختبارات الفروض عدم قبول الفرض الرئيس للدراسة الذي ينص على أن متغيرات (النوع، الخبرة الأكاديمية، التخصص الدقيق، الدرجة

العلمية، العمر) تؤثر في مستويات استخدام الشبكات في المقررات الدراسية، وفي إدراكهم لدرجة أهميتها، وفي استخدامهم لها في تنمية مهارات التربية الإعلامية.

مناقشة النتائج:

أوضحت نتائج الدراسة أن 83% ممن شملتهم الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بطريقة أو بأخرى في المقررات الدراسية بدرجة كبيرة أو متوسطة، وهي نسبة كبيرة توضح الاهتمام المتزايد بالاستفادة من تلك الشبكات ليس للأغراض الشخصية فقط وإنما للأهداف التعليمية أيضاً.

والملاحظ أن النسبة السابقة تتجاوز النسبة العامة لاستخدام الشبكات في المملكة العربية السعودية؛ إذ أوضحت أحدث مؤشرات تقرير نظرة على الإعلام العربي (نادي دبي للصحافة، 2017، ص140) أن نحو 77% من جمهور الإنترنت في المملكة يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعي أو الرسائل الفورية مرة واحدة في اليوم على الأقل، وينفقون ما معدله أربع ساعات يومياً على هاتين الخدمتين وحدهما.

وتتفق نتيجة الدراسة مع إشارات سابقة أكدت تزايد إقبال أعضاء هيئة التدريس لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الفصول التعليمية، في السنوات الأخيرة. (Seaman & Tinti-Kane, 2013)

وأوضحت نتائج الدراسة أن كل أفراد العينة يرون أهمية شبكات التواصل في تنمية مهارات التربية الإعلامية، وتضع هذه النتيجة إشارة مهمة أمام الباحثين التربويين والإعلاميين لدراسة الأساليب العلمية التي يمكن أن تضمن التوظيف الأمثل لتلك الشبكات في تطوير مهارات التربية الإعلامية.

وفي ترتيب أهمية التطبيقات والشبكات المختلفة لهذا الهدف، جاءت (واتس أب، يوتيوب، تويتر، ويكيبيديا) في المراكز الأولى، تليها شبكات (فيس بوك، سناب شات، لينكد إن، إنستجرام، وجوجل بلس).

وتتفق هذه النتيجة إلى حد كبير مع دراسة أخرى أجراها الباحث على عينة من طلبة جامعتي الملك سعود وصنعاء، أشارت إلى أن شبكات التواصل والتراسل الفوري الأكثر استخداماً لدى الطلبة هي على التوالي: (واتس أب 95%، يوتيوب 92%، فيس بوك 81%، تويتر 71%، إنستجرام 59%). (منصور، 2017، ص34–35).

والتطبيقات والشبكات الأعلى استخداماً لدى الأساتذة والطلبة – كما توضح الإحصاءات الحديثة – هي بالفعل المنصات الأكثر شعبية لدى المستخدمين السعوديين، فتطبيق واتساب تصل نسبة استخدامه إلى 91%، بينما تتجاوز السعودية جميع دول العالم في نصيب الفرد من مشاهدة الفيديو على يوتيوب، وتصل نسبة استخدام فيس بوك، وتويتر إلى 83% و53% على الترتيب. (نادي دبي للصحافة، 2017، ص140).

وكان الأسلوب الذي يستخدمه المبحوثون دائماً في مجال التدريس الجامعي هو (إنشاء مجموعات في واتس أب) يليه أسلوب (إنشاء صفحة خاصة بالمادة تضم الطلاب مع أساتذتهم في فيس بوك) ثم (إنشاء أوسام "هاشتاج" في تويتر لتبادل الأفكار حول المادة الدراسية)، ثم تسجيل المحاضرات ورفعها على (يوتيوب)، ثم إنشاء صفحة معلوماتية عن موضوع محدد في موقع (ويكيبيديا).

والدراسة في هذه النقطة لم تتوسع كثيراً في تعرف تفاصيل استخدام هذه الأساليب وآلياتها، ومدى نجاحها في تطوير مهارات محددة من مهارات التربية الإعلامية؛ لأن تحقيق هذا الهدف يتطلب سلسلة من الدراسات الوصفية والتجريبية ودراسات الحالة، ويصعب تحقيقه في دراسة واحدة.

وكانت دراسة سابقة أجراها الباحث على عينة من طلاب جامعة الملك سعود أوضحت أن تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل كمصدر تعليمي لدى الطلاب كانت تأثيرات معرفية في المقام الأول، تليها التأثيرات السلوكية ثم الوجدانية، فقد جاء التأثير المعرفي الخاص بـ"معرفة مواعيد الاختبارات الشهرية والتكاليف والواجبات " في الترتيب الأول لدى 60,5% من الطلبة، يليه التأثير السلوكي "استخدامها كوسيلة لاستمرار التواصل بعد التخرج" لدى 54% منهم، أما أهم تأثير وجداني فقد كان "تشعرني بالاطمئنان في بقائي مطلعاً على كل جديد في المقرر" وأكدته 49,5% من الطلبة الذين شملتهم الدراسة. (منصور، 2017، ص39).

