

استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة بورسعيد
في دعم خدمات الإرشاد الجامعي - رؤية مستقبلية

إعداد

عصام سيد أحمد السعيد

مدرس أصول التربية

كلية التربية - جامعة بورسعيد

مقدمة:

إن التقدم العلمي الذي يشهده العصر الحالي في المجال المعلوماتي والتنمية المعلوماتية والآثار المترتبة على ذلك التقدم في جميع فروع المعرفة، فرضت متغيرات جديدة أثرت على كافة مناحي الحياة، وغيرت كثيراً من أنماطها وأساليبها التي لا بد أن يستجيب لها المجتمع. كما أدى التقدم التكنولوجي والانفجار المعرفي والتدفق المعلوماتي إلى ثورة في الإنتاج الفكري والبحثي، وتحول المجتمع من العصر الصناعي إلى عصر المعلوماتية والاتصالات، مما ساعد على زيادة انتشار خدمات الإنترنت وتطبيقاتها التكنولوجية، والاتجاه نحو توظيفها في عملية التعليم والتعلم.

فنتيجة لظهور الحواسيب، وشبكة الإنترنت، ومؤخراً إنشاء شبكات التواصل الاجتماعي، أُتيحت فرصاً جديدة للبشر للتواصل مع بعضهم البعض، ونشر المعرفة، وتطوير الإحساس بالانتماء للمجتمع في بيئة افتراضية^(١). لقد غيرت التكنولوجيا الناشئة طرق التواصل بين الشباب لدرجة أنه قد أطلق عليه جيل النت^(٢). فتشير التقديرات إلى أن ٩٣٪ من المراهقين الأميركيين يستخدمون شبكة الإنترنت بانتظام والتواصل من خلال وسائل إلكترونية متعددة^(٣).

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع التي يستخدمها الإنسان في الآونة الأخيرة لما لها من مميزات وانتشار وتفاعل يعتمد على التعبير الحر عما يراه الإنسان، وتشجعه على رصد أفكاره بصفة مستمرة واشتراكه مع الآخرين في نفس الأفكار أو تشجيع فكر معين أو رأي معين أو تقديم مجال اهتمام واحد. لكن في عالم الأعمال والمؤسسات الجامعية الوسيلة الأكثر استخداماً في الاتصالات هي البريد الإلكتروني، لكنه أصبح الآن أقل شيوعاً في الاتصالات الإلكترونية بين الشباب^(٤). حيث تم استبدال الاتصالات من خلال البريد الإلكتروني بالرسائل النصية، والرسائل الفورية، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فالعديد من طلبة الجامعات تركز حياتهم حول هذه التقنيات سريعة التغير^(٥).

حيث أظهرت الدراسات الحديثة أن أكثر من ٩٠٪ من الطلاب بعد المرحلة الثانوية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بانتظام للتواصل مع الأصدقاء وأفراد العائلة والمعارف^(٦). كما أكدت إحدى الدراسات أن نسبة الطلاب الذين يدخلون إلى الإنترنت يومياً أعلى من النسبة المئوية للطلاب الذين يدرسون كل يوم^(٧). ونتيجة للتوسع في استخدامات التكنولوجيا بين الشباب نجد أن الطلاب الجامعيين يتوقعون من موظفي شؤون الطلاب استخدام كافة أشكال التكنولوجيا^(٨).

وبذلك فقد خلقت تكنولوجيا الاتصالات فرصاً جديدة للمؤسسات الجامعية للتواصل، والتأثير، ومساعدة الطلاب في تحقيق أهدافهم الأكاديمية والشخصية^(٩). فهذه الاتصالات متنوعة الأشكال، بما في ذلك المواقع

الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، التي من الممكن أن تدخل في جميع جوانب التعليم الجامعي، بما في ذلك تقديم المشورة الأكاديمية^(١٠).

فإذا أراد الأكاديمين تحفيز الطلاب على المشاركة، لبناء علاقات هادفة معهم، فيجب عليهم فهم أساليب الاتصال التي يسهل إيجاد الطلاب من خلالها وبشكل طبيعي والانخراط معهم عن طريقها^(١١). فلم تعد الأشكال التقليدية من تقديم المشورة وأساليبها تمكن المؤسسات الجامعية من تقديم خدماتها للاحتفاظ بالطلاب من جيل الـ (١٢).

فعلى المؤسسات التعليمية أن تعكس عالمنا الذي نعيش فيه، وهو عالم يتسم بتفاعلات اجتماعية متعددة المستويات، ولهذا فإن من واجب المؤسسة التعليمية أن تشجع طلابها في الانخراط في هذه الأنشطة الاجتماعية، وتزويهم أي قوة بإمكانهم أن يمتلكوها، إن أحسنوا استخدام الشبكة العنكبوتية، وأن نغير نظرتهم إلى التعليم، كما نغير نظرتهم إلى أنفسهم، وحياتهم الاجتماعية.

مشكلة الدراسة:

لقد اكتسبت شبكات التواصل الاجتماعي اهتماماً في الأوساط التعليمية باعتبارها مجال جديد للبحث، وانعقدت آمال في أن هذه الشبكات يمكن تسخيرها للأغراض التعليمية. ولكونها ظاهرة حديثة نسبياً، يتعين على الكثير من التربويين التحقق من فهمها وكيفية الاستفادة منها^(١٣).

كما دعا جنك (Junco, 2010) الجامعات إلى العمل، وتسهيل الضوء على إدماج الأدوات التكنولوجية التي تحفز الطلاب على المشاركة. بسبب انتشار الفيسبوك بين الطلاب الجامعيين، وعلى المؤسسات الجامعية استخدام الفيسبوك تحديداً للتواصل مع الطلاب وإشراكهم في التجربة الجامعية^(١٤).

وقد قام الباحث في الدراسة الحالية بعمل استطلاع لرأي الطلاب بجامعة بورسعيد حول عملية الإرشاد بالجامعة، وكيفية تواصلهم مع المرشدين، وقد تبين من خلالها الآتي:

(١) الطلاب الجدد لديهم توقعات سلبية عن عملية الإرشاد من خلال زملائهم القدامى، وأن تقديم المشورة لا تشكل أي قيمة شخصية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أليكسيثس (Alexitch, 2006) والتي أكد فيها أن الطلاب لديهم توقعات سلبية عن عملية الإرشاد، وهذه التوقعات ليست عن تجربة شخصية، ولكن من خلال التجارب غير المباشرة والتواصل مع أقرانهم حول الإرشاد.

ونتيجة لذلك، يعتقد الطالب أن الجلسات وتقديم المشورة لا تشكل أي قيمة شخصية وأن التجربة ستكون مماثلة لتجارب سلبية مثل أقرانهم^(١٥).

وقد أظهرت الدراسات التي تناولت طلب المساعدة في المقررات الدراسية أن الدعم المقدم للمساعدة التي يسعى إليها الطلاب في بيئات التعلم تتأثر بتصورات الطلاب حول عملية المساعدة^(١٦).

(٢) صعوبة في التواصل مع المرشدين وتضارب المواعيد المقررة لجلسات الإرشاد، وتتفق أيضاً تلك النتيجة مع دراسة (Alexitch, 2006) حيث ينظر العديد من الطلاب إلى أن الحصول على تلك الجلسات واللقاءات مع المستشارين أمر صعب؛ ويرجع ذلك إلى تصوراتهم حول عدم توفر المستشارين. وتصور الطلاب حول تضارب المواعيد المقررة لجلسات الإرشاد؛ مما يؤثر على إقدام الطلاب على عملية الإرشاد.

ولتشجيع تقديم المشورة وخفض التهديد المتوقع من قبل الطلاب الممتعين عن المقابلة وطلب المساعدة، فإن المؤسسات الجامعية لديها القدرة على زيادة التواصل مع الطلبة من خلال التكنولوجيا^(١٧).

وبناءً عليه، تحاول الدراسة الحالية تقديم تصور مستقبلي للاستفادة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي -التي يقبل عليها الطلاب بشكل واسع؛ كونها وسائل اتصال سريعة وغير مكلفة وسهلة- في عملية الإرشاد الجامعي بجامعة بورسعيد. حيث تحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة التالية:

- (١) ما الأسس النظرية لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بالجامعات في مجال الإرشاد الجامعي؟
- (٢) ما استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة بورسعيد في مجال الإرشاد الجامعي من وجهة نظري الطلاب وأعضاء هيئة التدريس؟
- (٣) ما التصور المستقبلي للاستفادة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة بورسعيد في مجال الإرشاد الجامعي؟

أهداف الدراسة:

تحاول الدراسة تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف على الأسس النظرية لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بالجامعات في مجال الإرشاد الجامعي.
- الكشف عن إمكانية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة بورسعيد في مجال الإرشاد الجامعي من وجهة نظري الطلاب وأعضاء هيئة التدريس.
- وضع تصور مستقبلي للاستفادة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة بورسعيد في مجال الإرشاد الجامعي.

منهج الدراسة وأدواتها:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي؛ لمناسبته الدراسات التربوية بصفة عامة، فهو يتميز بكونه يهتم باستقصاء الأسباب التي تساعد على فهم مشكلة الدراسة الحالية، ولا يقتصر على جمع المعلومات والبيانات، بل يتضمن قدراً من التفسير، وتحديد العلاقات البيئية، واستخراج الاستنتاجات ذات الدلالة بالنسبة لمشكلة الدراسة^(١٨)، واستخدم هذا المنهج في معالجة الإطار النظري من حيث الوقوف على خصائص استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، والتعرف على استخداماتها بالجامعات في مجال الإرشاد الجامعي، كما استخدمت الدراسة استبانة للكشف عن وجهة نظري الطلاب وأعضاء هيئة التدريس بجامعة بورسعيد في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجال الإرشاد الجامعي.

مبررات الدراسة وأهميتها:

بالإضافة إلى الأهداف التي ستحاول الدراسة تحقيقها؛ تظهر أهمية إجراء الدراسة بسبب اكتساب شبكات التواصل الاجتماعي اهتماماً في الأوساط التعليمية باعتبارها مجال جديد للبحث، وانعقاد الآمال في أن هذه الشبكات يمكن تسخيرها للأغراض التعليمية. ولكونها ظاهرة حديثة نسبياً، يتعين على الكثير من التربويين التحقق من فهمها وكيفية الاستفادة منها.

مصطلحات الدراسة:

شبكات التواصل الاجتماعي: تبنت الدراسة الحالية التعريف الإجرائي التالي:

هي شبكة مواقع فعالة في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء سواء الجدد أو القدامى تمكنهم من الاتصال بعضهم البعض، وأيضاً التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم.

الإرشاد الجامعي: تبنت الدراسة الحالية التعريف الإجرائي التالي:

هو عملية تعاونية من الدعم والمساعدة تقع على طول سلسلة متصلة تبدأ بمساعدة الطالب في اختيار المسار ومروراً بخدمات الإرشاد الشخصي والنفسي من أجل فهم الطالب لنفسه وقدراته وميوله ليتمكن من الوصول إلى هدفه الأكاديمي الذي يرى أنه يتناسب مع ميوله وطموحاته.

الإطار النظري

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي (المفهوم والخصائص):

لكي نفهم كيفية تفاعل الأشخاص والطلاب مع مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والاستفادة منها، فمن الأهمية بمكان فهم تاريخها، وأطرها، وكيفية استخدامها.

لقد ذكر كل من بويد وإليسون (Boyd & Ellison, 2008) أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تسمح للأفراد^(١٩) بـ:

(١) بناء ملف شخصي عام أو شبه عام في إطار نظام مقيد.

(٢) صياغة قائمة من المستخدمين الآخرين الذين يشتركون معهم في الاتصال.

(٣) عرض واجتياز قائمتهم من الاتصالات التي أدلى بها آخرون داخل النظام.

فقد كان أول موقع شبكة اجتماعية حسب التعريف الذي اقترحه بويد وإليسون (Boyd & Ellison, 2008) هو موقع www.SixDegrees.com، الذي تأسس في عام ١٩٩٧م. وكان هذا أول موقع يسمح للمستخدمين بإنشاء ملف تعريف، وقائمة الأصدقاء الخاصة بهم، واستكشاف ملامح شخصية أصدقائهم. فهذه الميزات كانت فريدة من نوعها لشبكة الإنترنت في ذلك الوقت، حيث كان موقع SixDegrees.com أول موقع يجمع بين كل هذه الميزات في موقع واحد. وعلى الرغم من ذلك تم إغلاق موقع SixDegrees.com في عام ٢٠٠٠ نظراً لقلّة أعضائه وضعف أنشطته بسبب النقص النسبي لدخول الأشخاص على الإنترنت وعدم انتشاره آنذاك. ومع ذلك، كان SixDegrees.com مقدمة إلى النمو السريع في السوق لمواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية. حيث ظهرت مواقع أخرى انتشرت بصورة كبيرة فيما بعد مثل: LunarStorm, BlackPlanet, Cyworld, Ryze, Friendster, LinkedIn, MySpace, and Facebook

الفييس بوك: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في عام (٢٠٠٤)، في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (الفييس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحود أصدقاء (زوكربيرج)، الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، ثم بين الشباب في جميع أنحاء العالم.

