

الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي
وأثره على الروح المعنوية للمعلمين بالمملكة العربية السعودية
من وجهة نظرهم

د. خليل بن إبراهيم الشريف
إدارة التدريب والابتعاث
الإدارة العامة للتعليم بمحافظة جدة
وزارة التعليم

د. سعيد بن صلاح الحربي
إدارة شؤون المعلمين
الإدارة العامة للتعليم بمحافظة جدة
وزارة التعليم



الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الروح المعنوية للمعلمين بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم

د. خليل بن إبراهيم الشريف

إدارة التدريب والابتعاث

الإدارة العامة للتعليم بمحافظة جدة

د. سعيد بن صلاح الحربي

إدارة شؤون المعلمين

الإدارة العامة للتعليم بمحافظة جدة

تاريخ قبول البحث: ٢٧ / ٦ / ١٤٤٣ هـ

تاريخ تقديم البحث: ٢٤ / ١ / ١٤٤٢ هـ

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المعلمين والمعلمات بالمملكة العربية السعودية، والتعرف على درجة تأثيره على الروح المعنوية لهم من وجهة نظرهم، وتقديم مقترحات للاستفادة من الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي في رفع معنويات المعلمين والمعلمات تجاه عملهم. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من المعلمين في ثلاث إدارات تعليمية هي: الرياض وجدة والمنطقة الشرقية، البالغ عددهم (١٧٣٣٩٤) معلماً ومعلمة، وتكونت عينة الدراسة من (٦٧٢) معلماً ومعلمة. ولتحقيق أهداف الدراسة تم بناء استبانة تكونت من (٥٠) فقرة موزعة على ثلاثة محاور. وأظهرت نتائج الدراسة أن النظرة الإيجابية للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي كانت بدرجة عالية، في حين جاءت النظرة السلبية للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة، وأن تأثير الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي على روحه المعنوية كان بدرجة عالية. وحصلت المقترحات التي تبنتها الدراسة على درجة موافقة عالية جداً.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، المعلم، الروح المعنوية.

The speech directed to the teacher on social media and its impact on Teachers' Morale in Saudi Arabia from their point of view

DR. SAEED SALAH ALHARBI
TEACHERS AFFAIRS
DEPARTMENT
GENERAL ADMINISTRATION OF
EDUCATION IN JEDDAH

DR. KHALIL IBRAHIM ALSHAREEF
TRAINING AND SCHOLARSHIP
DEPARTMENT
GENERAL ADMINISTRATION OF
EDUCATION IN JEDDAH

Abstract:

teacher on social media from the point of view of teachers in Saudi Arabia, to identify the degree of its impact on their morale from their point of view, and to identify proposals to benefit from the speech directed to the teacher on social media Raise morale of teachers towards their work. The study was based on the descriptive approach, and the study population consisted of teachers in three educational departments: Riyadh, Jeddah and Ash Sharqiyah Region, whose number was (173394) male and female teachers, and the sample of the study consisted of (672) male and female teachers. To achieve the objectives of the study, a questionnaire was developed consisting of (50) items distributed on three axes.

The study results showed that the teacher's positive perception on social media was to a large extent, while the negative perception of the teacher on social media came in a medium degree, and that the effect of the speech directed to the teacher in social media on his morale was to a large extent. The proposals adopted by the study obtained a very large degree of approval.

key words: social media, teacher, morale.

المقدمة:

منذ بداية ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم بظهور (الإنترنت)، والتطور في مجال الاتصالات والعوالم الافتراضية يزداد يوماً بعد يوم، وقد ساهم هذا التسارع في مجال تطبيقات الإنترنت إلى ظهور نوع جديد من الإعلام الإلكتروني يختلف عن وسائل الإعلام التقليدية في الوسائل وفي المضمون. فهو أكثر سرعة في الانتشار وأكثر قدرة على الوصول إلى أكبر شريحة من المجتمع، كما أنه يتيح مدى أوسع في حرية الخطاب ومباشرة وصوله للمستهدفين بشكل مباشر وسريع.

ومع تنامي اعتماد الأفراد على الإنترنت وتطور المواقع تعددت الاستخدامات من التصفح للبريد الإلكتروني ثم المنتديات وغرف الدردشة والرسائل النصية والفورية والمدونات حتى ظهرت المواقع الاجتماعية كمصطلح أطلق على مجموعة المواقع الإلكترونية التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب وأتاحت التواصل مع مجتمعات افتراضية ولعل أشهرها (تويتر، فيس بوك، يوتيوب، واتساب، تيليجرام...) وغيرها من وسائل التواصل الإلكتروني المتعددة والمتطورة بشكل مستمر (الحري، ٢٠١٩، ١٨).

وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة للتأثير على العقول وتوجيهها نحو اتجاهات فكرية أو عقائدية معينة؛ حيث استخدمتها الجماعات الإجرامية والإرهابية في تدمير المجتمعات، واستخدمتها الدول المتقدمة لنشر ثقافة العولمة داخل مجتمعات العالم الثالث (توفيق، ٢٠١٨، ١٩٨). ويؤكد العديد من الدراسات العلمية على مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في

حياتنا اليومية، منها دراسة البشاشة (٢٠١٣)، ودراسة الصوافي (٢٠١٥)، ودراسة الجبر وعقيل وحسن (٢٠١٧). وقد أوجد الانتشار الواسع لهذه الشبكات أشكالاً من الخطابات الموجهة لفئات المجتمع المختلفة، ومن أهم هذه الفئات المعلمين والمعلمات، حيث تتضمن هذه الوسائل رسائل وخطابات موجهة لهم، ويظهر جلياً تفاعل أفراد المجتمع بما فيهم المعلمون والمعلمات مع ما يتم بثه وتداوله في هذه الشبكات.

ويمثل المعلم حجر الزاوية في العملية التعليمية، ويتوقف مدى تحقيق الأهداف التربوية المرسومة على إنتاج المعلم وأدائه لمهامه المنوطة به؛ من أجل ذلك يولي الباحثون في المجال التربوي أهمية كبيرة لدراسة العوامل المؤثرة على إنتاجية المعلم سواء كانت هذه العوامل من داخل المؤسسة التعليمية أو من خارجها. ويؤثر مستوى الروح المعنوية للمعلم على إنتاجيته فكلما كانت الروح المعنوية عالية زادت الإنتاجية، وهذا الارتباط الوثيق أدى إلى زيادة الاهتمام بالروح المعنوية للعاملين في المؤسسات التربوية وغير التربوية (علوان، ٢٠١٧، ٣). ويشير جوفينداراجان (Govindarajan, 2012, 58) إلى أن الروح المعنوية تعبر عن مقدار الدافعية للاستمرار في العمل والرغبة في القيام به، وأن مستوى الروح المعنوية يرتفع وينخفض وفقاً لظروف العمل المحيطة بالمعلمين، ولا يقتصر أثر رفع الروح المعنوية للمعلمين على جعل عملهم أكثر متعة فحسب، بل يتعدى ذلك إلى التأثير على الطلاب فيجعل عملية التعلم أكثر متعة وجاذبية مما يؤدي إلى إيجاد بيئة أكثر ملاءمة للتعلم.