والإضافة الأهم التي سعت الدراسة إلى تقديمها تتعلق بالأساليب المقترحة لتطوير عشر من مهارات النقد والإنتاج لدى طلبة الإعلام باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، اعتماداً على أسئلة مفتوحة تضمنتها الاستبانة الخاصة بالدراسة.

وتنطلق الدراسة في طرح هذا الجانب من أدبيات التربية الإعلامية من خلال

الشبكات الاجتماعية Social Media Literacy التي تتناول مجموعة من الأبعاد، أهمها البعد الخاص بالقدرات أو الكفايات Social media competences، وهو البعد الذي يتكون من مجموعة المعارف والمهارات والاتجاهات والكفاءة الذاتية في استخدام تطبيقات الشبكات الاجتماعية، إضافة إلى التحليل والتقييم والمشاركة وإنتاج المحتوى المناسب للشبكات الاجتماعية.

والملاحظ في الأساليب المقترحة لتطوير المهارات العشر التي تناولتها الدراسة، أنها كانت مقترحات متداخلة، وبعضها يتسم بالعمومية وعدم الوضوح، وهي نتيجة منطقية بسبب حداثة هذه الشبكات والتطورات المتلاحقة التي تقدمها في الواقع الاتصالي، إضافة إلى غياب الأدلة التعليمية والإرشادية والتوصيفات المنهجية التي يمكن أن يستعين بها الأستاذ أو المحاضر لتحقيق هذه الهدف.

وقدمت الدراسة أكثر من ثلاثين مقترحاً لتطوير المهارات العشر من مهارات التربية الإعلامية، من خلال إجابات المشاركين في الدراسة (بواقع ثلاثة مقترحات على الأقل لتطوير المهارة الواحدة).

وكان من الواضح أن تلك المقترحات حرصت على أن تكون منسجمة مع الطبيعة الاتصالية لكل تطبيق أو شبكة، فعلى سبيبل المثال، ركزت معظم الأساليب المقترحة من المبحوثين لتطوير مهارة (الاختصار) على استخدام تويتر باعتباره موقع التدوين الأصغر الذي يمكن من خلاله تطوير مهارة الاختصار والاختزال والتعبير بإيجاز عن الرسالة الاتصالية، وقدم المبحوثون مقترحات لتطوير مهارة (تعرف مصادر المادة الإعلامية) اعتماداً على استخدام محركات البحث مثل: (جوجل، ياهو)، أو التأكد من المادة في الحساب الرسمي للمصدر على شبكات التواصل، وركزت مقترحات تطوير مهارة (تمثيل الفكرة) على منصات الفيديو مثل: "يوتيوب، وكيك، وسناب شات" من خلال "تسجيل مقاطع ورفعها على تلك المنصات لتوضيح المعاني المرتبطة بالمقرر من وجهة نظر الطلبة"، و"الاستعانة بالوسائط المتعددة في تكوين مشهد تمثيلي بين مجموعات طلابية لتجسيد الفكرة"

وقدمت مقترحات لتطوير مهارة (تقديم المعارف حول موضوع ما في شكل إنتاج مطبوع) من خلال توظيف (ويكيبيديا، وسلايد شير، والمدونات)، من مثل: "إنتاج مادة معلوماتية عن موضوع معين ونشرها في ويكيبيديا" أو "تصميم مدونة متخصصة في موضوع معين" أو "عرض مادة علمية معينة ومشاركتها ضمن موقع سلايد شير".

وسرد المشاركون في الدراسة عدداً من الصعوبات التي تقف أمام التوظيف الأمثل لشبكات التواصل في تطوير مهارات التربية الإعلامية، وكانت تلك الصعوبات تتعلق بالمقررات ذاتها، وتوصيفاتها المتاحة والتي لا تلبي الاحتياجات التعليمية في البيئة الاتصالية الحديثة، بالإضافة إلى "الأسلوب التقليدي الغالب على البيئة التعليمية في أقسام الإعلام التي لا تستجيب بسرعة للأساليب الحديثة والإبداعية في التعليم، وصعوبات تتمثل في "تفاوت مستويات الطلبة فيما بينهم في مهارات الوصول الرقمي والتعامل الاحترافي مع شبكات التواصل الاجتماعي".

وتضع هذه الآراء أيضاً مؤشرات مفيدة للباحثين الإعلاميين والتربويين لدراستها على نحو أكثر عمقاً وشمولاً في دراسات مستقبلية.