فقد كان الهدف من إنشاء شبكة الفيسبوك وتصميمها في البداية مساعدة الطلاب الجامعيين للتواصل مع بعضهم البعض، حتى أصبح أكثر الخيارات شيوعاً بين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للطلاب الجامعيين^(٢٠).

بالإضافة إلى شعبية موقع الفيسبوك بين الطلاب الجامعيين، فهو أكثر المواقع استخداماً في جميع أنحاء العالم فقد أصبح الموقع مهم للتعليم غير الرسمي والتبادل الثقافي ونقل التجارب وفهم القيم وتشكيل الهويات من خلال التفاعلات عبر الإنترنت^(٢١).

ففي دراسة مسحية حديثة لـ (Lou, 2010) حول استخدام الشبكات الاجتماعية الالكترونية، اتضح أن ٨٠٪ من المشاركين في الاستطلاع يستخدمون الفيسبوك بانتظام، كما أشارت إلى أن ٩٥٪ من طلبة الجامعة المشاركين في الدراسة المسحية يستخدمون الفيسبوك بانتظام.

فموقع الفيسبوك يضم حالياً أكثر من ٨٠٠ مليون مستخدم نشط، و ٥٠٪ منهم على الأقل يزورن الموقع يوميا، ويقضون عادة ٢٠ دقيقة على الأقل على الموقع أثناء كل زيارة، ويحتوي الموقع على أكثر من ٩٠٠ مليون صفحة، ومجموعة أو مناسبة.

فالمستخدم العادي لديه عدد ١٣٠ من الأصدقاء ومرتبطة بما بين ٨٠ صفحة، ومجموعة، أو مناسبة، وينتج نحو ٩٠ قطعة من المواد الأصلية في كل شهر على الموقع، وتشمل: مشاركات بلوق (blog posts)، والتعليقات (comments)، والملاحظات على الآخرين (notes to others)، وتحميل الصور (uploading of pictures)، والمهام الأخرى ذات الصلة، بالإضافة إلى ذلك، هناك ١٥٠ مليون شخص من المستخدمين للفيسبوك يصلون إلى الموقع عن طريق الهواتف الخلوية، التي تسمح بالوصول المستمر للمواقع^(٢٢).

إن موقع الفيسبوك يسمح بتحميل مساحات هائلة من المعلومات يجعلها متاحة للطلاب والتواصل بقوة، ويعمل على اقتراح الأصدقاء من خلال البيانات والهويات المتشابهة^(٢٣).

تويتر: هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، وأخذ (تويتر) إسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (١٤٠) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكتفياً لتفاصيل كثيرة.

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام (٢٠٠٦م)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام (٢٠٠٧) (٢٤).

إذاً تويتر هو موقع تواصل إجتماعي لا يقل أهمية عن الفيس بوك ويعتبر المنافس الأكبر له، ويقدم خدمة مصغرة لمستخدميه من المغردين، تمكنهم من إرسال تحديثاتهم برسالة لا تزيد على (١٤٠) حرفاً للرسالة الواحدة إلى صفحاتهم الخاصة، ويمكن للزوار قراءتها وكتابة الردود عليها، ويتميز تويتر بسرعة إيصال المعلومات خصوصاً الإخبارية.

اليوتيوب: هو أحد المواقع الإجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الإجتماعي، فهو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الإجتماعية المهمة.

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال "PayPal") عام (٢٠٠٥م) في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى. وقامت (غوغل) عام (٢٠٠٦م) بشراء الموقع مقابل (١,٦٥) مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (٢,٠)، وأصبح اليوتيوب عام (٢٠٠٦م) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية (٢٥).

ويشهد موقع اليوتيوب إقبالاً كبيراً من الشباب والمراهقين خصوصاً من الجنسين، ويعتبر موقع اليوتيوب موقعاً غير ربحياً لخلوه تقريباً من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسباً كبيراً لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه، بحيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، وأصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، والتي تحتل موقعاً مهماً على شبكة الإنترنت (٢٦).

ولم يعد موقع اليوتيوب حكراً على مؤسسات إعلامية أو قنوات تلفزيونية فضائية، أو أشخاص مهتمين من الصحفيين وغيرهم، بل أصبح متاحاً لكل من يرغب بالحصول على موقع خاص به، ابتداءً من كبار القادة

والمسؤولين في العالم، إلى عامة الناس بمختلف فئاتهم العمرية وخصوصاً الشباب منهم، لما يقوم به هذا الموقع من خدمات مميزة. لقد أصبح اليوتيوب جزء لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس على اختلاف أعمارهم وبمختلف اهتماماتهم، كما وأنه أضاف خدمة كبيرة وفاعلة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الحديثة.

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

إن مفهوم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مثير للجدل، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، بعد أن عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلقت هذه التسمية على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة، وتشير أيضاً إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع"^(٢٧).

وتُعرف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على أنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"^(٢٨).

كما تُعرف أيضاً بأنها: وسيلة إلكترونية يمكن الوصول إليها من خلال شبكة الانترنت التي تسمح بالاتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف"^(٢٩).

ويعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبية اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة - Node)، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص"^(٣٠).

ويعرفها موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة بأنها: "مواقع ضمن الجيل الثاني للويب (ويب ٢.٠)، تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى، وإتاحة التواصل بينهم سواء أكانوا أصدقاء تعرفوا على أرض الواقع أو كانوا أصدقاء تعرفوا في العالم الافتراضي"^(٣١).

وبذلك نستخلص من مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي، أنها شبكات اجتماعية تفاعلية على الإنترنت، تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر.

خصائص مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

تقدم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أو صفحات الويب خدمات عديدة لمتصفحها، فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون في المشاركة معهم في اهتماماتهم، ويظهر شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وغيره، توسعت الخدمات المرجوة من هذه الشبكات ومنحت متصفحها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة وغيرها.

فتشمل الخصائص المشتركة لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي ملف تعريف للمستخدم مرئياً لكل أعضاء الموقع يُمكن الفرد نفسه من حيز الوجود في العالم الافتراضي فالأعضاء يسمح لهم بخلق شخصية على الانترنت، والتي قد تكون أو لا تكون ممثلة لشخصيتهم الحالية^(٣٢).

كما تسمح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين بتحميل الملفات والصور والفيديو، والديموغرافية ومعلومات إضافية تهم تشكيل ملف المستخدم الخاص^(٣٣).

فهناك قاسماً مشتركاً حاسماً بين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي هو قدرة الأعضاء على تحديد الأعضاء الآخرين الذين يشتركون معهم في الاتصال، حيث تستند هذه الاتصالات المشتركة على عدد من العوامل مثل العمل، والخلفية التعليمية، أو الموقع الجغرافي.

الملفات الشخصية في شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تحتوي على معلومات حول الاهتمامات والخبرات، وحياة مستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي^(٣٤). المستخدمين لديهم خيار لتحديد قدرة الآخرين على عرض ملفاتهم الشخصية عن طريق اختيار الملف العام أو شبه العام^(٣٥).

مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي قادرون على عرض البيانات الشخصية الخاصة بهم، فضلاً عن لمحات عن المستخدمين الآخرين في نفس الموقع، والتفاعل معهم. فهذه العملية تمكن المستخدمين من التواصل والتوافق مع الآخرين وبناء علاقات إلكترونية معهم^(٣٦).

بالإضافة إلى إنشاء ملفات تعريف، يمكن للمستخدمين أداء وظائف أخرى مثل الرسائل، والرسائل الفورية، والتدوين^(٣٧).

مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يستطيعون إضافة ملاحظات أو تعليقات إلى جدار الصفحة أو الملف الشخصي للآخرين، و استعراض الجدران الخاصة بهم^(٣٨).

ويمكن لمستخدمي مواقع إنشاء مجموعات أو نشر معلومات وإعلانات لتحسين الاتصالات والمراسلات مع الآخرين^(٣٩).

ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات، فهي تضم الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض، فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة، وأخرى تجمع أصدقاء العمل؛ بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً: فيس بوك وماي سبيس وتويتير ولايف بوون وهاي فايف وأوركنت والشبكة العربية عربيز.

ثانياً: استخدامات الطلاب الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي في بعض الجامعات الأجنبية:

(١) استخدامات طلاب الجامعة بتركيا لشبكات التواصل الاجتماعي:

قام كل من (آكيليدز و أرغان (Akyildiz & Argan) بدراسة بعنوان: "استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت: أغراض الطلاب من الفيسبوك - استخدامها في الجامعة التركية" عام ٢٠١٢م^(٤٠):
كما هدفت الدراسة فحص أغراض استخدام الفيسبوك في عينة جامعية واستكشاف مدى استثمار الطلاب للوقت على موقع الشبكة الاجتماعية الفيسبوك.

تم قياس الأغراض الاجتماعية، والتعليمية اليومية للطلاب أثناء استخدامهم الفيسبوك عن طريق استبيان طبق على (١٣٠٠) طالب بالمرحلة الجامعية.

أشارت النتائج إلى أن (٦,٢٪) من عينة الطلاب ليس لديهم حساب على الفيسبوك. كما أفادت عينة الدراسة أنهم لديهم حساب على الفيسبوك منذ حوالي سنتين أو أكثر، وأنهم يسجلون الدخول إلى الفيسبوك عدة مرات في اليوم الواحد ويقضون حوالي (١٥) دقيقة أو نصف ساعة في الفيسبوك يوميا ولديهم ما بين (١٠١-٣٠٠) من الأصدقاء في الفيسبوك.

ووفقاً للنتائج، تبين أن غرض الأنشطة الاجتماعية اليومية على الفيسبوك كان أعلى من الأغراض التعليمية. ولكن إجمالاً عند تقييم جميع أغراض استخدام الطلاب للفيسبوك وجدت الدراسة أن أغراض: قضاء وقت ممتع، والاتصال بالأصدقاء، ومتابعة الأخبار في الفيسبوك تأتي في المقدمة عن الأغراض الأخرى لاستخدام الفيسبوك.

(٢) استخدامات طلاب الجامعة بماليزيا لشبكات التواصل الاجتماعي:

قام كل من (حامات و إمبي و أبو حسان (Hamat & Embi & Abu Hassan) بدراسة بعنوان: "استخدام طلاب الجامعات الماليزية لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لها: دراسة استطلاعية" عام ٢٠١٢م^(٤١):

حاولت هذه الدراسة عمل دراسة استطلاعية حول مدى إدراك طلاب الجامعات الماليزية لمواقع الشبكات الاجتماعية وكيفية استخدامها.

وقد أجريت الدراسة الاستطلاعية على (٣٧) طالب من كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية في إحدى الجامعات الحكومية في ماليزيا من هم بين (٢٠-٢٣) سنة.

صممت أداة الاستبيان من (٣٢) بند لإلقاء نظرة على أنماط استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتصور الموضوعات التي يمكن الاستفادة منها في التعليم العالي.

أفاد الطلاب أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مفيدة في التنشئة الاجتماعية أكثر من التعلم، كما أبدا الطلاب رغبتهم في الاستفادة من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في التعلم، وبين الطلاب المشاركون في الاستطلاع أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تشارك بعمق في التواصل مع أقرانهم من البلدان الأخرى، وأنها قد لا تكون قابلة للتحويل مباشرة إلى التعلم وهي بحاجة إلى تنظيم لإدارة عمليات التعلم.

٣) استخدامات طلاب الصيدلة بالمملكة المتحدة لشبكات التواصل الاجتماعي:

قام كل من (هال و حنا و هيوبي Hall & Hanna & Huey) بدراسة بعنوان: "استخدام ووجهة نظر طلاب الصيدلة حول مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة المتحدة" عام ٢٠١٣م^(٤٢):

هدفت الدراسة إلى التحقق من استخدام الطلاب ووجهة نظرهم حول مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد تم استخدام استبيان مكون من (٢١) سؤالاً حول مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم تطبيق الاستبيان إلكترونياً بدعوة جميع طلاب بكالوريوس الصيدلة عبر البريد الإلكتروني لإكمال الاستبيان.

حيث أفاد معظم الطلاب (٩١,٨٪) باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كما أفاد (٩٨,٦٪) من الطلاب أنهم يستخدمون الفيسبوك وأن (٣٣,٧٪) منهم يستخدم تويتر. كما تبين أن الطالبات كانت أكثر دراية من الطلاب الذكور في الاستخدام المهني لمواقع التواصل الاجتماعي (٧٦,٦٪ مقابل ٥٨,١٪) كما أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول استيعاب الطالبات والطلاب للمعايير المهنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (٧٦,٣٪ مقابل ٦١,٦٪) على التوالي.