وهذا ما دعا الباحثين إلى دراسة عامل من العوامل التي يرجح أن لها تأثيراً على الروح المعنوية للمعلمين من خارج المؤسسة التعليمية وهو الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي، لتشخيص الواقع وتعرف تأثيره على الروح المعنوية للمعلمين، ودراسة سبل الاستفادة منه في رفع الروح المعنوية للمعلمين؛ مما يؤدي بالتالي إلى تحسين أدائهم وزيادة درجة تحقيقهم للأهداف التعليمية والتربوية المنوطة بهم.

مشكلة الدراسة:

مع التطورات التكنولوجية المتسارعة، ظهر ما يسمى بالإعلام الجديد ومنه مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي. بل وبانت بعض مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع الإلكترونية استخداماً في العالم مثل: الفيس بوك وتويتر وغيرها... (البشاشة، ٢٠١٣، ١). ومن الدراسات التي أكدت على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على عدد من فئات المجتمع: دراسة أبي يعقوب (٢٠١٥)، ودراسة الرحومي وأحمد وأبكر (٢٠١٨)، ودراسة القحطاني (٢٠٢٠). مما يحتم ضرورة التعرف على مدى تأثير هذه الوسائل الإعلامية على شرائح المجتمع المختلفة ومن أهمها المعلمون والمعلمات.

ومن التحولات الحديثة في إدارة الأفراد الاهتمام بمعنويات العاملين في المنظمات (ذيب، ٢٠١٢، ٥٦). وقد أوصت دراسة المصاروة (٢٠١٨)، ودراسة بريكات (٢٠١٩)، بإجراء المزيد من الدراسات المتعلقة بمستويات الروح المعنوية عند المعلمين، وتزداد أهمية رفع الروح المعنوية للمعلمين لما لها من تأثير

في سلوكهم واتجاهاتهم نحو مهنة التعليم وبالتالي أدائهم لعملهم وقدرتهم على تحسين جودة العملية التعليمية الأمر الذي يتطلب ضرورة التعرف على العوامل التي يمكن أن تؤثر على الروح المعنوية لهم، ومنها الخطاب الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي، وأهمية توفير خطاب إعلامي في تلك الوسائل يعمل على رفع الروح المعنوية للمعلم تجاه رسالته ودوره في العملية التعليمية، إلى جانب ضرورة الحد من أشكال الخطاب السلبية في وسائل التواصل الاجتماعي المؤدية لخفض الروح المعنوية للمعلمين والعمل على مواجهتها والتخلص منها.

واستناداً لخبرة الباحثين في المجال التعليمي ومتابعتهم للخطاب الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي، وفي ظل غياب - في حدود علم الباحثين - للدراسات العلمية التي تكشف عن تأثير ما يتم بثه وتداوله في وسائل التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية للمعلم؛ فإن مشكلة الدراسة تتمثل في التعرف على "درجة تأثير الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية للمعلمين والمعلمات بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم" **أسئلة الدراسة:**

سعت هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ١- ما واقع الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المعلمين والمعلمات بالمملكة العربية السعودية؟
- ٢- ما درجة تأثير الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية للمعلمين والمعلمات بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم؟

٣- ما المقترحات للاستفادة من الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي في رفع معنويات المعلمين والمعلمات بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم؟

أهداف الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

١- التعرف على واقع الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المعلمين والمعلمات بالمملكة العربية السعودية.

٢- التعرف على درجة تأثير الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية للمعلمين والمعلمات بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم.

٣- تقديم مقترحات للاستفادة من الخطاب الموجه للمعلم بوسائل التواصل الاجتماعي في رفع معنويات المعلمين والمعلمات بالمملكة العربية السعودية تجاه عملهم من وجهة نظرهم.

أهمية الدراسة:

اكتسبت هذه الدراسة أهميتها مما يلي:

١- الأهمية المتزايدة لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على كافة أفراد المجتمع، والذي طال جميع جوانب الحياة، وتم التركيز عليه بقوة من قبل المنظمات على اختلاف أنواعها وأحجامها لتوظيفه بما يحقق أهدافها.

٢- يؤمل أن يكون لهذه الدراسة أهمية خاصة بما ستضيفه من إطار نظري عن تأثير الخطاب في وسائل التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية للمعلمين.

٣- يؤمل من هذه الدراسة أن تُسهم في تعزيز الخطاب الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي بما يرفع الروح المعنوية للمعلمين، مما يسهم في تطوير أداء المعلمين واتجاهاتهم لمهنتهم.

٤- يؤمل أن تُسهم نتائج هذه الدراسة في توجيه نظر المسؤولين في وزارة التعليم إلى الاهتمام بالخطاب الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي والاستفادة منه في رفع الروح المعنوية للمعلمين.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: التعرف على واقع الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي من حيث النظرة الإيجابية أو السلبية للمعلم فيما يتم بثه وتداوله في وسائل التواصل الاجتماعي من نصوص وصور وتسجيلات صوتية أو فيديو... وأثر ذلك على المظاهر الإيجابية والسلبية للروح المعنوية لدى المعلمين، ومن ثم تقديم مقترحات للاستفادة من هذا الخطاب في رفع الروح المعنوية للمعلمين.

الحدود المكانية: نطاق الإدارات العامة للتعليم في كل من: الرياض، وجدة، والمنطقة الشرقية.

الحدود الزمانية: تم تطبيق أداة الدراسة ميدانياً في الفصل الدراسي الثاني

من العام الدراسي ١٤٤١-١٤٤٢هـ.

مصطلحات الدراسة

الخطاب الموجه للمعلم:

التعريف الإجرائي: هو كل ما يتم بثه وتداوله من نصوص وصور ورسومات وتسجيلات صوتية أو فيديو... ولها مدلولات ذات علاقة بالمعلم.

وسائل التواصل الاجتماعي:

يعرف البادي (٢٠١٧، ٣) وسائل التواصل الاجتماعي بأنها "تطبيقات تعتمد على الويب، وتوفر هذه التطبيقات سرعة التواصل والتفاعل بين المستخدمين عن طريق استخدام الرسائل المكتوبة أو الصوتية أو المرئية، وتتيح إمكانية مشاركة الأفكار والآراء والأخبار والمقترحات بين المستخدمين".

التعريف الإجرائي: هي الوسائل التقنية التي تعتمد على التطبيقات الإلكترونية للهواتف الذكية والحواسيب، والأكثر شهرة في التواصل بين البشر في عالمنا المعاصر مثل: تويتر، وفيسبوك، وانسجام وغيرها... حيث تتيح التواصل وإرسال الملفات والوسائط والرسائل بأشكالها المتنوعة.

الروح المعنوية:

يعرف العيسوي (٢٠٠٥، ٦٠) الروح المعنوية بأنها: "القدرة على السيطرة على النفس والثقة بها، والدافعية القوية على الاستمرار، والابتهاج والعمل المنظم".