وأخيراً أثبتت نتائج اختبارات الفروض عدم قبول الفرض الرئيس للدراسة الذي ينص على أن متغيرات (النوع، الخبرة الأكاديمية، التخصص الدقيق، الدرجة العلمية، العمر) تؤثر في مستويات استخدام الأساتذة الشبكات في المقررات الدراسية، وفي إدراكهم لدرجة أهميتها، وفي استخدامهم لها في تنمية مهارات التربية الإعلامية.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في بعض جوانبها بطبيعة عينة الدراسة التي اقتصرت على عينة محدودة من تخصص واحد (الإعلام)، بينما أظهرت بعض الدراسات السابقة فروقاً عندما شملت أساتذة من تخصصات مختلفة، من مثل دراسة (الخيري، 2009) التي أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية يعزى إلى متغير التخصص العلمي، وجاءت لصالح تخصص (التربية) في درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية، بينما لا توجد فروق ذات دلالة بين إجابات المبحوثين تعزى إلى متغير الدرجة العلمية أو الخبرة.

وكذلك دراسة (Seaman & Tinti-Kane, 2013) التي خلصت إلى أن استخدام أساتذة العلوم الاجتماعية والإنسانية لشبكات التواصل لأغراض تعليمية في الفصول الدراسية أكثر من استخدام أساتذة التخصصات العلمية.

التوصيات:

– إجراء المزيد من الدراسات التي تسلط الضوء على الأساليب العلمية التي تكفل التوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات التراسل الفوري في تطوير مهارات التربية الإعلامية.

– القيام بدراسات مركزة تتناول شبكات وتطبيقات محددة بهدف تعرف أساليب توظيفها في تطوير مهارات محددة من مهارات التربية الإعلامية.

– إجراء دراسات تربوية وإعلامية تقييمية وتقويمية للمقترحات التي قدمتها هذه الدراسة لتطوير مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى طلبة الإعلام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته.

– أهمية الاستفادة من أدبيات المدخل الحديث للتربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية Social Media Literacy سواء في العملية التعليمية أو في العملية البحثية الأكاديمية.

– إجراء دراسات تسلط الضوء على أهم الصعوبات التي تحول دون الاستفادة الحقيقية من شبكات وتطبيقات التواصل في تطوير مهارات التربية الإعلامية، والأساليب الكفيلة بالتغلب على تلك الصعوبات.

المراجع:

الخيري، طلال بن عقيل بن عطاس. (2009). تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، "رسالة دكتوراه" كلية التربية، جامعة أم القرى.

عبدالحميد، محمد. (2000). **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية.** القاهرة: عالم الفكر.

العبدالكريم، راشد بن حسين. (2007). المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام، **المؤتمر الأول للتربية الإعلامية**، الرياض.

محمد، أحمد جمال حسن. (فبراير 2015). التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة. "رسالة ماجستير" قسم الاعلام التربوي كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مصر.

محمد، أحمد جمال حسن محمد. (أبريل 2015). برنامج مقترح لتنمية مهارات تحليل ونقد صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، **مجلة التربية وعلم النفس**، كلية التربية، جامعة المنيا، 28 (1): 28– 53.

منصور، حسن محمد حسن. (2017). شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر تعليمي وإخباري لدى طلبة الجامعة – دراسة مقارنة في إطار نموذج الاستخدام والاعتمادية Uses & Dependency Model، **المجلة العربية للعلوم الإنسانية**، جامعة الكويت. (139): 11– 59.

نادي دبي للصحافة. (2017) **تقرير "نظرة على الإعلام العربي 2016– 2018"** (الإصدار الخامس).

Bicen, H., & Cavus, N. (2012). Twitter usage habits of undergraduate students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. (46), 335-339.

Donoso, V., & Verdoodt, V. (2014, Nov). White paper: Social media literacy: Time for an update, *the EMSOC research project*, Universiteit Brussel, Belgium.

Livingstone, S., & Brake, D. R. (2010). On the rapid rise of social networking sites: new findings and policy implications. *Children & Society*, 24(1), 75-83

Livingstone, S., (2014). Developing social media literacy: how children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, 39 (3), 283-303.

Masterman, L., (1989). M*edia awareness education: Eighteen basic principles*. Retrieved May 23,2017, from thhp://www.medialit.org/reading-room/media-awareness-education-eighteen-basic-principles

Melki, Jad P., (2015). Guiding digital and media literacy development in Arab Curricula through understanding media uses of Arab youth, *Journal of Media Literacy Education*, 6(3), 14 -28.

Miron, E., & David, G., (2015). Facebook groups as an academic teaching aid: Case study and recommendations for educators. *Journal of Educational Technology & Society*, 18 (4), 371-384.

Seaman, J., & Tinti-Kane, H. (2013). Social media for teaching and learning. *Pearson Learning Solutions and the Babson Survey Research Group*.

Vanwynsberghe, H., Boudry, E., & Verdegem, E. (December 2011). Mapping social media literacy, Towards a conceptual framework, *the EMSOC research project*, Universiteit Brussel, Belgium.

قدم في: نوفمبر 2017
أجيز في: أكتوبر 2018