كما استنتجت الدراسة أن هناك مستوى عالي لاستخدام طلاب الصيدلة لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن مواقفهم غير مناسبة تجاه الكفاءة المهنية لاستخدام تلك المواقع.

٤) استخدامات طلاب الجامعات بالمملكة العربية السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي:

قام كل من (الجاسر و ودكوك و هاريسون Aljasir & Woodcock & Harrison) بدراسة بعنوان: "الفيسبوك في المملكة العربية السعودية: بعض جوانب استخدامات الفيسبوك من قبل طلاب الجامعات السعودية" عام ٢٠١٣م^(٤٣).

هذه الدراسة، نفذت كجزء من دراسة أوسع نطاقاً في استخدام الفيسبوك في المملكة العربية السعودية، وهي دراسة مسحية استقصائية تتضمن تحليلاً دقيقاً لبعض جوانب استخدام الفيسبوك من قبل طلاب الجامعات السعودية.

وقد طبقت الدراسة على عينة من طلاب جامعة واحدة في المملكة العربية السعودية بلغت (٣٧٢) طالب وطالبة (١٨٨ من الذكور و ١٨٤ من الإناث).

وقد استخدمت الدراسة أسلوب المسح الذاتي وطرحت عدد من الأسئلة على المشاركين أين وكيف يحلو لهم الوصول إلى الفيسبوك، ومن الأشخاص الذين لا يريدون أن ترى ملفاتهم الشخصية على الفيسبوك، وعدد من أصدقاء الفيسبوك لديهم.

وبالإضافة إلى ذلك، تقيس الدراسة الفروق بين طلاب الجامعات من حيث الجنس في استخدامهم للفيسبوك.

وكشفت الدراسة العديد من النتائج منها:

أن (٨١,٧%) من عينة الدراسة يصلون إلى الفيسبوك باستخدام جهاز الكمبيوتر المحمول، وأن (٤٣,٥%) منهم يستخدمون جهاز المحمول الشخصي في الوصول إلى الفيسبوك، وأن (١٦,٩%) منهم يصلون إلى الفيسبوك عن طريق جهاز الكمبيوتر المكتبي، كما بلغت نسبة الطلاب والطالبات الذين يصلون إلى الفيس بوك عن طريق أجهزة الحاسب التشاركية (٨,١%).

وأن (٩٧%) من طلبة الجامعة يفضلون الدخول على حساباتهم في الفيسبوك من المنزل حيث الخصوصية والأمان، وتوفر الوقت الكافي للتفاعل مع الفيسبوك. كما أكد (١٧,٥%) منهم أنهم يدخلون على حساباتهم في الفيسبوك من الجامعة، وأن حوالي (٢٥%) من الطلاب الذكور يدخلون على حساباتهم في المقاهي، في حين كانت نسبة الطالبات التي تدخل على الفيسبوك في المقاهي قليلة جداً حيث بلغت (٣,٨%).

وأيضاً كانت نسبة الطلاب الذكور الذين يدخلون على الفيسبوك من منازل الأصدقاء أكبر من نسبة الطالبات في هذا الشأن (١٧,٥% للذكور، ٨,٢% للإناث). كما أكد (٢,٥%) من أفراد العينة أنهم يدخلون على الفيسبوك في أي مكان.

حوالي (٨٣٪) من مجموع المستجيبين أكدوا أنه لا توجد حاجة لإخفاء ملفاتهم الشخصية على الفيسبوك عن أسرهم. كما تزوج عدد أصدقاء أفراد العينة على الفيسبوك ما بين (٥٠ إلى ٥٠٠ صديق).

٥) استخدامات طلاب الجامعة بنيجيريا لشبكات التواصل الاجتماعي:

قام كل من (موريكي و أوناسانيا و أوجين فين ميلاكين (Moriyike & Onasanya & Ogunfunmilakin) بدراسة بعنوان: "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في أنماط الحياة، والتبادل الثقافي واحترام الذات لطلبة الجامعة في ولاية أوندو، نيجيريا" عام ٢٠١٣م^(٤٤):

تناولت هذه الدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في أنماط الحياة، والتبادل الثقافي واحترام الذات لطلاب الجامعة في ولاية أوندو بنيجيريا.

حيث استخدمت الدراسة أداة الاستبيان لجمع البيانات، وقد طبق على عينة عشوائية من طلاب الجامعة بلغت (٢٥٠) طالب.

وقد بينت نتائج الدراسة أن الحياة الاجتماعية للطلاب تتأثر باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن هذه المواقع على الإنترنت قد توغلت بعمق في الحرم الجامعي، وأثرت على جوانب متعددة من حياة الطالب؛ بما في ذلك أنماط حياتهم، والتبادل الثقافي واحترام الذات.

كما كشفت الدراسة أيضاً أن استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي كان له أثراً إيجابية وسلبية على حد سواء عليهم.

واستناداً إلى نتائج الدراسة، أوصت هذه الدراسة بأنه عند استخدام الطلاب لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي يجب عليهم المحافظة على السمات البيئية الخاصة بهم والالتزام بالتقاليد الجامعية، واكتساب مهارات جديدة للمشاركة في البيئة الرقمية الجديدة.

كما أوصت الدراسة بضرورة استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كأداة تعليمية تساعد على الوصول إلى النتائج المرجوة، وأن تواصل الطلاب مع أقرانهم من خلالها يؤدي إلى قدر كبير من الانغماس في الحياة الجامعية.

٦) استخدامات طلاب الجامعة بلتوانيا لشبكات التواصل الاجتماعي:

قام كل من (Lamanauskas & Šlekienė & Ragulienė) بدراسة بعنوان: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: موقف طلاب الجامعات اللتوانية" عام ٢٠١٣م^(٤٥):

تهدف الدراسة إلى معرفة رأي الطلاب الليتوانية حول مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وإمكانيات استخدامها.

تم استخدام استبيان حول شبكات التواصل الاجتماعي مكون من (١٦) سؤال طبق على (٩١٨) طالب وطالبة (٣٣٩ طالب، ٥٧٩ طالبة).

حيث أكد (٨٦,٦%) من أفراد العينة أنهم يدخلون على شبكة الإنترنت عدة مرات يومياً. كما بينت الدراسة أن (٤١,٧%) من أفراد العينة يقضون ما بين عشرة دقائق إلى نصف ساعة يومياً على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن (٢١,٢%) منهم يقضون عليها أقل من عشرة دقائق يومياً.

وقد أوضحت الدراسة أن (٥٤,٩%) من الطلاب يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى حد ما، وأن (٣٨,٢%) يرحبون جداً استخدام تلك المواقع، وأن (٦,٩%) منهم لا يفضلون استخدامها.

كما أكدت عينة الدراسة أن المواقع الأكثر شعبية من بين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي هي: اليوتيوب، الفيسبوك، وجوجل، وأن من أهم وظائف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، هي: التواصل، والتعلم، وتبادل المعلومات، والرسائل النصية.

يتضح من خلال استعراض استخدامات الطلاب لشبكات التواصل الاجتماعي في الجامعات الأجنبية ما يلي:

- انتشار شبكات التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعة (ذكور وإناث) بشكل كبير، حيث أفاد معظم طلاب الجامعات التي أجريت عليهم تلك الدراسات أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وأن موقع الفيسبوك هو أكثر المواقع استخداماً بين الشباب الجامعي.
- أن الطلاب يدخلون على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من دخولهم على البريد الإلكتروني.
- تبين سهولة الوصول لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث الزمان والمكان وتعدد الأدوات سواء عن طريق جهاز الكمبيوتر المحمول أو جهاز المحمول الشخصي أو جهاز الكمبيوتر المكتبي أو أجهزة الحاسب التشاركية.
- أن استخدامات طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي تنحصر في النواحي الاجتماعية مثل: قضاء وقت ممتع، والاتصال بالأصدقاء، ومتابعة الأخبار.
- اتضح أيضاً مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحياة الاجتماعية لطلاب الجامعة، بما في ذلك أنماط حياتهم، والتبادل الثقافي واحترام الذات.
- كما تبين أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يمكن الاستفادة منها في الأغراض التربوية والتعليمية من خلال إعادة تنظيمها وفق نظم إدارة عمليات التعلم.

ثالثاً: الإرشاد الجامعي (المفهوم - والنماذج):

تزداد الحاجة لخدمات الإرشاد في السنة الأولى من الالتحاق بالجامعة، وذلك لما يصاحبها من مشكلات التوافق وزيادة التوتر لدى كثير من الطلاب المستجدين، ناتج عن مرورهم بخبرات تتعلق بالاستقلالية والمسؤولية، كوناً عن تجربة الحياة بعيداً عن أسرهم لأول مره.

ويعرف (خضير، ١٩٨٠م) الإرشاد الجامعي بأنه: "ذلك المجهود الذي من شأنه تمكين الطالب من تحقيق أكبر قسط تعليمي ممكن، وذلك عن طريق مساعدته على فهم نفسه وقدراته وميوله وتعريفه على مختلف المصادر والفرص بالجامعة، وذلك ليتمكن من الوصول إلى هدفه الأكاديمي"^(٤٦).

ويتضمن (الإرشاد الجامعي) (الإرشاد الأكاديمي) الذي يعرف بأنه: "الخدمات الإرشادية التي يقوم بها المرشد؛ لتنمية الطالب معرفياً ومهنياً، وحل المشكلات التي تعيق تقدم تحصيله الدراسي، بالإضافة إلى إكسابه المهارات والاتجاهات والخبرات الإيجابية وفقاً للقيم المجتمعية"^(٤٧).

كما يعرف أيضاً بأنه "ذلك الجهد المبذول لتمكين الطالب من تحقيق أكبر قسط تعليمي ممكن، وذلك بمساعدته على فهم نفسه، وقدراته وميوله والأخذ بيديه، وتعريفه على مختلف المصادر والفرص في الجامعة وعلى المناهج الدراسية وخططها، لكي يتمكن من الوصول إلى هدفه الأكاديمي الذي يرى أنه يتناسب مع ميوله وطموحاته"^(٤٨).

هو أيضاً: "عملية تعاونية من الدعم الأكاديمي يقع على طول سلسلة متصلة بدءاً من المساعدة في اختيار المسار ومروراً بخدمات المشورة الشخصية والصحة النفسية، والتي يقوم بها المستشارين أو غيرهم من الأفراد لمساعدة الطلاب في تطوير النواحي التعليمية والمهنية وتحقيق الطموحات الشخصية"^(٤٩).

وعرفته الجمعية الوطنية للإرشاد الأكاديمي (National Academic Advising Association) (NACADA) بأنه: "عملية تعليمية متعمدة تتطلب الاهتمام والنظر في جميع الأهداف الأساسية للإرشاد الأكاديمي، وهي: تعليم الطلاب لفهم معنى التعليم العالي؛ والغرض من المناهج الدراسية، والتعزيز الفكري للطلاب، والتنمية الشخصية، والنجاح الأكاديمي، والتعلم مدى الحياة"^(٥٠). فمنهج الإرشاد الأكاديمي يمكن أن يغطي موضوعات تتراوح بين التخطيط التعليمي، والأكاديمي، والمهني، وبناء المجتمع الجامعي والعلاقات الاجتماعية، وتطوير القدرات واستراتيجيات التعلم مدى الحياة.

والجانب التربوي لتعليم هذا المحتوى يستند على استراتيجيات التعليم والتعلم الفعالة، وعلى معرفة المرشد التعليمية والتربوية ونظرية التعلم. وهذه المعرفة تغطي فهم المستشار لبناء بيئة تعلم منظمة تحتوي نتائج التعلم

المستهدفة للطالب، والخطط المتكاملة للمواد التي تيسر هذا التعلم المقصود، وعمليات تقييم التعلم لتحديد ما إذا كان الطلاب بلغوا التعلم المستهدف.

واستناداً على ما سبق نجد أن مؤسسات التعليم العالي بحاجة إلى وضع مخرجات تعلم تراعي الفروق الفردية للطلاب، عن طريق الإرشاد الأكاديمي وتفصيل المعارف التي يجب أن يمتلكها الطالب، وتكون قادرة على إظهار التداخلات واستكمال الإرشاد الأكاديمي، عن طريق وضع نموذج للإرشاد الأكاديمي ضمن التعليم والتعلم، فقيادة الإرشاد الأكاديمي يمكنها تطوير نتائج تعلم الطلاب وقياسها. فهذا المنهج النظري الموجه نحو التعلم للإرشاد الأكاديمي يشكل تطوراً حديثاً نسبياً^(٥١).

كما يوجد أيضاً ضمن الإرشاد الجامعي الإرشاد النفسي الذي يختص بالطلاب الذين يعانون من مشكلات نفسية معينة قد تعوقهم عن الاستمرار في الدراسة^(٥٢).