التعريف الإجرائي: يقصد بالروح المعنوية في هذه الدراسة بأنها: الحالة الوجدانية التي تؤثر في أداء المعلمين وإنتاجيتهم، ومدى اعتزازهم بالانتماء لمهنة التعليم، وإحساسهم بأهمية دورهم التربوي والاجتماعي.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: وسائل التواصل الاجتماعي.

وسائل التواصل الاجتماعي إحدى وسائل الإعلام الحديثة، وهي مجتمعات إلكترونية افتراضية تهدف إلى التواصل وتبادل الأفكار والآراء والتقدم بمقترحات وحلول للمشكلات التي تواجه المشاركين في التواصل والحوار. فهي تجمع مجموعة من الأفراد ذوي ميول واتجاهات متقاربة أو مختلفة وتسمح للمشاركين فيها بإنشاء حسابات خاصة بهم، وتقدم لهم مجموعة من الخدمات من شأنها دعم التواصل والتفاعل بينهم في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم من خلال مجموعة من الطرق مثل: المحادثة والرسائل والمدونات والفيديوهات والمحادثات الصوتية وغيرها... (أبو يعقوب، ٢٠١٥، ٣١).

ويعرف العزي (٢٠١٩، ٢٢) وسائل التواصل الاجتماعي بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركين بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات". ويمكن القول بأن وسائل التواصل الاجتماعي موجودة منذ زمن بعيد إلا أنها أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية؛ وما تغير هو أنها أصبحت متاحة على نطاق واسع بعد أن كانت مقتصرة على من يمتلكون فهماً عميقاً للتكنولوجيا ودوائر القرصنة (Sundheim، 2020).

وقد بدأ ظهور مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت في نهاية القرن العشرين إلا أن ازدهارها وانتشارها كان من بداية القرن الحادي والعشرين ومازال مستمراً، ويعد موقع (SixDegrees) الذي تم إنشاؤه عام ١٩٩٧ أول موقع

إلكتروني لوسائل التواصل الاجتماعي، وحشد الموقع حوالي مليون مستخدم قبل أن يتم إغلاقه عام ٢٠٠٠، ثم عاد بعد ذلك بشكل متواضع، وشهدت بداية القرن الجديد عام ٢٠٠٠ ظهور موقع Hot or Not وبعد بيع الموقع عدة مرات حاول مالكيه الجدد إلى إحيائه كلعبة عام ٢٠٠٤، وشهد عام ٢٠٠٢ ظهور موقع (Friendster) وكان في الأصل موقع لتكوين صداقات مع الأشخاص، وتم تمكين المشتركين من إنشاء ملف تعريف وتضمين تحديث الحالة والكشف عن الحالة المزاجية، إلا أن ارتفاع شعبية الموقع عام ٢٠٠٣ فاجأ الشركة وأثر على خوادمها مما أدى بالمشتركين للبحث عن الاتصال في مكان آخر، واتجه المستخدمون لموقع جديد وهو Myspace الذي بلغ ذروته عام ٢٠٠٥ حيث وصل عدد المستخدمين للموقع ٢٥ مليون، وكان خامس موقع مشهور في الولايات المتحدة، وبداية تراجعها كانت في ذلك العام عندما تم بيعه، وفي عام ٢٠٠٣ أطلق مارك زوكربيرج Facemach الذي وصف بأنه إجابة جامعة هارفارد على Hot or Not، تبعه في عام ٢٠٠٤ إطلاق موقع فيس بوك (Facebook) مسجلاً مليون مستخدم في العام نفسه، واستمر تسارع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ظهرت العديد من المواقع التي اكتسبت شهرة كبيرة حتى وقتنا الحاضر، إذ تم إطلاق موقع يوتيوب (YouTube) عام ٢٠٠٥ بمقطع الفيديو الأول، وعقب ذلك عام ٢٠٠٦ تمت إتاحة موقع الفيس بوك لجميع المستخدمين حول العالم بعد أن كان استخدامه مقتصرًا على طلاب جامعة هارفارد فقط، وفي عام ٢٠١٢ وبعد مرور ثمان سنوات على تأسيسه احتفل الفيس بوك بوصول عدد مستخدميه إلى مليار مستخدم (Saumur, 2018).

كما شهد عام ٢٠٠٦ إطلاق موقع تويتر (Twitter) الذي بدأ كموقع صغير للتدوين ليصبح أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي بحلول عام ٢٠٢٠ أصبح ٢٢٪ من البالغين في الولايات المتحدة يستخدمون تويتر، وفي عام ٢٠١٠ تم إطلاق منصة الإنستغرام (Instagram) من قبل كيفن سيستروم (Kevin Systrom) لتكون موقعاً يختص بمشاركة الصور عبر الإنترنت، كما ظهر في العام نفسه موقع التواصل الاجتماعي بينتريست (Pinterest)، وفي العام ٢٠١١ أطلق كلٌّ من إيفان شبيغل وريجي براون وبوبي ميرفي طلاب جامعة ستانفورد موقعاً خاصاً بمشاركة مقاطع الفيديو القصيرة عُرف باسم سناب شات (Snapchat)، وفي عام ٢٠١٦ أطلقت شركة (Byte Dance) الصينية تطبيق تيك توك (TikTok) الذي وصل عدد مستخدميه في أوائل عام ٢٠٢٠ إلى ما يزيد عن ٨٠٠ مليون مستخدم حول العالم (Maryville University, 2020). ونتيجة للإقبال المتزايد على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل كافة فئات المجتمع وخاصة فئة الشباب والمراهقين تتنافس كبرى الشركات في إطلاق مواقع جديدة للتواصل الاجتماعي وتسعى لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المستخدمين.

أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

أدى التقدم التقني وتطور وسائل شبكات التواصل بين البشر وزيادة أعداد مستخدميها إلى ظهور أنواع مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي، وتذكر إيناس الشبتي (٢٠١٨، ١١٤-١١٥) أن شبكات التواصل الاجتماعي يمكن تقسيمها طبقاً لمجموعة من الأسس المختلفة، فقد تقسم حسب التقنية الفنية

التي تبني عليها أو حسب اهتمام المجموعات التي تستخدمها وتشارك فيها، حيث تقسم إلى:

- نوع أساسي: يتكون هذا النوع من ملفات شخصية للمستخدمين وتقدم خدمات عامة مثل: المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك وماي سبيس.
- شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص محددين: حيث تقتصر هذه الشبكات على مجموعة من الأصدقاء والمعارف تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم، حيث يتم إتاحة ملفات للصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية فيما بينهم للتواصل.
- شبكات مهنية: ظهرت وانتشرت نتيجة لزيادة البطالة واحتياج دول العالم لتنشيط العمل، واستخدمت التقنية المتطورة لعمل بيئة عمل، وبيئة تدريبية مفيدة وحرفية واستقبال سير ذاتية للمشاركين مع استقبال طلبات توظيف من جانب الشركات وأشهر هذه الشبكات لينكد إن (linked in).
- مميزات إضافية: هناك بعض شبكات التواصل الاجتماعي توفر مميزات أخرى كالتدوين المصغر مثل: تويتر وبلارك (Plurk)، والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايت (Brightkite).