ولقد ورد في أدبيات الإرشاد الجامعي أن هناك عدداً من التصنيفات الخاصة بنماذج الإرشاد الجامعي، لعل أكثرها شيوعاً التصنيف الذي وضعه (قيلسو) وزملائه الذي يتضمن^(٥٣):

النموذج التقليدي (Traditional Model): ويمثل الإرشاد الجامعي التقليدي الذي يزود الطلاب بالإرشاد قصير المدى للمشكلات العاطفية، وعلاج بعض المشكلات الشخصية والمهنية.

النموذج الاستشاري (Consultation Model): وفيه يساعد المرشدين في تنظيم بيئة الجامعة، وتزويدهم بالملاحظات الضرورية لذلك، وتحسين فاعلية عملهم مع الطلاب، حيث إن دور المرشد مع الطلاب في هذا النموذج يعد محدوداً وغير مباشر، وقد يعتمد على الوقاية أكثر من الإرشاد والعلاج.

نموذج العلاج النفسي (Psychotherapy Model): وفيه تطبق استراتيجيات وفنيات تدخل علاجية نفسية للتعامل مع الاضطرابات والصعوبات النفسية والعاطفية التي تواجه الطلاب.

نموذج التوجيه المهني (Vocational Model): وفيه يزود الطلاب بالإرشاد والتوجيه الذي يساعد الطلاب على اتخاذ القرارات المتعلقة بالتخصصات الأكاديمية والرغبات الوظيفية، مع تطبيق مقاييس الاستعدادات والقدرات اللازمة للتخطيط التربوي والمهني.

كما يرى كاهن وزميلاه (Kahn et al, 1999) أن خدمات الإرشاد الجامعية يمكن حصرها في التصنيف الثلاثي التالي^(٥٤):

خدمات الإرشاد المهني والوظيفي: وفيها يساعد الطلاب على تعزيز وعيهم بأنفسهم من خلال المقاييس والوعي بطروف بيئتهم ليخططوا لمستقبلهم الأكاديمي والمهني.

خدمات الإرشاد الأكاديمي والنفسي: وفيها يساعد الطلاب على التغلب على صعوبات التوافق والتحصيل.

خدمات الإرشاد الوقائي: وتأخذ أشكالاً عدة، منها الإرشاد عن بعد (عن طريق المناقشات والاستشارات ومجموعات التركيز) بهدف التوعية والتثقيف بقضايا الفروق الثقافية وما يمثّلها.

وترى فوكوياما (Fukuyama, 2001) أنه لا يجب على المرشدين التقيد بنموذج واحد محدد، بل عليهم تقديم برامج وخدمات تحقق حاجات الطلاب الجامعيين المعاصرة كنماذج الإرشاد الفردي والجمعي والإرشاد المهني الحياتي وإرشاد الرفاق^(٥٥)، بل إن كنج (King, 2008) ترى أن خصائص طلاب المرحلة الحالية قد تغيرت بوجود الفروق الثقافية ومظاهر العجز الشخصي والجسمي والخلفيات الأسرية والاقتصادية المتدنية والتقديرية الذاتية المنخفضة والاضطرابات النفسية^(٥٦)، وبالتالي فهم بحاجة إلى نوعية مختلفة من الخدمات تستجيب لظروفهم وأوضاعهم المتغيرة.

رابعاً: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والإرشاد الجامعي:

مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، مثل الفيسبوك، توفر الإمكانيات للمستشارين لإعلام الطلاب، وتنظيمهم وتوعيتهم، والتواصل معهم وفيما بينهم^(٥٧). ويمكن تعديل الوظائف المتباينة لشبكات التواصل الاجتماعي، اعتماداً على المؤسسة أو احتياجات الطلاب^(٥٨).

الإعلام (Inform): شبكات التواصل الاجتماعي يمكن استخدامها من قبل المستشارين الأكاديميين لتوفير معلومات للطلاب^(٥٩). فأحد أهم مميزات شبكات التواصل الاجتماعي، الاتصال الشخصي المباشر بالملف الشخصي للطرف الآخر، مما يسمح للمستشار توفير المعلومات مباشرة إلى طالب واحد أو مجموعة من الطلاب في وقت واحد^(٦٠). بحيث إذا رغب المستشار في التواصل الخاص بطالب واحد فباستطاعته التواصل معه وبطريقة غير مرئية من المستخدمين الآخرين.

وقد وجدت تراكسلر (Traxler, 2007) أن الطلاب تستجيب بسرعة للرسائل عبر الفيسبوك أكثر من البريد الإلكتروني لأن الطلاب يراجعون الفيسبوك بشكل متكرر أكثر مما يراجعون بريدهم الإلكتروني.

بالإضافة إلى سهولة التواصل وإعلام الطالب عبر الفيسبوك؛ فالمستشار يمكنه الحصول على معلومات عن الطالب من المنشورات الخاصة به والموجودة على صفحته الشخصية.

التنظيم (Organize): شبكات التواصل الاجتماعي يشتمل على ميزة تسمى المجموعات، فالمستشارين يمكنهم أن يستخدموا هذه الميزة في تنظيم الطلاب إلى مجموعات حسب الخبرات أو المصالح المشتركة^(٦١). فهذه الخاصية توفر المعلومات حول المناسبات القادمة للمجموعة، وتسمح بإنشاء لوحات رسائل (message boards)^(٦٢). كما يمكن إنشاء المجموعات المختلفة داخل المؤسسة، بحيث يتسنى تجميع المجموعات المتشابهة وتلقي الطلاب للمعلومات. فهذه الوظيفة تسمح للمستشارين استهداف فئات معينة داخل المؤسسة

بالمعلومات المحددة التي قد تكون وثيقة الصلة بالمجموعة، وهذا التنظيم بمقدوره مساعدة الطلاب بشكل إيجابي مع الأكاديميين.

الاتصال (Connect): بالإضافة إلى تزويد الطلبة بالمعلومات؛ شبكات التواصل الاجتماعي لديها القدرة على مساعدة الطلاب على تشكيل اتصالات مع المستشار الأكاديمي والانخراط في عملية الاتصال^(٦٣). فشبكات التواصل الاجتماعي تتيح للمستشارين الحصول على فهم أفضل لحياة الطلاب، وقضايا الحرم الجامعي، وتقديم المشورة والنصح للطلاب^(٦٤).

فشبكات التواصل الاجتماعي تتيح للمستشارين معلومات حول الحياة الشخصية للطلاب، وتوفر المعلومات الشخصية الخاصة بهم، في المقابل تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للطلاب فهم أفضل للمستشار الخاص بهم. وتساعد هذه المعلومات الطلاب على تشكيل اتصال مع المستشار كونها تخلق فرصاً للمقابلات الشخصية الافتراضية ومناقشة الأحداث الحياتية والتجارب.

والطلاب -من جيل النت- يفضلون استخدام التكنولوجيا، وبالتالي فإن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة ناجحة لتشكيل اتصالات معهم^(٦٥). فمواقع شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية تساعد في بناء علاقة قوية بين الطالب والمرشد، أما إذا كانت العلاقة موجودة بالفعل، فاستخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية تساعد في مواصلة تطوير العلاقة بين المرشد والطالب^(٦٦).

عموماً، يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، مثل الفيسبوك، لتقديم المشورة الأكاديمية كونها تمثل مورد هام للمعلومات عن الطالب ومكملة للقاءات وجهاً لوجه، فهذا النهج في تقديم المشورة يساعد الطلاب على التواصل شبه المستمر مع المستشارين، مما يؤدي إلى تحسين العلاقة بين المرشد والطالب.

ونتيجة لذلك، حددت الأدبيات ضرورة مواصلة الدراسات لفهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإرشاد الجامعي وفهم كيفية تمكين الطلاب من اتخاذ قرارات حول استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

الدراسة الميدانية

تمثلت إجراءات الدراسة الميدانية في الخطوات الآتية:

١- **تحديد هدف الاستبانة:** يتمثل هدف الاستبانة في الوقوف على آراء الطلاب وأعضاء هيئة التدريس بجامعة بورسعيد في استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي.

٢- **تحديد محاور الاستبانة:** على ضوء هدف الاستبانة؛ تم تحديد محاور الاستبانة على النحو الآتي:

- المحور الأول: مبررات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي.

- المحور الثاني: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي.

٣- **إعداد الصورة الأولية للاستبانة:** في هذه الخطوة استفاد الباحث من كل من: التحليل النظري للدراسة الحالية لمفهوم وخصائص شبكات التواصل الاجتماعي، ومفهوم ونماذج الإرشاد الجامعي، ونتائج الدراسات السابقة التي تناولت استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بالتعليم الجامعي؛ لصياغة محاور الاستبانة.

٤- **تحكيم الاستبانة:** قام الباحث بعرض الصورة الأولية للاستبانة على المُحكِّمين، لاستطلاع آرائهم في: (انتماء العبارات لكل محور - ومناسبة صياغة العبارات - وما ينبغي حذفه أو إضافته أو تعديله من العبارات - وملاءمة درجة الاستجابة على العبارات).

٥- **الصورة النهائية للاستبانة:** تمّ تعديل عبارات الاستبانة بناءً على مقترحات المُحكِّمين وأصبحت الاستبانة في صورتها النهائية.

٦- **صدق الاستبانة:** تأكد الباحث من صدق الاستبانة من خلال اتفاق المُحكِّمين على صلاحية عباراتها للغرض الذي وضعت لأجله، وانتمائها لمحاور الاستبانة، ومناسبة صياغة عباراته، ويطلق على هذا النوع من الصدق، صدق المحتوى أو الصدق المنطقي^(٦٧).

بعد التأكد من صدق محتوى الاستبانة، قام الباحث بتطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية مكونة من (٣٠) فرداً من افراد مجتمع الدراسة، وبناء على نتائج استجابات العينة الاستطلاعية تم حساب معامل الارتباط لبيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة، والجدول التالي يوضح تلك المعاملات.

جدول (١). معاملات ارتباط بيرسون لعبارات الاستبانة

عبارات المحور الأول	معامل الارتباط	عبارات المحور الثاني	معامل الارتباط
١	**٠,٦٣	١	**٠,٥٠
٢	**٠,٥٥	٢	**٠,٥٧
٣	**٠,٨٦	٣	**٠,٦١
٤	**٠,٧٥	٤	**٠,٥٤
٥	**٠,٦٦	٥	**٠,٥٧
٦	**٠,٨١	٦	**٠,٦٢
٧	**٠,٤٧	٧	**٠,٨١
٨	**٠,٤٨	٨	**٠,٥٢
٩	**٠,٨٦	٩	**٠,٧٩
١٠	**٠,٧٤	١٠	**٠,٧٢
١١	**٠,٥٧	١١	**٠,٦٦
١٢	**٠,٦٣	١٢	**٠,٧٤
١٣	**٠,٨٦	١٣	**٠,٧٨
١٤	**٠,٧٤	١٤	**٠,٦٦
١٥	**٠,٧٥	١٥	**٠,٧٨
		١٦	**٠,٧١
		١٧	**٠,٦٨
		١٨	**٠,٦٢
		١٩	**٠,٥٩

يتضح من الجدول السابق ارتباط درجات عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه بدرجة كبيرة، والعلامة ** تدل أن القيم الارتباطية الواردة في الجدول ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١).

٧- **ثبات الاستبانة:** لقياس مدى ثبات الاستبانة استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ، واتضح أن قيمة معامل الثابت (ألفا كرونباخ) لمحوري الاستبانة تعبر عن درجات ثبات عالية، ففي المحور الأول بلغت (٠,٩٣)، وفي المحور الثاني بلغت (٠,٩١)، وهذا يدل على أن الأداة تتمتع بدرجة ثبات عالية يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني.

٨- **اختيار عينة الدراسة:** تم اختيار عينة الدراسة من طلبة وأعضاء هيئة التدريس بكليات جامعة بورسعيد بالطريقة العشوائية، وبلغ إجمالي عدد أفراد عينة الدراسة الميدانية ٢٣٥ طالب وطالبة، و١١٥ عضو هيئة تدريس.

٩- المعالجة الإحصائية:

استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص العينة.
 - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لترتيب العبارات وترتيب محاور أداة الدراسة.
 - معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الاستبانة.
 - معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق الاتساق الداخلي بين عبارات الاستبانة ومحاورها.
 - اختبار ت (T-TEST) لدراسة الفروق للمتوسطات بين المجموعات.
- ١٠- نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها: فيما يلي عرض نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها، على النحو الآتي:

١/١٠- مبررات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي:

يوضح الجدولين رقمي (٢) (٣) استجابات أفراد عيني الدراسة حول مبررات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي.

يتضح من الجدول رقم (٢) ما يلي:

- أن جميع مبررات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي بجامعة بورسعيد، قد وافق عليها عينة الطلاب حيث تراوحت متوسطات الاستجابة على تلك المبررات بين (٤,١٧) - (٤,٩٦).

- كما تبين أن من المبررات القوية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي بجامعة بورسعيد من وجهة نظر طلابها هي: أنها تساعد الطلاب على بناء علاقة قوية ثنائية الاتجاه مع المرشد، يمكن التغلب عن طريقها على طول إجراءات عملية الإرشاد، وتعد إجراءاتها، عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي يصبح الطالب إيجابياً له دوراً في الحوار ورأي يشارك به مع الآخرين، أنها تتيح التواصل بين الطلاب والمرشدين في أي مكان وزمان، تعالج التوقعات السلبية للطلاب الجدد عن عمليات الإرشاد، توفر بيئة تعاونية يكون الطالب بها محوراً لعملية الإرشاد، تعمق المشاركة والتواصل والتفاعل بين الطلاب بعضهم البعض وبينهم وبين المرشدين. فقد تراوحت متوسطات استجابة عينة الطلاب على تلك المبررات بين (٤,٨١) - (٤,٩٦).

جدول رقم (٢). استجابات طلاب جامعة بورسعيد حول مبررات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي

م	العبارة	الاستجابات											
		متوسط الاستجابة		غير موافق بشدة		غير موافق		إلى حد ما		موافق		موافق بشدة	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	انتشار استخدامها بين طلاب الجامعة لتبادل الآراء والخبرات ذات الاهتمام المشترك.	٤,٧٩	---	---	---	---	---	٢١,٣	٥٠	٧٨,٧	١٨٥		
٢	تحفيز الطلاب على المشاركة وبناء علاقات جديدة في مجالات الإرشاد.	٤,٤٥	---	---	---	١٩,١	٤٥	١٧,٠	٤٠	٦٣,٨	١٥٠		
٣	معالجة التوقعات السلبية للطلاب الجدد عن عمليات الإرشاد.	٤,٨٥	---	---	---	---	---	١٤,٩	٣٥	٨٥,١	٢٠٠		
٤	إتاحة التواصل بين الطلاب والمرشدين في أي مكان وزمان.	٤,٨٥	---	---	---	---	---	١٤,٩	٣٥	٨٥,١	٢٠٠		
٥	التغلب على مشكلات المواعيد المقررة لجلسات الإرشاد.	٤,٦٤	---	---	---	١٢,٨	٣٠	١٠,٦	٢٥	٧٦,٦	١٨٠		
٦	التغلب على طول إجراءات عملية الإرشاد.	٤,٩١	---	---	---	---	---	٨,٥	٢٠	٩١,٥	٢١٥		
٧	التغلب على تعقد إجراءات عملية الإرشاد.	٤,٩١	---	---	---	---	---	٨,٥	٢٠	٩١,٥	٢١٥		
٨	تساعد الطلاب على بناء علاقة قوية ثنائية الاتجاه مع المرشد.	٤,٩٦	---	---	---	---	---	٤,٣	١٠	٩٥,٧	٢٢٥		
٩	أداة إلكترونية تتميز بالشكل الإنساني من خلال مشاركة وتفاعل العنصر البشري.	٤,٦٠	---	---	---	٤,٣	١٠	٣١,٩	٧٥	٦٣,٨	١٥٠		
١٠	عن طريقها يستطيع المرشد أن يعرف معلومات أكثر عن حياة الطالب وشخصيته.	٤,١٧	---	---	١٠,٦	٢٥	---	---	٥١,١	١٢٠	٣٨,٣	٩٠	
١١	توفر فرصاً للتعلم وتبادل الخبرات بين الطلاب بعضهم البعض وبينهم وبين المرشدين.	٤,٥٧	---	---	٤,٣	١٠	٤,٣	١٠	٢١,٣	٥٠	٧٠,٢	١٦٥	
١٢	تعمق المشاركة والتواصل والتفاعل بين الطلاب بعضهم البعض وبينهم وبين المرشدين.	٤,٨١	---	---	---	---	---	١٩,١	٤٥	٨٠,٩	١٩٠		
١٣	تعلم الطلاب أساليب التواصل الفعال بينهم وبين بعضهم وبينهم وبين المرشدين.	٤,٧٢	---	---	٤,٣	١٠	---	---	١٤,٩	٣٥	٨٠,٩	١٩٠	
١٤	تجعل الطالب إيجابياً له دوراً في الحوار ورأي يشارك به مع الآخرين.	٤,٩١	---	---	---	---	---	٨,٥	٢٠	٩١,٥	٢١٥		
١٥	توفر بيئة تعاونية يكون الطالب بها محوراً لعملية الإرشاد.	٤,٨٣	---	---	---	---	---	٤,٣	٤٠	٨٣,٠	١٩٥		

جدول رقم (٣). استجابات أعضاء هيئة التدريس بجامعة بورسعيد حول مبررات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي

م	العبارة	الاستجابات											
		متوسط الاستجابة		غير موافق بشدة		غير موافق		إلى حد ما		موافق		موافق بشدة	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	انتشار استخدامها بين طلاب الجامعة لتبادل الآراء والخبرات ذات الاهتمام المشترك.	٤٠,٣٥	--	--	--	--	٢١,٧	٢٥	٢١,٧	٢٥	٥٦,٥	٦٥	
٢	تحفيز الطلاب على المشاركة وبناء علاقات جديدة في مجالات الإرشاد.	٤٠,٥٧	--	--	--	--	--	--	٤٣,٥	٥٠	٥٦,٥	٦٥	
٣	معالجة التوقعات السلبية للطلاب الجدد عن عمليات الإرشاد.	٣٠,٦١	--	--	١٣,٠	١٥	١٣,٠	١٥	٧٣,٩	٨٥	--	--	
٤	إتاحة التواصل بين الطلاب والمرشدين في أي مكان وزمان.	٤٠,٦٥	--	--	--	--	--	--	٣٤,٨	٤٠	٦٥,٢	٧٥	
٥	التغلب على مشكلات المواعيد المقررة لجلسات الإرشاد.	٣٠,٤٣	--	--	٢٦,٠	٣٠	١٧,٤	٢٠	٤٣,٥	٥٠	١٣,٠	١٥	
٦	التغلب على طول إجراءات عملية الإرشاد.	٤٠,٠٩	--	٥	٢١,٧	٢٥	--	--	٨,٧	١٠	٦٥,٢	٧٥	
٧	التغلب على تعقد إجراءات عملية الإرشاد.	٤٠,٠٠	--	--	٣٠,٤	٣٥	--	--	٨,٧	١٠	٦٠,٩	٧٠	
٨	تساعد الطلاب على بناء علاقة قوية ثنائية الاتجاه مع المرشد.	٤٠,٦٥	--	--	--	--	--	--	٣٤,٨	٤٠	٦٥,٢	٧٥	
٩	أداة إلكترونية تتميز بالشكل الإنساني من خلال مشاركة وتفاعل العنصر البشري.	٤٠,١٣	--	--	١٧,٤	٢٠	--	--	٣٤,٨	٤٠	٤٧,٨	٥٥	
١٠	عن طريقها يستطيع المرشد أن يعرف معلومات أكثر عن حياة الطالب وشخصيته.	٤٠,٢٢	--	--	٨,٧	١٠	--	--	٥٢,٢	٦٠	٣٩,١	٤٥	
١١	توفر فرصاً للتعلم وتبادل الخبرات بين الطلاب بعضهم البعض وبينهم وبين المرشدين.	٤٠,٦٥	--	--	--	--	٨,٧	١٠	١٧,٤	٢٠	٧٣,٩	٨٥	
١٢	تعمق المشاركة والتواصل والتفاعل بين الطلاب بعضهم البعض وبينهم وبين المرشدين.	٣٠,٩١	٨,٧	١٠	١٣,٠	١٥	--	--	٣٤,٨	٤٠	٤٣,٥	٥٠	
١٣	تعلم الطلاب أساليب التواصل الفعال بينهم وبين بعضهم وبينهم وبين المرشدين.	٤٠,٤٣	--	--	--	--	--	--	٥٦,٥	٦٥	٤٣,٥	٥٠	
١٤	تجعل الطالب إيجابياً له دوراً في الحوار ورأي يشارك به مع الآخرين.	٣٠,٧٤	--	--	٣٠,٤	٣٥	--	--	٣٤,٨	٤٠	٣٤,٨	٤٠	
١٥	توفر بيئة تعاونية يكون الطالب بها محوراً لعملية الإرشاد.	٤٠,٥٧	--	--	--	--	--	--	٤٣,٥	٥٠	٥٦,٥	٦٥	

يتضح من الجدول رقم (٣) ما يلي:

- أن معظم مبررات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي بجامعة بورسعيد، قد وافق عليها عينة أعضاء هيئة التدريس حيث تراوحت متوسطات الاستجابة على تلك المبررات بين (٣,٦١ - ٤,٦٥).

- تبين أن من المبررات القوية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي بجامعة بورسعيد من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، هي: أنها توفر فرصاً للتعلم وتبادل الخبرات بين الطلاب بعضهم البعض وبين المرشدين، تساعد الطلاب على بناء علاقة قوية ثنائية الاتجاه مع المرشد، إتاحة التواصل بين الطلاب والمرشدين في أي مكان وزمان، توفر بيئة تعاونية يكون الطالب بها محوراً لعملية الإرشاد، تحفز الطلاب على المشاركة وبناء علاقات جديدة في مجالات الإرشاد. فقد تراوحت متوسطات استجابة عينة الطلاب على تلك المبررات بين (٤,٥٧ - ٤,٦٥).

- اتضح أن هناك مبرر واحد فقط جاءت درجة الموافقة عليه ضعيفة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، وهو: التغلب على مشكلات المواعيد المقررة لجلسات الإرشاد، وقد يرجع ذلك أن الكثير من أعضاء هيئة التدريس بجامعة بورسعيد ملتزمون بالمواعيد المقررة لجلسات الإرشاد.

٢/١٠ - استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي:

يوضح الجدولين رقمي (٤) (٥) استجابات أفراد عيني الدراسة حول استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي

جدول رقم (٤). استجابات طلاب جامعة بورسعيد حول استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي

م	العبارة	الاستجابات										متوسط الاستجابة	اتجاه الحكم على العبارة
		موافق بشدة		موافق		إلى حد ما		غير موافق بشدة		غير موافق			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
١	تشكيل مجموعات طلابية من حيث الاهتمامات المشتركة لتسهيل عملية الإرشاد.	١٨٠	٧٧	٤٠	١٧	--	--	١٥	٦	--	--	٤,٦٤	موافقة
٢	تنظيم حلقات نقاشية افتراضية للوصول إلى اتفاق حول القضايا الأكاديمية.	٢١٥	٩١	٢٠	٩	--	--	--	--	--	--	٤,٩١	موافقة
٣	تنظيم حلقات نقاشية افتراضية للوصول إلى اتفاق حول القضايا المجتمعية.	١٩٠	٨١	٤٥	١٩	--	--	--	--	--	--	٤,٨١	موافقة
٤	استطلاع رأي الطلاب حول بعض القضايا التي تهمهم لتوجيههم وإرشادهم.	١٢٥	٥٣	٩٥	٤٠	--	--	١٠	٤	٥	٢	٤,٣٨	موافقة
٥	يرسل المرشد فيديوهات ووسائط متعددة للطلاب تسهل عملية الإرشاد.	٢٣٥	١٠٠	--	٠	--	--	--	--	--	--	٥,٠٠	موافقة
٦	يرسل المرشد روابط لمواقع مهمة تساعد الطلاب في التعرف أكثر على البرامج الأكاديمية.	٢١٥	٩١	٢٠	٩	--	--	--	--	--	--	٤,٩١	موافقة
٧	استخدام المجموعات المغلقة Closed Group التي يوفرها موقع فيسبوك في تعزيز عملية الإرشاد.	١٦٠	٦٨	٥٠	٢١	--	--	١٥	٦	١٠	٤	٤,٤٣	موافقة
٨	إعلام الطلاب بالحركات الفصلية للشؤون الأكاديمية (تسجيل المقررات - الحذف - التأجيل ...).	١٧٥	٧٤	٦٠	٢٦	--	--	--	--	--	--	٤,٧٤	موافقة
٩	توفير معلومات تهم الطلاب عن الإعاشة بالجامعة.	٦٠	٢٦	١٧٥	٧٤	--	--	--	--	--	--	٤,٢٦	موافقة
١٠	توفير معلومات تهم الطلاب عن الأنشطة الطلابية.	١٤٥	٦٢	٧٠	٣٠	--	--	١٥	٦	٥	٢	٤,٤٣	موافقة
١١	توفير معلومات تهم الطلاب عن الرعاية الطلابية.	١٣٠	٥٥	٦٥	٢٨	--	--	٣٠	١٣	١٠	٤	٤,١٧	موافقة
١٢	تحديد الاحتياجات التدريبية للطلاب لتنمية مهاراتهم الأكاديمية والشخصية.	١٧٠	٧٢	٦٥	٢٨	--	--	--	--	--	--	٤,٧٢	موافقة
١٣	التواصل مع الطلاب لمساعدتهم في حل بعض مشكلات عدم التوافق داخل المجتمع الجامعي.	١٣٠	٥٥	٩٠	٣٨	--	--	١٥	٦	--	--	٤,٤٣	موافقة
١٤	نشر القيم الجامعية الفاضلة التي تساعد الطلاب في عدم الوقوع في المشكلات.	١٦٥	٧٠	٦٥	٢٨	--	--	٥	٢	--	--	٤,٦٦	موافقة
١٥	توعية الطلاب باللوائح والأنظمة الجامعية.	١٧٥	٧٤	٦٠	٢٦	--	--	--	--	--	--	٤,٧٤	موافقة
١٦	التواصل مع الطالب لتعزيز الجوانب الإيجابية وتشجيعه على المشاركة في الأعمال التطوعية والخدمية.	١٨٠	٧٧	٤٠	١٧	--	--	١٠	٤	٥	٢	٤,٦٢	موافقة
١٧	استخدام برامج محاكاة للتعرف على مهارات الطلاب وقدراتهم وأساليب تفكيرهم لمساعدتهم على اختيار التخصص المناسب.	٢٠٠	٨٥	٣٥	١٥	--	--	--	--	--	--	٤,٨٥	موافقة
١٨	التواصل مع الطالب لتوجيهه وإرشاده نحو مهارات البحث عن الوظائف مكتابة السيرة الذاتية ومهارات المقابلات الشخصية.	٢٢٥	٩٦	١٠	٤	--	--	--	--	--	--	٤,٩٦	موافقة
١٩	التواصل مع الطالب لتوجيهه وإرشاده نحو أهمية قيم احترام العمل والالتزام بأخلاقياته.	٢٢٥	٩٦	٥	٢	--	--	--	--	--	--	٤,٨٩	موافقة