مميزات وإيجابيات وسائل التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن المواقع الإلكترونية الأخرى بالعديد من الخصائص الإيجابية، من أهمها:

- تخطت حاجز البعد وأتاحت التواصل السريع بين الناس من أي مكان وفي أي وقت.
- إمكانية إنشاء حسابات شخصية، ليتمكن المستخدم من تسجيل الدخول إلى المواقع بواسطتها، وإنشاء صفحات شخصية تمكن المستخدم من نشر معلومات خاصة عنه مثل السيرة الذاتية، أو الصور الشخصية، أو آخر الأنشطة التي قام بها.
- إمكانية نشر محتويات وتعديلها، وقد تكون هذه المحتويات رسائل مكتوبة، أو صور، أو فيديو، أو غير ذلك.
- إمكانية التفاعل مع مستخدمين آخرين ومتابعتهم، والتفاعل مع منشوراتهم عن طريق التعليق وإبداء الآراء المختلفة.
- إمكانية إيجاد أشخاص ذوي اهتمامات مشتركة والتعرف عليهم والتواصل معهم.
- تعد مصدر متعة وتنقيف لكثير من الناس من خلال متابعة الأخبار والأحداث المتنوعة.
- ساهمت في استثمار فرص وظيفية وتجارية من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدعاية والإعلان وغيرها من الأنشطة التقنية والتجارية (الحري، ٢٠١٩، ٢٦-٢٧).
- سهولة الاشتراك بها واستخدامها؛ فهي لا تحتاج إلى إجراءات معقدة للاشتراك بها، ولا تحتاج إلى مهارات صعبة.
- المجانية في عمل الحسابات مما أتاح الاشتراك لجميع الأفراد.

- التفاعل والإيجابية، فهي تجعل من المستخدم مشاركاً إيجابياً بالإضافة والتجديد لحسابه مما يعكس شخصية المستخدم، وتفردته، وتعلمه المبادرة والابتكار (الجبر وعقيل وحسن، ٢٠١٧، ٩٣).

سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي:

على الرغم من إيجابيات وسائل التواصل الاجتماعي وفوائدها إلا أن لها بعض السلبيات التي تتصف بها ويمكن تحديد أهم هذه السلبيات على النحو الآتي:

- اكتساب صفات غير حميدة مثل التواصل والعلاقات مع أناس مجهولين يتسمون بالأخلاق السيئة ويتصرفون بطريقة مخالفة لعادات وتقاليد المجتمع.
- تغيير السلوكيات الإيجابية لبعض المستخدمين وخاصة المراهقين.
- نشر العنف والفساد والإرهاب.
- انتشار الجرائم الإلكترونية.
- أنها قد تؤدي لمشاكل صحية ونفسية وأشكال من التوتر والقلق نتيجة إدمان المستخدم لهذه المواقع (الشيبي، ٢٠١٨، ١١٦).
- أنها تساهم في نشر الشائعات والمعلومات المغلوطة في العديد من المجالات العلمية والصحية والاجتماعية والسياسية والأمنية، وتفتح المجال لآراء غير المختصين.
- تساعد على نشر الكراهية لعدم وجود رقابة عليها كما هو الحال في وسائل الإعلام الأخرى.

- تضيع وقت كثير من المستخدمين الذين يقضون جل وقتهم في متابعة تحديثات أصدقائهم والرد على تعليقاتهم أو في الألعاب غير المفيدة (السليمي، ٢٠١٩، ٢١-٢٣).

ثانياً: النظريات الإعلامية لوسائل التواصل الاجتماعي:

تفترض نظريات وسائل التواصل الاجتماعي أن لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة، فثراء المعلومات هو عملية تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض لدى أفراد المجتمع، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة، وتمتاز وسائل الإعلام الجديدة المعروفة بوسائل التواصل الاجتماعي بالقضاء على مركزية وسائل الإعلام والاتصال، ويتم إعداد بيئة وسائل الإعلام الجديد وفقاً لاهتمامات المستهدفين ورغباتهم، كما أن تطور تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال الحديثة أدى إلى فقد وسائل الإعلام التقليدي الكثير من أهميتها التي كانت تحظى بها، إذ أصبح الكم الهائل من المعلومات الخام متاحاً للجميع وأصبح أفراد المجتمع قادرين على التعبير عن آرائهم ومعارضة الإعلاميين والمتحدثين الرسميين وتفنيد آراءهم بل ومنافستهم مما جعلهم يفقدون هيمنتهم على الأخبار والمعلومات، كما تتيح التكنولوجيا الحديثة في المجال الإعلامي والاتصالي إيجاد منتدى واسع للتواصل الاجتماعي يستطيع الجمهور من خلاله التفاعل والتواصل المستمر، وتعتبر الشبكات الاجتماعية عن مرحلة من الوعي الإنساني وأصبحت تشكل واقع اجتماعي له مردوده على الكيانات الاجتماعية؛ مما أكد أهمية الوقوف على إطار نظري تحليلي لتفسير واقع هذه

الشبكات مع الأخذ في الاعتبار أن هذا التنظير يحتاج إلى مرونة تفسيرية (طالة، ٢٠١٩، ١٧٩-١٨١).

وتعددت النظريات وتنوعت بحسب الأسس التي تقوم عليها كل نظرية إلا أن هذه الدراسة سنتناول ثلاثاً من أبرز نظريات الإعلام في وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك على النحو الآتي:

نظرية البناء الشبكي:

تنطلق هذه النظرية من حقيقة أن البناء الشبكي يتمثل في مجموعة من الحزم الاجتماعية تتكون من الأفراد أو الجماعات أو كيانات منظمة مثل الشركات والمؤسسات تربط بينهم روابط بنائية شبكية. وتعتمد هذه النظرية على فرضية عدم التداخل بين عناصر البناء الشبكي، فالبناء الشبكي ليس متفاعلاً كله كما في الفرضيات المرتبطة بالبناء الاجتماعي في التنظير التقليدي، فالتفاعلات داخل البنية الشبكية لا يشترط أن تكون شاملة في كامل الكيان الشبكي، فالتفاعل الاجتماعي في مستواه الافتراضي يتم بين الأفراد بعضهم البعض أو بين الجماعات والأفراد، وقد يهمل الأفراد أو تحمل الجماعات تفاعلات مع أفراد آخرين ضمن الإطار الشبكي، وقد يصل الأمر إلى غياب تفاعل بعض الأفراد داخل الشبكة، ويعتمد البناء الشبكي على دعامتين أساسيتين:

- الدعامة الأولى: تتمثل في قوة الروابط حيث يستمد البناء الشبكي الاجتماعي طاقته التي تسبب ذبوع وانتشار الشبكة من قوة الروابط بين الأفراد أو الجماعات، ويتمخض عنها متانة البناء.

- الدعامة الثانية: تتمثل في خواص الروابط التي تتنوع بتنوع مجالات اهتمامات الأفراد والجماعات، والتي تتعدد بدورها داخل البناء الشبكي.