يتضح من الجدول رقم (٤) ما يلي:

- أن جميع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي بجامعة بورسعيد والواردة في استمارة الاستبيان، قد وافق عليها عينة الطلاب حيث تراوحت متوسطات الاستجابة على تلك الاستخدامات بين (٤,١٧ - ٥,٠٠).

- تبين أن أعلى نسبة موافقة للطلاب على استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي بجامعة بورسعيد تمثلت في: عن طريقها يمكن أن يرسل المرشد فيديوهات ووسائط متعددة للطلاب تسهل عملية الإرشاد، التواصل مع الطالب لتوجيهه وإرشاده نحو مهارات البحث عن الوظائف كتابة السيرة الذاتية ومهارات المقابلات الشخصية، تنظيم حلقات نقاشية افتراضية للوصول إلى اتفاق حول القضايا الأكاديمية، يرسل المرشد روابط لمواقع مهمة تساعد الطلاب في التعرف أكثر على البرامج الأكاديمية، التواصل مع الطالب لتوجيهه وإرشاده نحو أهمية قيم احترام العمل والالتزام بأخلاقياته، استخدام برامج محاكاة للتعرف على مهارات الطلاب وقدراتهم وأساليب تفكيرهم لمساعدتهم على اختيار التخصص المناسب، تنظيم حلقات نقاشية افتراضية للوصول إلى اتفاق حول القضايا المجتمعية، إعلام الطلاب بالحركات الفصلية للشؤون الأكاديمية (تسجيل المقررات - الحذف - التأجيل ...)، توعية الطلاب باللوائح والأنظمة الجامعية، تحديد الاحتياجات التدريبية للطلاب لتنمية مهاراتهم الأكاديمية والشخصية، نشر القيم الجامعية الفاضلة التي تساعد الطلاب في عدم الوقوع في المشكلات، تشكيل مجموعات طلابية من حيث الاهتمامات المشتركة لتسهيل عملية الإرشاد، التواصل مع الطالب لتعزيز الجوانب الإيجابية وتشجيعه على المشاركة في الأعمال التطوعية والخدمية. فقد تراوحت متوسطات استجابة عينة الطلاب على تلك المبررات بين (٤,٦٢ - ٥,٠٠).

جدول رقم (٥). استجابات أعضاء هيئة التدريس بجامعة بورسعيد حول استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي

م	العبارة	الاستجابات										متوسط الاستجابة	اتجاه الحكم على العبارة
		موافق بشدة		موافق		إلى حد ما		غير موافق بشدة		غير موافق			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
١	تشكيل مجموعات طلابية من حيث الاهتمامات المشتركة لتسهيل عملية الإرشاد.	٦٠	٥٢	٥٠	٤٣	٥	٤	--	--	--	--	٤,٤٨	موافقة
٢	تنظيم حلقات نقاشية افتراضية للوصول إلى اتفاق حول القضايا الأكاديمية.	٧٥	٦٥	٤٠	٣٥	--	--	--	--	--	--	٤,٦٥	موافقة
٣	تنظيم حلقات نقاشية افتراضية للوصول إلى اتفاق حول القضايا المجتمعية.	٧٥	٦٥	٤٠	٣٥	--	--	--	--	--	--	٤,٦٥	موافقة
٤	استطلاع رأي الطلاب حول بعض القضايا التي تهمهم لتوجيههم وإرشادهم.	٩٠	٧٨	١٥	١٣	١٠	٩	--	--	--	--	٤,٧٠	موافقة
٥	يرسل المرشد فيديوهات ووسائط متعددة للطلاب تسهل عملية الإرشاد.	١٠٠	٨٧	١٥	١٣	--	--	--	--	--	--	٤,٨٧	موافقة
٦	يرسل المرشد روابط لمواقع مهمة تساعد الطلاب في التعرف أكثر على البرامج الأكاديمية.	١٠٠	٨٧	١٥	١٣	--	--	--	--	--	--	٤,٨٧	موافقة
٧	استخدام المجموعات المغلقة Closed Group التي يوفرها موقع فيسبوك في تعزيز عملية الإرشاد.	٨٥	٧٤	٣٠	٢٦	--	--	--	--	--	--	٤,٧٤	موافقة
٨	إعلام الطلاب بالحركات الفصلية للشؤون الأكاديمية (تسجيل المقررات - الحذف - التأجيل ...).	٨٠	٧٠	٢٥	٢٢	--	--	١٠	٩	--	--	٤,٥٢	موافقة
٩	توفير معلومات تهم الطلاب عن الإعاشة بالجامعة.	٥٠	٤٣	٢٥	٢٢	--	--	١٥	١٣	٢٥	٢٢	٣,٥٢	موافقة
١٠	توفير معلومات تهم الطلاب عن الأنشطة الطلابية.	٥٥	٤٨	٢٥	٢٢	--	--	١٥	١٣	٢٠	١٧	٣,٧٠	موافقة
١١	توفير معلومات تهم الطلاب عن الرعاية الطلابية.	٥٥	٤٨	٣٥	٣٠	--	--	٢٥	٢٢	--	--	٤,٠٤	موافقة
١٢	تحديد الاحتياجات التدريبية للطلاب لتنمية مهاراتهم الأكاديمية والشخصية.	٧٥	٦٥	٤٠	٣٥	--	--	--	--	--	--	٤,٦٥	موافقة
١٣	التواصل مع الطلاب لمساعدتهم في حل بعض مشكلات عدم التوافق داخل المجتمع الجامعي.	٦٥	٥٧	٣٠	٢٦	--	--	٢٠	١٧	--	--	٤,٢٢	موافقة
١٤	نشر القيم الجامعية الفاضلة التي تساعد الطلاب في عدم الوقوع في المشكلات.	٢٠	١٧	٤٠	٣٥	٣٥	٣٥	١٥	١٣	٥	٤	٣,٤٨	موافقة ضعيفة
١٥	توعية الطلاب باللوائح والأنظمة الجامعية.	٦٠	٥٢	٥٥	٤٨	--	--	--	--	--	--	٤,٥٢	موافقة
١٦	التواصل مع الطالب لتعزيز الجوانب الإيجابية وتشجيعه على المشاركة في الأعمال التطوعية والخدمية.	٢٠	١٧	٨٠	٧٠	١٥	١٣	--	--	--	--	٤,٠٤	موافقة
١٧	استخدام برامج محاكاة للتعرف على مهارات الطلاب وقدراتهم وأساليب تفكيرهم لمساعدتهم على اختيار التخصص المناسب.	٦٥	٥٧	٤٠	٣٥	--	--	١٠	٩	--	--	٤,٣٩	موافقة
١٨	التواصل مع الطالب لتوجيهه وإرشاده نحو مهارات البحث عن الوظائف ككتابة السيرة الذاتية ومهارات المقابلات الشخصية.	٨٥	٧٤	٣٠	٢٦	--	--	--	--	--	--	٤,٧٤	موافقة
١٩	التواصل مع الطالب لتوجيهه وإرشاده نحو أهمية قيم احترام العمل والالتزام بأخلاقياته.	٧٥	٦٥	٣٠	٢٦	--	--	--	--	٥	٤	٤,٤٣	موافقة

يتضح من الجدول رقم (٥) ما يلي:

- أن جميع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي بجامعة بورسعيد والواردة في استمارة الاستبيان، قد وافق عليها عينة أعضاء هيئة التدريس حيث تراوحت متوسطات الاستجابة على تلك الاستخدامات بين (٣,٥٢ - ٤,٨٧).

- تبين أن أعلى نسبة موافقة للطلاب على استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي بجامعة بورسعيد تمثلت في: عن طريقها يمكن أن يرسل المرشد فيديوهات ووسائل متعددة للطلاب تسهل عملية الإرشاد، كما يرسل روابط لمواقع مهمة تساعد الطلاب في التعرف أكثر على البرامج الأكاديمية، التواصل مع الطالب لتوجيهه وإرشاده نحو مهارات البحث عن الوظائف ككتابة السيرة الذاتية ومهارات المقابلات الشخصية، استخدام المجموعات المغلقة Closed Group التي يوفرها موقع فيسبوك في تعزيز عملية الإرشاد، استطلاع رأي الطلاب حول بعض القضايا التي تهمهم لتوجيههم وإرشادهم، تنظيم حلقات نقاشية افتراضية للوصول إلى اتفاق حول القضايا الأكاديمية، تنظيم حلقات نقاشية افتراضية للوصول إلى اتفاق حول القضايا المجتمعية، تحديد الاحتياجات التدريبية للطلاب لتنمية مهاراتهم الأكاديمية والشخصية، إعلام الطلاب بالحركات الفصلية للشؤون الأكاديمية (تسجيل المقررات - الحذف - التأجيل ...)، توعية الطلاب باللوائح والأنظمة الجامعية. فقد تراوحت متوسطات استجابة عينة الطلاب على تلك المبررات بين (٤,٥٢ - ٤,٨٧).

ولدراسة الفروق بين متوسطات استجابات عينة الطلاب وعينة أعضاء هيئة التدريس حول مبررات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وتطبيق اختبار **independent Samples Test** باستخدام البرنامج الإحصائي الـ **SPSS** لحساب الفروق بينهما، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (٦). الفروق بين متوسطات استجابات الطلاب وأعضاء هيئة التدريس

حول مبررات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي

المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	دلالة الفروق
الطلاب	٢٣٥	٧٠,٩٨	٦,٥٠٦٠٤	٧,٧٨٧	٠,٠١	دالة لصالح الطلاب
أعضاء هيئة التدريس	١١٥	٦٣,٩٣	١١,٦٠٠٧٢			

يتضح من النتائج المبينة في الجدول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطي استجابات الطلاب وأعضاء هيئة التدريس حول مبررات استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي لصالح الطلاب، ويرجع ذلك إلى انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعة، ومدى قدرتهم على استخدامه والتفاعل معه.

ولدراسة الفروق بين متوسطات استجابات عينة الطلاب وعينة أعضاء هيئة التدريس حول استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وتطبيق اختبار **independent Samples Test** باستخدام البرنامج الإحصائي الـ **SPSS** لحساب الفروق بينهما، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (٧). الفروق بين متوسطات استجابات الطلاب وأعضاء هيئة التدريس حول استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي

المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	دلالة الفروق
الطلاب	٢٣٥	٨٨,٦	٩,٤٣٩٩٦	٤,٣٧٦	٠,٠١	دالة لصالح الطلاب
أعضاء هيئة التدريس	١١٥	٨٣,٢٢	١٣,١٨٢١١			

يتضح من النتائج المبينة في الجدول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطي استجابات الطلاب وأعضاء هيئة التدريس حول استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي لصالح الطلاب، ويرجع ذلك إلى انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعة، ومدى قدرتهم على استخدامه والتفاعل معه.