ويتمحور البناء الشبكي في مجالين هما: البناء الشبكي العالمي، والبناء المحلي للشبكات الاجتماعية؛ إذ يتمثل مجال البناء الشبكي العالمي في بنية تفاعلية عالمية تتضمن موضوعات ذات مجال عالمي لا تخص جماعة أو أقلية معينة، ولكن تنصهر كل الجماعات والأقليات والتباينات الثقافية داخل بوتقة التفاعل العالمي للشبكة، بينما يتمثل مجال البناء المحلي للشبكات الاجتماعية في ظهور دور الجماعات المحلية التي أوجدت لنفسها وحدات داخل التفاعلات العالمية ويتمحور التركيز فيها على الموضوعات والسياسات المحلية أو التي تخص جماعات بذاتها في إطار اهتمام داخلي، وتخضع البنية الشبكية في هذا المجال إلى التجانس الثقافي إلى حد كبير. ويرى الباحثون في هذا الصدد أن الأفراد والجماعات في إطار الشبكات الاجتماعية لهم القدرة على التزامن بين البنية الكوكبية والبنية المحلية، وهنا يتجهن البعد الثقافي للأفراد ويجمع بين المحلية والعالمية، ويترجم ذلك بوضوح فكرة الثقافة الرمزية التي يمكن اعتبارها ثقافة المتفاعلين في السياقات الافتراضية (طالة، ٢٠١٩، ١٨٢).

نظرية الاعتماد المتبادل:

ترتكز النظرية على الجمهور مع وسائل الإعلام؛ إذ يعتمد الجمهور على المعلومات التي تنقلها وسائل الاتصال الحديثة، وأنه لا يمكن الاستغناء عن هذه الوسائل؛ لذلك تعد درجة اعتماد الأفراد على المعلومات التي يحصلون عليها

من وسائل الاتصال تعد متغيراً أساسياً لفهم: متى؟ ولماذا؟ تغير وسائل الإعلام والاتصال معقدات ومشاعر وسلوك الأفراد. وتكمن الفكرة الأساسية للنظرية على أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق التأثير المعرفي، والعاطفي، والسلوكي تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بنقل المعلومات بشكل متميز ومكثف وتزداد قوة هذا التأثير في حالة عدم الاستقرار البنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، كما أن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتدداً بتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهو ما يشار إليه بالعلاقات الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع، وتقوم نظرية الاعتماد على ركيزتين أساسيتين:

١- الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات أهدافهم فإن عليهم الاعتماد على مصادر الاتصال التي يسيطر عليها آخرون والعكس بالعكس.

٢- المصادر: يسعى الأفراد والجماعات والمنظمات إلى تحقيق الأهداف الخاصة بهم من خلال مصادر معلومات مختلفة تقوم عليها وسائل الإعلام (الجنابي، ٤٧، ٢٠٢٠).

ومن النظريات التي يمكن الرجوع إليها لدراسة وتقييم أداء وتأثير مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:
نظرية التفاعلية الرمزية:

تركز هذه النظرية على طبيعة اللغة والرمز في شرح عملة الاتصال في إطارها الاجتماعي حيث تتحدد الاستجابات من خلال الرموز والمعاني الذي بينها

الفرد للأشياء والأشخاص والمواقف، وكلما اتسع إطار المعاني المشتركة كلما تشابهت الاستجابات في عمليات التفاعل الاجتماعي المختلفة (عبد الحميد، ٢٠٠٤، ٣١٥-٣٢٠). وتهتم التفاعلية الرمزية بالديناميات النفسية والاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعات صغيرة وتركز على المفاهيم والمعاني التي وجدت وتم المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد، وترى أن هوية الفرد ونظرته لذاته تتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي، ومن خلال كيفية تفاعل الآخرين وعنونتهم للفرد. ويعد هذا التوجه من بين الإطارات النظرية المناسبة لدراسة الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعية من خلال استخدام النص، والصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية، وهذه الوسائل تمثل معاني ورموزاً لهم، فالمستخدمون يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذات إلكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين. (طالة، ٢٠١٩، ١٧٩)

ثالثاً: الروح المعنوية.

معنويات العاملين لها أهمية كبيرة فهي تعد مقياساً لمدى فعالية أداء العاملين، وينظر البعض إلى سلوك العاملين كدليل أو انعكاس لمعنوياتهم فإذا كان هذا السلوك بالشكل غير المرغوب دل ذلك على انخفاض الروح المعنوية للعاملين، وهناك روح معنوية للفرد وروح معنوية للجماعة؛ فالروح المعنوية للفرد تصف مشاعر الفرد تجاه عمله ومدى رضاه عن هذا العمل، وعن مشاعره تجاه زملائه ورؤسائه في العمل بالإضافة إلى ردود الفعل تجاه ساعات العمل وسياسات الأفراد المتبعة من قبل المنظمة وغير ذلك من ظروف العمل. بينما الروح المعنوية

للجماعة تصف ردود الفعل الاجتماعية لمجموعة العمل، وتركز على المشاعر تجاه القيم الاجتماعية وليس الفردية، وتعطي اهتماماً أكبر للمشاعر الجماعية، والاهتمامات والإنجازات التي تحققها مجموعة العمل مما يجعل الفرد يضع مصلحة الجماعة فوق مصلحته، وتكون الروح المعنوية في هذه الحالة عبارة عن مجموع حالات الشعور بالرضا التي يحصل عليها الأفراد من خلال مشاركتهم في المجموعة (حسان والعجمي، ٢٠١٣، ٣٤٩-٣٥٠).

وقد عرف " والز " الروح المعنوية بأنها: " رد الفعل الوجداني للفرد تجاه عمله " (أرفيس، ٢٠١٧، ١١).

وعرفها زويلف بأنها: " الاستعداد الوجداني الذي يهيئ للعاملين الإقبال بحماس على مشاطرة أقرانهم في ألوان نشاطهم، ويجعلهم أقل قابلية للميل إلى المؤثرات الخارجية " (الخالدي، ٢٠٠٨، ٣٩).

خصائص الروح المعنوية:

تتميز الروح المعنوية بعدة مميزات نذكر منها:

١- أنها حالة نفسية وعاطفية لا يمكن تحديدها بعامل واحد إنما تخضع في ارتفاعها وانخفاضها إلى مجموعة من العوامل المتداخلة.

٢- أنها لا تتأتى بالسلطة الرسمية، إنما عن طريق الاهتمام بجو العمل المحيط والظروف المحيطة بإيجاد الثقة والاحترام والتفاهم والتعاون بين الرئيس والمرؤوس (الزهراني، ٢٠٠٨، ٤٩).

٣- أنها ظاهرة لا تخضع للملاحظة المباشرة وبالتالي لا يمكن قياسها مباشرة، بل عن طريق آثارها ونتائجها، ويمكن الحكم عليها من خلال مؤشرات تدل على ارتفاعها أو انخفاضها.

٤- أنها ترتفع وتنخفض بحسب الظروف المحيطة بها فهي تتحكم فيها العديد من العوامل لأنها ظاهرة معقدة.