التصور المستقبلي لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة بورسعيد

في دعم خدمات الإرشاد الجامعي

جاء بناء التصور المستقبلي في ضوء ما تمّ عرضه من أسس نظرية لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بالجامعات في مجال الإرشاد الجامعي، وفي ضوء نتائج الدراسة الميدانية التي حددت مبررات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي، وكذلك استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الأكاديمي من وجهة نظر طلبة وأعضاء هيئة التدريس جامعة بورسعيد، ويتكون التصور المقترح من خمسة محاور على النحو التالي:

- المحور الأول: ويتناول منطلقات فكرية للتصور المستقبلي: وفيه يعرض الباحث فلسفة التصور المستقبلي، وأهدافه، وأهميته.

- المحور الثاني: ويتناول مبررات التصور المستقبلي لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة بورسعيد في مجال دعم خدمات الإرشاد الجامعي.
 - المحور الثالث: ويتناول أوجه استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في مجال دعم خدمات الإرشاد الجامعي.
 - المحور الرابع: كيفية تطبيق التصور المقترح وتتمثل في: الإعداد لتطبيق التصور المقترح، وتطبيق التصور المقترح.
 - المحور الخامس: آليات ما بعد التطبيق وتتمثل في: تقييم تطبيق التصور المقترح، وتبادل خبرات التطبيق.
- وتفصيل هذه المحاور يأتي على النحو التالي:

المحور الأول: منطلقات فكرية لتطبيق التصور المستقبلي: تتمثل المنطلقات الفكرية لتطبيق التصور المستقبلي لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة بورسعيد في دعم خدمات الإرشاد الجامعي في الآتي:

(١) فلسفة التصور المستقبلي:

لقد خلقت تكنولوجيا الاتصالات فرصاً جديدة للمؤسسات الجامعية للتواصل، والتأثير، ومساعدة الطلاب في تحقيق أهدافهم الأكاديمية والشخصية. فهذه الاتصالات متنوعة الأشكال، بما في ذلك المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، التي من الممكن أن تدخل في جميع جوانب التعليم الجامعي، بما في ذلك تقديم المشورة الأكاديمية.

فإذا أراد الأكاديمين تحفيز الطلاب على المشاركة، لبناء علاقات هادفة معهم، فيجب عليهم فهم أساليب الاتصال التي يسهل إيجاد الطلاب من خلالها وبشكل طبيعي والانخراط معهم عن طريقها. فلم تعد الأشكال التقليدية من تقديم المشورة وأساليبها تمكن المؤسسات الجامعية من تقديم خدماتها للاحتفاظ بالطلاب من جيل النت.

فعلى المؤسسات التعليمية أن تعكس عالمنا الذي نعيش فيه، وهو عالم يتسم بتفاعلات اجتماعية متعددة المستويات، ولهذا فإن من واجب المؤسسة التعليمية أن تشجع طلابها في الانخراط في هذه الأنشطة الاجتماعية، وتربهم أي قوة بإمكانهم أن يمتلكوها، إن أحسنوا استخدام الشبكة العنكبوتية، وأن نغير نظرتهم إلى التعليم، كما نغير نظرتهم إلى أنفسهم، وحياتهم الاجتماعية.

(٢) أهداف التصور المستقبلي:

في إطار الفلسفة السابقة، تتمثل أهداف التصور المستقبلي في الآتي:

- إيجاد فرصاً جديدة للتواصل الإلكتروني، ومساعدة الطلاب في تحقيق أهدافهم الأكاديمية والشخصية.
- فهم أساليب الاتصال الإلكتروني التي يسهل إيجاد الطلاب من خلالها وبشكل طبيعي والانخراط معهم عن طريقها.
- تحفيز الطلاب على المشاركة وبناء علاقات جديدة في مجالات الإرشاد عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- معالجة التوقعات السلبية للطلاب الجدد عن عمليات الإرشاد التقليدية.
- مساعدة الطلاب على بناء علاقة قوية ثنائية الاتجاه مع المرشد.
- توفر بيئة تعاونية يكون الطالب بها محوراً لعملية الإرشاد عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

(٣) أهمية التصور المستقبلي:

على ضوء تحقيق الأهداف السابقة؛ تبدو أهمية تطبيق التصور المستقبلي في النقاط الآتية:

- نتيجة لظهور الحواسيب، وشبكة الإنترنت، ومؤخراً إنشاء شبكات التواصل الاجتماعي، أُتيحت فرصاً جديدة للبشر للتواصل مع بعضهم البعض، ونشر المعرفة، وتطوير الإحساس بالانتماء للمجتمع في بيئة افتراضية، وعليه لا بد من مواكبة تلك التطورات التكنولوجية في طرق التواصل بين الشباب (جيل النت) للاستفادة منها في دعم خدمات الإرشاد الجامعي.
- كون شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع التي يستخدمها الإنسان في الآونة الأخيرة لما لها من مميزات وانتشار وتفاعل وتستخدم للتعبير الحر عمّا يراه الإنسان وتشجعه على رصد أفكاره بصفة مستمرة واشتراكه مع الآخرين في نفس الأفكار أو تشجيع فكر معين أو رأي معين أو تقديم مجال اهتمام واحد.

المحور الثاني: مبررات التصور المستقبلي لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة

بورسعيد في مجال دعم خدمات الإرشاد الجامعي:

أوضحت الدراسة في إطارها الميداني، أن هناك عدد من المبررات تفرض على الجامعة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي، من أجل استحداث أشكال جديدة

للتواصل مع طلبة الجامعة تشجعهم على المشاركة وفي بناء علاقات جديدة في مجالات الإرشاد الجامعي، وتتنحصر تلك المبررات في الآتي:

- انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك بين طلاب الجامعة لتبادل الآراء والخبرات ذات الاهتمام المشترك.
- إتاحة التواصل بين الطلاب والمرشدين في أي مكان وزمان.
- التغلب على مشكلات المواعيد المقررة لجلسات الإرشاد.
- التغلب على طول إجراءات عملية الإرشاد.
- التغلب على تعقد إجراءات عملية الإرشاد.
- كون شبكات التواصل الاجتماعي أداة إلكترونية تتميز بالشكل الإنساني من خلال مشاركة وتفاعل العنصر البشري.
- من خلالها يستطيع المرشد أن يعرف معلومات أكثر عن حياة الطالب وشخصيته.
- توفر فرص للتعلم وتبادل الخبرات بين الطلاب بعضهم البعض وبين المرشدين.
- تعمق المشاركة والتواصل والتفاعل بين الطلاب بعضهم البعض وبين المرشدين.
- تعلم الطلاب أساليب التواصل الفعال بينهم وبين بعضهم وبين المرشدين.
- تجعل الطالب إيجابياً له دوراً في الحوار ورأي يشارك به مع الآخرين.

المحور الثالث: أوجه استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في مجال دعم شبكات التواصل الاجتماعي:

أوضحت الدراسة في إطارها الميداني، أن هناك العديد من أوجه الاستخدامات لشبكات التواصل الاجتماعي بجامعة بورسعيد في مجال دعم خدمات الإرشاد الجامعي، وهي على النحو الآتي:

- تشكيل مجموعات طلابية من حيث الاهتمامات المشتركة لتسهيل عملية الإرشاد.
- تنظيم حلقات نقاشية افتراضية للوصول إلى اتفاق حول القضايا الأكاديمية.
- تنظيم حلقات نقاشية افتراضية للوصول إلى اتفاق حول القضايا المجتمعية.
- استطلاع رأي الطلاب حول بعض القضايا التي تهمهم لتوجيههم وإرشادهم.
- يرسل المرشد فيديوهات ووسائط متعددة للطلاب تسهل عملية الإرشاد.
- يرسل المرشد روابط لمواقع مهمة تساعد الطلاب في التعرف أكثر على البرامج الأكاديمية.

- استخدام المجموعات المغلقة Closed Group التي يوفرها موقع فيسبوك في تعزيز عملية الإرشاد.
 - إعلام الطلاب بالحركات الفصلية للشؤون الأكاديمية (تسجيل المقررات - الحذف - التأجيل... الخ).
 - توفير معلومات تهم الطلاب عن الإعاشة بالجامعة.
 - توفير معلومات تهم الطلاب عن الأنشطة الطلابية.
 - توفير معلومات تهم الطلاب عن الرعاية الطلابية.
 - تحديد الاحتياجات التدريبية للطلاب لتنمية مهاراتهم الأكاديمية والشخصية.
 - التواصل مع الطلاب لمساعدتهم في حل بعض مشكلات عدم التوافق داخل المجتمع الجامعي.
 - نشر القيم الجامعية الفاضلة التي تساعد الطلاب في عدم الوقوع في المشكلات.
 - توعية الطلاب باللوائح والأنظمة الجامعية.
 - التواصل مع الطالب لتعزيز الجوانب الإيجابية وتشجيعه على المشاركة في الأعمال التطوعية والخدمية.
 - التواصل مع الطالب لتوجيهه وإرشاده نحو أهمية قيم احترام العمل والالتزام بأخلاقياته.
 - التواصل مع الطالب لتوجيهه وإرشاده نحو مهارات البحث عن الوظائف ككتابة السيرة الذاتية ومهارات المقابلات الشخصية.
 - استخدام برامج محاكاة للتعرف على مهارات الطلاب وقدراتهم وأساليب تفكيرهم لمساعدتهم على اختيار التخصص المناسب.
- المحور الرابع: كيفية تطبيق التصور المقترح:** لتطبيق التصور المقترح ينبغي القيام بما يأتي:
- (١) **الإعداد لتطبيق التصور المقترح:** هناك مجموعة من الإجراءات العملية لابد من تحققها قبل البدء في تطبيق التصور المستقبلي لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة بورسعيد في مجال دعم خدمات الإرشاد الجامعي ، ولعل من أهم هذه الإجراءات ما يأتي:
- تقوم كل كلية من كليات جامعة بورسعيد بالمشاركة في ورش عمل؛ لصياغة رؤيا ورسالة وإطار مفاهيمي لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في مجال دعم خدمات الإرشاد الجامعي.

- يتم تصميم برامج تدريبية للمرشدين الأكاديميين بالجامعة لتدريبهم على استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في مجال دعم خدمات الإرشاد الجامعي والتي اقترحتها الدراسة الحالية.
(٢) تطبيق التصور المقترح: وفقاً لطبيعة التصور المقترح، يتم تطبيقه من خلال إجراءات معينة، من أهمها ما يأتي:

- اختيار من سيتولى تطبيق التصور المقترح: ويتم اختيارهم من أعضاء هيئة التدريس بجامعة بورسعيد من ذوي الخبرات الواسعة في مجال الإرشاد الجامعي، وطبقاً لمعايير اختيار الكفاءات البشرية.
- تأسيس مركز للإرشاد الجامعي بجامعة بورسعيد، مجهز بكافة الامكانيات المطلوبة لتوجيه وإرشاد الطلاب لتحقيق التوافق الشخصي والاجتماعي والأسري والأكاديمي، ويتولى الإشراف على عمليات الإرشاد الجامعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- إتاحة التجهيزات اللازمة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب من خلال تقوية شبكات الإنترنت اللاسلكي (Wireless) وإتاحة عروض ميسرة لاقتناء أعضاء هيئة التدريس والطلاب لأجهزة حاسبات محمولة ولوحات رقمية.

المحور الخامس: آليات ما بعد التطبيق: لا يتوقف الأمر عند مرحلة تطبيق التصور المقترح لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خدمات الإرشاد الجامعي بجامعة بورسعيد، بل لابد من متابعة التطبيق من خلال بعض الآليات والمتمثلة في:

(١) تقويم تطبيق التصور المقترح: وذلك لتحديد إيجابيات وسلبيات استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في مجال دعم خدمات الإرشاد الجامعي؛ لتعظيم الإيجابيات، وتقليل السلبيات فيما بعد، وهناك أساليب تقويم متعددة مثل: التقويم الذاتي باستطلاع آراء أعضاء هيئة التدريس بالكلية في نتائج التطبيق، والمسح الشامل للطلبة للتعرف على آرائهم في استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في مجال دعم خدمات الإرشاد الجامعي.

(٢) تبادل خبرات التطبيق: في هذه الخطوة تقوم كل كلية من كليات جامعة بورسعيد، بتشكيل فريق عمل من أعضاء هيئة التدريس - ممن لديهم دراية أكاديمية وخبرة عملية في مجال الإرشاد الجامعي- تكون مهمته: الإطلاع على خبرات الجامعات العالمية التي لها خبرة في مجال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجال خدمات دعم خدمات الإرشاد الجامعي، وذلك بغرض الاستفادة من تجارب هذه الكليات، وكيف استطاعت أن تتغلب على الصعاب التي واجهتها.

مراجع الدراسة وهوامشها

(1) Carter, J., Utilizing Technology in Academic Advising, 2007. Retrieved 12 October 2013, From NACADA Clearinghouse of Academic Advising Resources, Available At: <http://www.nacada.ksu.edu/Clearinghouse/AdvisingIssues/Technology.htm#tech>. See also:

- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., & Zickuhr, K., "Social media & mobile internet use among teens and young adults", Report of a Project of the Pew Research Center, Washington. D.C. 20036, 3 February, 2010, pp.2-4.
- Lipschultz, W. & Musser, T., "Instant messaging: Powerful flexibility and presence", 2007. Retrieved 12 October 2013, from the NACADA Clearinghouse of Academic Advising Resources, Available At:

<http://www.nacada.ksu.edu/Clearinghouse/AdvisingIssues/Instant-Messaging.htm>, p1 of 6.