٥- أنها تتحكم في سلوك العاملين، فهي تحفز أو تضعف الجهد والعمل للأفراد العاملين وبالتالي في رفع أو خفض القدرة الإنتاجية للأفراد والمنظمة (بريكات، ٢٠١٩، ٣١٢).

العوامل المؤثرة في الروح المعنوية:

يوجد العديد من المؤثرات التي ترفع وتخفض الروح المعنوية، ويمكن العمل على رفع الروح المعنوية للمعلمين من خلال هذه العوامل، وتقسيمها أرفيس (٢٠١٧، ١٢٤-١٦٦) إلى أربع مجموعات: نفسية، اجتماعية، تنظيمية، وفيزيائية على النحو الآتي:

- العوامل النفسية: وتمثل في المساواة والعدل بين العاملين، والمشاركة في اتخاذ القرارات، والتحفيز المعنوي، وإعطاء الموظف قدرًا من الحرية في إنجاز العمل، وكذلك الثقة المتبادلة بين القائد والموظفين، والترفيه، والشعور بالأمن والاستقرار في العمل، وتوافق العامل مع عمله، والرضا، والشعور بالإنجاز والتقدم، والولاء التنظيمي.

- العوامل الاجتماعية: وتتضمن الثقافة والقيم الاجتماعية، والأخلاق العامة، والمكانة الاجتماعية، والحالة الاجتماعية، والجماعة، ومكانة الفرد في

المنظمة، والصراع، والتعاون، وتعد المكانة الاجتماعية من أهم هذه العوامل؛ إذ تعتبر المنظمة نسقاً مفتوحاً في المجتمع تؤثر وتتأثر به.

- العوامل التنظيمية: وتتضمن القيادة، وتحديد الأهداف، والتخطيط، والتنظيم، والتوجيه، والتنسيق، والرقابة، وتحليل وتوصيف الوظائف، والاتصال، وإدارة الوقت، وإدارة التقنية في المنظمة، والتدريب، والتفويض، والترقية، والتغيير والتطوير الإداري.

- العوامل الفيزيائية: وتعتبر من العوامل الخارجية المؤثرة في الروح المعنوية والتي ينبغي أن تكون مناسبة كي تساعد العامل على الأداء الجيد ومن هذه العوامل: الإضاءة، ودرجة الحرارة، والتهوية والتلوث، والضوضاء، والتحفيز المادي، والصحة، والتغذية، وفترات الراحة، والنظافة وحسن المظهر، والألوان.

ويمكن إضافة مجموعة خامسة تختص بالمهارات الشخصية للفرد لها علاقة بامتلاك الفرد لمهارات معينة مثل: مهارة التكيف في بيئة العمل، ومهارة التواصل والتشارك مع الآخرين وتقبل العمل ضمن فرق عمل فالاهتمام بتنمية هذه المهارات لدى العاملين يمكن أن يحافظ على روحهم المعنوية مرتفعة.

التأثير المعنوي لوسائل التواصل الاجتماعي:

تمثل وسائل الاتصال الاجتماعي جزءاً مما يعرف بالإعلام الجديد، وعند دراسة تأثيرها على معنويات الأفراد والمجتمعات؛ فإنه ينبغي الرجوع إلى نظريات الاتصال والإعلام، ومن أهم هذه النظريات التي اهتمت بدراسة عملية التأثير نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

ووفقاً لنظرية الاعتماد فإن تأثير وسائل الإعلام على الأفراد يكون نتيجة الاعتماد المتبادل بين: وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى، والجماهير. ويشتمل النموذج المتكامل للنظرية على قائمة معقدة من العوامل والمتغيرات التي تؤدي إلى التأثير المحتمل لوسائل الإعلام (مكاوي والسيد، ١٩٩٨، ٣٣١).

وقد حدد كل من ساندرابول روكتش وميلفين ديفلير (S. Ball. Rokeach & M. Defleur) تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام في ثلاث فئات على النحو الآتي:

أولاً: التأثيرات المعرفية.

وتتمثل في عدة مجالات منها:

- تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات وعدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لها.
- تشكيل الاتجاهات حيث تقوم وسائل الإعلام بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها.
- ترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام.
- التأثير على معتقدات الأفراد سواء بزيادة الفئات التي يمكن تنظيم هذه المعتقدات في إطارها أو زيادة المعتقدات في كل فئة.
- بناء السياق الذي تظهر من خلاله القيم، وتقديم المعلومات التي تشترك فيها القيم المتباينة وتبرز الصراع الأساسي بين القيم.

ثانياً: التأثيرات الوجدانية.

ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه المستهدف، وتتلور التأثيرات الوجدانية في الاتصال الرقمي بصفة خاصة من خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد في الفئة الواحدة على مواقع الشبكة أو الاتصال بالغير؛ حيث تدعم هذه الرسائل مشاعر القلق والخوف والمقاومة خصوصاً بين الأفراد التي جمعها الخصائص أو الحاجات المشتركة. ومن أمثلة هذه التأثيرات.

- الفتور العاطفي. هناك فرض يرى أن التعرض المكثف إلى موضوعات العنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الفتور العاطفي.

- القلق والخوف. على سبيل المثال يؤدي التعرض المكثف للرسائل الإعلامية التي ترسم مدناً على أنها تتميز بالعنف قد يؤدي إلى الخوف من الحياة في هذه المدن أو السفر إليها.

- التأثيرات المعنوية. فالدعم المعنوي لا يمكن تطويره دون تأثيرات نظم الاتصال، ووجود معلومات إيجابية ومنظمة حول الفئات التي ينتمي إليها الأفراد له تأثير معنوي على الأفراد الذين يعتمدون على نظم وسائل الإعلام في إطار التأثيرات الوجدانية.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية.

ومن أهم التأثيرات في هذا المجال الفعالية وعدم الفعالية أو تجنب القيام بالفعل، ويظهر مفعول الفعالية عندما يقوم الفرد بفعل ما كان ليقوم به لولا تعرضه للرسائل الإعلامية. والتأثيرات السلوكية هي محصلة التأثيرات المعرفية

والوجدانية، ونتيجة لتشكيل الاتجاهات التي ساهمت المعرفة والشعور في تكوينها أو التأثير فيها (عبد الحميد، ٢٠٠٤، ٣٠٢-٣١٠).

الدراسات السابقة:

أولاً: دراسات تناولت وسائل التواصل الاجتماعي.

أجرى كل من جين وجيتا وأناند (Jain. Gupta & Anand, 2012) دراسة هدفت إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام لشريحة الشباب، ودراسة نوع القضايا الاجتماعية التي تتم مناقشتها، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأجريت الدراسة على عينة قوامها (١٠٠) شخص من الشباب في مدينة دلهي تتراوح أعمارهم بين ١٨ - ٣٠ عاماً. ومن أهم نتائج الدراسة أن هناك تأثيراً لشبكات التواصل الاجتماعي على فكر الشباب في القضايا الاجتماعية، وأن ملف الفساد هو القضية الأكثر شيوعاً التي نوقشت عبر وسائل التواصل الاجتماعي يليها حقوق الإنسان.