(2) Junco, R., & Mastrodicasa, J., What Higher Education Professionals Need to Know About Today is Students: Connecting to the net. Generation, National Association of Student Personnel Administrators (NASPA), U.S.A., 2007, p37.

(3) Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., & Zickuhr, K., op. cit., p.5.

(4) Ibid, p.18.

(5) Lipschultz, W. & Musser, T., op. cit., p1 of 6.

(6) Wiley, C. & Sisson, M., "Ethics, accuracy, and assumption: The use of Facebook by students and employers", A paper presented at the Southwestern Ohio Council for Higher Education Special Topics Forum, Dayton, Ohio, 2006.

(7) Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G., "Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults", Journal of Applied Developmental Psychology, Vol. 29, 2008, pp.420-433.

(8) Junco, R., & Cole-Avent, G. A., "An introduction to technologies commonly used by college students", In R. Junco & D. M. Timm (Eds.) Using emerging technologies to enhance student engagement, Jossey-Bass: San Francisco, 2008, pp.3-18.

(9) Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., & Zickuhr, K., op. cit., pp.15-16

(10) Steele, G. & Carter, A., "Managing electronic communication technologies for more effective advising", The Academic Advising News, Vol 25, 2002, Retrieved Retrieved 12 October 2013, from the NACADA Clearinghouse of Academic Advising

Resources Available At: <http://www.nacada.ksu.edu/Resources/Clearinghouse/View-Articles/Managing-Electronic-Communication-Technologies-for-More-Effective-Advising.aspx>, p1 of 6. See also:

- Carter, J., op. cit.

- Junco, R., "Using emerging technologies to engage students and enhance their success", Academic Advising Today, Vol 33, 2010. Available At: <http://www.nacada.ksu.edu/Resources/Academic-Advising-Today/View-Articles/Using-Emerging-Technologies-to-Engage-Students-and-Enhance-Their-Success.aspx>, p1 of 3.

- Lipschultz, W. & Musser, T., op. cit., p1 of 6.

(11) Lipschultz, W. & Musser, T., op. cit., p1 of 6.

(12) Multari, R.J., "Integrating technology into advisement services", The Mentor, Vol 26, 2004, p2, Retrieved 12 October 2013, Available At:

<http://dus.psu.edu/mentor/old/articles/040526rm.htm>., p1 of7. See also:

- Lipschultz, W. & Musser, T., op. cit., p1 of 6.
- Junco, R., & Mastrodicasa, J., Op. cit., pp. 57-58.
- Junco, R., op. cit., p1 of 3.

(13) Hamat, A., Embi, M., Abu Hassan, H., "The Use and Perception of Social Networking Sites among Malaysian University Students: A Pilot Study", The International Journal of Learning, Volume 18, Issue 7, 2012, pp153-163.

(14) Junco, R., op. cit., p1 of 3.

(15) Alexitch, L. R., "Help seeking and the role of academic advising in higher education", In S. A. Karabenick and R. S. Newman (Eds.), "Help seeking in academic setting: Goals, groups, and contexts", Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2006, pp175-202.

(16) Arbretton, A., "Student goal orientation and help-seeking strategy use, In S. A. Karabenick (Ed.), Strategic help seeking: Implications for learning and teacher", Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1998, pp.95-116. See also:

- Alexitch, L. R., "The role of help-seeking attitudes and tendencies in students, preferences for academic advising", Journal of College Student Development, Vol. 43, 2002, pp. 5-19.

(17) Junco, R., op. cit., p1 of 3.

(١٨) عزيز حنا وأنور حسين، مناهج البحث في العلوم السلوكية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٩١،

(19) Boyd, D. M. & Ellison, N. B., "Social network sites: Definition, history and Scholarship", Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 13, 2008, pp. 210-230.

(20) Lou, L., "Social networking websites: An exploratory study of student peer socializing in an online LIS program", Journal of Education for Library and Information, Vol. 51, 2010, pp. 86-102. See also:

- Junco, R., & Cole-Avent, G. A., op.cit, p11.

(21) Selwyn, N., "Face working: Exploring students' education-related use of Facebook", Learning, Media and Technology, Vol. 34, 2009, pp. 157-174.

(22) Facebook Statistics (2010). Available At, <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>. See also:

- Junco, R., & Cole-Avent, G. A., op.cit., p.6.

(23) Herberger, G., & Harper, R., "Have you Face booked Astin lately? Using technology to increase student involvement". In R. Junco & D. M. Timm (Eds.) Using emerging technologies to enhance student engagement, Jossey-Bass: San Francisco, 2008, pp. 19-36.

(24) Diaz O., C., Twitter for Good: Change the World One Tweet at a Time, Jossey-Bass; 1 edition, USA, 2011, p. 28.

(25) Rowell R., Youtube: The Company and Its Founders, UK Essential Library, 2011, p. 8.

(26) Vonderau P., The YouTube Reader, National Library of Sweden, Sweden, 2009, pp. 9-16.

(٢٧) حمودة أحمد أمين، أهمية التخطيط الإتصالي والإعلامي لتوظيف وسائل الإعلام الجديدة في التوعية بخطر المخدرات، بحث مقدم في المؤتمر نحو إستراتيجيات فعالة للتوعية بأخطار المخدرات وأضرارها، مركز النشر العلمي بجامعة الملك عبد العزيز، ٢٠١١م، ص ٣.

(٢٨) زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع ١٥، جامعة عمان الأهلية، ٢٠٠٣، ص ٢٣.

(29) Boyd, D. M. & Ellison, N. B., op. cit, pp.210-230.

(٣٠) محمد عواد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، موقع تأملات، أكتوبر ٢٠١٠. متاح (On Line). http://www.taamolat.com/2010/10/blog-post_7300.html

(٣١) موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، خدمة الشبكة الاجتماعية، آخر تعديل لهذه الصفحة في ٢٠ أغسطس

٢٠١١، (مصدر سابق) متاح (On Line).

<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9%D8%A9>

(32) Sunden, J., Material Virtual ties, Peter Lang Publishing, New York, 2003, p3.

(33) Boyd, D. M. & Ellison, N. B., op. cit, pp.210–230.

(34) Traxler, J., Advising without walls: An introduction to Facebook as an advising tool, Academic Advising Today, vol.30, No.1, 2007 .Retrieved December 12, 2013, Available At, <http://www.nacada.ksu.edu/Resources/Academic-Advising-Today/View-Articles/Advising-Without-Walls-An-Introduction-to-Facebook-as-an-Advising-Tool.aspx>, p1 of 3.

(35) Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G., op.cit, p.425.

(36) Traxler, J., op. cit., p1 of 3.

(37) Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G., op.cit, p.427.

(38) Selwyn, N., op. cit.

(39) Lou, L., op. cit., pp. 86–102.

(40) Akyildiz M. Argan M., “Using online social networking: Students’ purposes of Facebook – usage at the University of Turkey”, Journal of Technology Research, Vol.3, Florida, USA, July 2012.

(41) Hamat, A., Embi, M., Abu Hassan, H., Op. cit.

(42) Hall M., Hanna L., Huey G., “Use and Views on Social Networking Sites of Pharmacy Students in the United Kingdom”, American Journal of Pharmaceutical Education, Vol 77, No. 1, Article 9, February 12, 2013.

(43) Aljasir S., Woodcock A., Harrison S., “Facebook in Saudi Arabia: Some Aspects of Facebook Usage by Saudi University Students”, IACSIT International Journal of Engineering and Technology, Vol. 5, No. 1, February 2013.

(44) Moriyike L. A., Onasanya S. A., Ogunfunmilakin B., “Influence of Social Networking Sites on Lifestyles, Acculturation and Self-Esteem of University Students in Ondo State, Nigeria”, New Media & Mass Communication, International Institute for Science, Technology & Education, Vol.13, 2013.

(45) Vincentas L., Šlekienė V., Ragulienė L., “Usage Of Social Networking Websites: Lithuanian University Students’ Position”, Problems of Education in the 21st Century, Scientific Methodical Center Scientia Educologica, Vol. 45, 2012.

(٤٦) خضير سعود الخضير، الإرشاد الأكاديمي، بحث مقدم إلى المنظمة العربية، ١٩٨٠م، في أحمد عبد

اللطف عباده وحسين بدر الساده، دراسة لاتجاهات الطلاب نحو المرشد الأكاديمي وعلاقتها بالرضا عن الدراسة ومستوى التحصيل، مجلة الإرشاد النفسي، العدد الثالث، السنة الثانية، ١٩٩٤م، ص٨.

(٤٧) علي بن سعد القرني، "وظائف الإرشاد الأكاديمي ومشكلاته من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والطلاب في كلية التربية - جامعة الملك سعود"، مجلة الملك سعود، المجلد ٣، العلوم التربوية ٢، ١٤١١هـ، ص٥١٩.

(٤٨) إسماعيل دياب، "استخدام الحاسب الآلي في تطوير بعض جوانب الإرشاد الأكاديمي في نظام الساعات المعتمدة: دراسة تطبيقية على كلية التربية بالمدينة المنورة"، دراسات تربوية، المجلد الرابع، الجزء (١٨)، القاهرة، مايو ١٩٨٩م، ص ١٧٨-٢٠٢.

(49) Kuhn, T. K., Gordon, V. N., & Webber, J., "The advising and counseling continuum: Triggers for referral", NACADA Journal, Vol. 26, 2006, pp. 24- 31.

(50) Gordon, V. N., Habley, W. R., & Grites, T. J. (Eds.), academic advising: A comprehensive handbook, (2nd ed.), San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2008, p23.

(51) Hagen, P. L., & Jordan, P., "Theoretical foundations of academic advising", In V. N. Gordon, W. R. Habley, & T. J. Grites (Eds.), Academic advising: A comprehensive handbook, (2nd ed.), (pp. 17-35), San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2008. See also:

- Hemwall, M. K., & Trachte, K., "Academic advising as learning: 10 organizing principles", NACADA Journal, Vol. 25, No.2, 2005, pp.74-83.

- Lowenstein, M., "If advising is teaching, what do advisers teach?", NACADA Journal, Vol. 25, No.2, 2005, pp. 65-73.

(٥٢) شكري سيد أحمد ومحمد الرادي، الإرشاد الأكاديمي بجامعة الإمارات، رؤية الطلاب والطالبات وأعضاء هيئة التدريس له ومقترحاتهم لتطويره، مجلة مستقبل التربية العربية، المجلد الأول، العدد الثالث، يوليو ١٩٩٥م، ص ٨٨-٨٩.

(53) Bishop , J , B, "Students with history of counseling ;implications for counseling centers and other administrative units", Journal of college student development , vol. 43 , 2002, p.130.

(54) Kahn, J , Wood , A and Wiesen,F, "Student perceptions of college counseling center services", Journal of college students psychotherapy , vol. 14, No.1, 1999, PP. 69-70.

(55) Fukuyama, m., "Counseling in colleges and universities", (chapter nineteen) in the Handbook of counseling, by Don Locke, Jane Myers and Edison Herr, Sage

publications, New York, 2001, pp.319–342.

(56) King, M, “Organization of Academic Advising”, (chapter fifteen) in Gordon , V, Habley, W, and Grites,T, Academic Advising, A comprehensive handbook, (2nd edi), San Francisco, U S A, Jossey – Bass A Wiley Imprint, 2008, pp. 242–252.

(57) Esposito, A., “Saving Face(book): Engage through Facebook and retain relevance”, Academic Advising Today, Vol. 30, 2007, Retrieved December 12, 2013, Available At, [http://www.nacada.ksu.edu/Resources/Academic-Advising-Today/View-Articles/Saving-Face\(book\)-Engage-Through-Facebook-and-Retain-Relevance.aspx](http://www.nacada.ksu.edu/Resources/Academic-Advising-Today/View-Articles/Saving-Face(book)-Engage-Through-Facebook-and-Retain-Relevance.aspx), p1 of 3.

(58) Junco, R., & Mastrodicasa, J., Op. cit., P.37.

(59) Carter, J., Op. cit.

(60) Traxler, J., op. cit., p1 of 3.

(61) Carter, J., Op. cit.

(62) Traxler, J., op. cit., p1 of 3.

(63) Junco, R., op. cit., p1 of 3.

(64) Traxler, J., op. cit., p1 of 3.

(65) Junco, R., & Mastrodicasa, J., Op. cit., p.57

(66) Traxler, J., op. cit., p1 of 3.

(٦٧) رمزية الغريب (١٩٩٦)، التقويم والقياس النفسي والترىوى ، الأتجلو المصرية ، القاهرة ، ص٦٨١.