وهدفت دراسة اللوزي (٢٠١٧) إلى التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) على تغير اتجاهات الطلبة بجامعة العلوم الإسلامية نحو تغير القيم الإسلامية المتمثلة في القيم العقدية، القيم النفسية، القيم الاجتماعية، التسامح والحوار. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت الدراسة إلى أن للفييس بوك تأثيراً سلبياً بمستوى متوسط على بعض القيم الإسلامية، وعلى الانعزال الاجتماعي وعدم التفاعل مع المجتمع المحيط بإيجابية، في حين جاء التأثير إيجابياً وبدرجة متوسطة لقيم الحوار، وقيم التسامح.

وأجرى الرحومي وأحمد وأبكر (٢٠١٨) دراسة هدفت إلى قياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي - الفيسبوك والواتساب وتويتر - نموذجاً في نشر القيم التنظيمية وأثرها في تحسين أداء الموظفين في جامعة الملك خالد. تم استخدام المنهج التحليلي والوصفي من خلال جمع البيانات الأولية والثانوية من الأدبيات السابقة بالإضافة إلى إعداد استبانة موجهة لعينة من موظفي الجامعة لقياس دور تلك الوسائل في نشر القيم التنظيمية، وأثر تلك القيم على تحسين الأداء، ومن أهم نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط معنوي بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونشر القيم التنظيمية، وبين القيم التنظيمية وتحسين الأداء، كما أوضحت أن مستوى استخدام وسائل التواصل في نشر القيم التنظيمية في الجامعة ضعيف.

أما دراسة الشبتي (٢٠١٨) فقد هدفت إلى التعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم طالبات جامعة القصيم، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وتم بناء استبانة لتحقيق أهداف الدراسة ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وبين متغير القيم ككل لدى الشباب حيث ساعد استخدام شبكات التواصل على اكتساب العديد من القيم الاجتماعية والمعرفية والمحافظة على القيم الدينية لديهن.

كما أجرى الحربي (٢٠١٩) دراسة هدفت إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات الفكرية لدى طلاب الجامعة الإسلامية من وجهة نظرهم. استخدم الباحث المنهج الوصفي وقام الباحث

بتصميم استبانة لتحقيق أهداف الدراسة وتكونت عينة الدراسة من (٢٧٤) طالبًا من طلاب الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، ومن أهم نتائج الدراسة أن نسبة (٣٣,٥٪) من عينة الدراسة يوافقون على وجود تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهاتهم الفكرية، ويرى (٣٣,٩٪) من عينة الدراسة أن التأثير بدرجة متوسطة بينما يرى (٣٣,٩٪) أن التأثير عليهم كان ضعيفاً. وأجرى العلوصي (٢٠١٩) دراسة هدفت إلى التحقق من تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري من وجهة نظر طلاب الكلية الجامعية بحقل، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدام الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وكان من أبرز نتائجها ارتفاع مستوى استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي، وأن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على الأمن الفكري بدرجة متوسطة، كما أظهرت النتائج أن أول سبل الوقاية من خطر وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري هو وضع القوانين والعقوبات الرادعة لمن يسيء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتعزيز قيم التضامن والتماسك الاجتماعي.

ثانياً: دراسات تناولت الروح المعنوية للمعلم.

أجرى رولاند (Rowland, 2008) دراسة هدفت إلى التعرف على العلاقة بين ممارسات قادة المدارس المتوسطة والروح المعنوية للمعلمين، وأجريت الدراسة في سبع مدارس متوسطة من مدارس متروبولتن اطلنطا، واستخدم الباحث قائمة للممارسات القيادية لقياس ممارسات قادة المدارس، واستخدم استبانة لجمع المعلومات عن الروح المعنوية لدى المعلمين في تلك المدارس، ومن أبرز

نتائج الدراسة ارتباط الممارسات القيادية لقادة المدارس بالروح المعنوية للمعلمين، وأن التصرفات اليومية للقادة تؤدي دوراً في تفعيل البيئة المدرسية، وأن الممارسات التي تسعى لتمكين الآخرين في العمل لها أقوى ارتباط إيجابي في رفع الروح المعنوية للمعلمين.

وتناولت دراسة الرشيدى (٢٠١٤) أبعاد الصحة التنظيمية وعلاقتها بالروح المعنوية للمعلمين في مدارس التعليم العام في الكويت، وتكونت عينة الدراسة من (٥٢٤) معلماً ومعلمة من العاملين في منطقة الفروانية التعليمية. طورت الباحثة استبانة لقياس متغيرات الدراسة، ومن أهم نتائج الدراسة أن مستوى الروح للمعلمين في مدارس التعليم العام في الكويت جاء مرتفعاً كما أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين أبعاد الصحة التنظيمية ومستوى الروح المعنوية لدى المعلمين، وأوصت الباحثة بالاهتمام بتنمية الروح المعنوية للمعلمين لما لذلك من انعكاس على مخرجات العملية التعليمية.

وقام المصاروة (٢٠١٨) بدراسة هدفت إلى الكشف عن درجة توافر الروح المعنوية لدى معلمي المدارس الحكومية في لواء بني عبيد، ومعرفة أثر كل من متغيرات (الجنس، وسنوات الخبرة، والمؤهل العلمي، والمرحلة التعليمية) في درجة تقدير المعلمين لدرجة توافر الروح المعنوية لديهم واستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تقديرات المعلمين لدرجة توافر الروح المعنوية لديهم قد جاءت بدرجة عالية، وإلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في تقديرات المعلمين لدرجة توافر الروح المعنوية لديهم تعزى لمتغيرات (الجنس، وسنوات الخبرة، والمؤهل العلمي، والمرحلة التعليمية).

أجرى الشрман وجبران (٢٠١٨) دراسة هدفت إلى التعرف على درجة ممارسة الإدارة بالتجوال لدى مديري المدارس في محافظة إربد وعلاقتها في رفع الروح المعنوية للمعلمين من وجهة نظرهم، وقام الباحثان ببناء استبانة اشتملت على جزأين: الإدارة بالتجوال، ومستوى الروح المعنوية وتكونت عينة الدراسة من (١٠٦٤) معلماً ومعلمة. أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الروح المعنوية للمعلمين في محافظة إربد من وجهة نظرهم كان متوسطاً وأن العلاقة بين ممارسة الإدارة بالتجوال ومستوى الروح المعنوية للمعلمين كانت مرتفعة.

أما دراسة بريكات (٢٠١٩) فقد هدفت إلى التعرف على الأنماط القيادية السائدة لدى مديرات المدارس الخاصة في لواء عين الباشا وعلاقتها بالروح المعنوية للمعلمات، ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة بإعداد استبانة من مجالين هدف المجال الأول إلى معرفة الأنماط القيادية السائدة لدى مديرات المدارس الخاصة من وجهة نظر المعلمات واشتمل المجال الثاني من الاستبانة على (٢٠) فقرة لتعرف مستوى الروح المعنوية للمعلمات، وأظهرت نتائج الدراسة أن تقديرات المعلمات للأنماط القيادية السائدة لدى مديرات المدارس مرتفعة في محوري المجال الأول (نمط المبادأة والاهتمام بالعمل، ونمط الاهتمام بالعلاقات الإنسانية). وكانت تقديراتهن لمستوى الروح المعنوية للمعلمات مرتفعة مع وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الأنماط القيادية السائدة لدى مديرات المدارس والروح المعنوية للمعلمات.

تعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة التي تناولت وسائل التواصل الاجتماعي نجد أن هذه الدراسات اتفقت في إبراز أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، ودورها في تغيير القيم ونشرها، وتشكيل الاتجاهات الفكرية والأمن الفكري، فدراسة جين وجبتا وآناند (Jain. Gupta & Anand, 2012) هدفت إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام لشريحة الشباب، ونوع القضايا الاجتماعية التي تتم مناقشتها. بينما سعت دراسة اللوزي (٢٠١٧) إلى التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تغير اتجاهات الطلبة في الجامعة الإسلامية نحو القيم الإسلامية، ودراسة الشيتي (٢٠١٨) هدفت إلى التعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم طالبات جامعة القصيم، أما دراسة الحربي (٢٠١٩) فقد سعت إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات الفكرية لدى طلاب الجامعة الإسلامية، بينما هدفت دراسة العلوصي (٢٠١٩) إلى التحقق من تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري من وجهة نظر طلاب الكلية الجامعية ببحقل، بينما تفردت دراسة الرحومي وأحمد وأبكر (٢٠١٨) بدراسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية وأثرها في تحسين أداء الموظفين.

أما الدراسات التي تناولت الروح المعنوية للمعلم فنجد أنها اتفقت في دراسة الروح المعنوية للمعلمين واختلفت في دراسة العوامل التي لها علاقة بالروح المعنوية ففي حين هدفت دراسة الرشيد (٢٠٠٤) إلى دراسة العلاقة بين الصحة

التنظيمية والروح المعنوية نجد أن دراسة رولاند (Rowland, 2008) هدفت إلى التعرف على العلاقة بين ممارسات قادة المدارس المتوسطة والروح المعنوية للمعلمين في تلك المدارس، بينما تسعى دراسة المصاروة (٢٠١٨) للكشف عن درجة توفر الروح المعنوية لدى المعلمين وعلاقتها بالسن والمؤهل وسنوات الخبرة والمرحلة التعليمية، أما دراسة الشرمان وجبران (٢٠١٨) فقد درست ممارسة الإدارة بالتجوال وعلاقتها في رفع الروح المعنوية للمعلمين، وسعت دراسة بريكات (٢٠١٩) إلى التعرف على الأنماط القيادية السائدة لدى مديرات المدارس الخاصة في لواء عين الباشا وعلاقتها بالروح المعنوية للمعلمات.

وتتشابه الدراسة الحالية مع دراسات المجموعة الأولى في تناولها تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، ومن حيث منهج الدراسة وبعض الأساليب الإحصائية المستخدمة، وتختلف عنها في مجتمع الدراسة وفي تركيزها على الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل وتأثيره على الروح المعنوية للمعلمين. كما تتشابه هذه الدراسة مع دراسات المجموعة الثانية في تناولها للروح المعنوية للمعلم، وفي منهج الدراسة والفئة المستهدفة وهم المعلمون، وتتميز هذه الدراسة بأنها تناولت الروح المعنوية للمعلم تحت تأثير عامل من خارج النظام التعليمي - وسائل التواصل الاجتماعي - في حين أن بقية الدراسات درست الروح المعنوية للمعلم في ظل عوامل من داخل المؤسسة التعليمية.

إجراءات الدراسة الميدانية

أولاً: منهج الدراسة

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي الذي يعتمد على وصف الظاهرة وجمع معلومات عنها، لأنه المنهج المناسب لتحقيق أهداف الدراسة.

ثانياً: مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة المستهدف من جميع شاغلي الوظائف التعليمية في ثلاث إدارات تعليم هي: الإدارة العامة للتعليم بمنطقة الرياض، الإدارة العامة للتعليم بمحافظة جدة، الإدارة العامة للتعليم بالمنطقة الشرقية؛ والبالغ عددهم (١٧٣٣٩٤) معلم ومعلمة ويوضح الجدول (١) الآتي توزيع مجتمع الدراسة حسب الجنس والإدارة التعليمية.

جدول (١) توزيع مجتمع الدراسة بحسب الإدارة التعليمية والجنس.

المجموع	عدد شاغلي الوظائف التعليمية		الإدارة التعليمية
	إناث	ذكور	
٨٥٥٦٢	٤٩٠١٨	٣٦٥٤٤	الرياض
٤٩١٠٩	٢٧٥٨٩	٢١٥٢٠	جدة
٣٨٧٢٣	٢٠٩٦٠	١٧٧٦٣	الشرقية
١٧٣٣٩٤	٩٧٥٦٧	٧٥٨٢٧	المجموع

ثالثاً: عينة الدراسة

تم توزيع أداة الدراسة إلكترونياً على عينة عشوائية طبقية من مجتمع الدراسة، وبلغ عدد المستجيبين (٦٨٢) معلماً ومعلمة، وهذا العدد يفوي بالغرض وفق الجدول الإحصائية لتحديد عدد العينة عند كريجسي ومورجان (Krejcie & Morgan) التي أشارت إلى أنه إذا كان حجم مجتمع الدراسة أكثر من (١٠٠٠٠٠) وأقل من (٢٥٠٠٠٠) فإن عدد أفراد العينة لهذا المجتمع لا يقل

عن (٣٨٣) مفردة إحصائية، ويبين الجدول (٢) توزيع أفراد العينة حسب الجنس والإدارة التعليمية.

جدول (٢) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإدارة التعليمية والجنس

المجموع	عدد العينة		الإدارة التعليمية
	إناث	ذكور	
٣٣٦	١٩٣	١٤٣	الرياض
١٩٣	١٠٦	٨٧	جدة
١٥٣	٨٣	٧٠	الشرقية
٦٨٢	٣٨٢	٣٠٠	المجموع

ثالثاً: أداة الدراسة

بعد الرجوع للأدب التربوي، والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة تم بناء أداة الدراسة وهي عبارة عن استبانة موجهة لشاغلي الوظائف التعليمية تكونت من قسمين:

أولاً: بيانات أولية لأفراد عينة الدراسة.

ثانياً: محاور الدراسة وهي على النحو الآتي:

- المحور الأول: واقع الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي، ويتضمن (١٨) فقرة لقياس النظرة الإيجابية والنظرة السلبية.
- المحور الثاني: تأثير الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل على الروح المعنوية للمعلمين والمعلمات ويتضمن (٢٠) فقرة لقياس تأثير الخطاب على المظاهر الإيجابية والمظاهر السلبية للروح المعنوية.
- المحور الثالث: مقترحات للاستفادة من الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي في رفع الروح المعنوية للمعلم ويتضمن (١٢) فقرة.

صدق الأداة وثباتها:

للتحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة تم عرضها على مجموعة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات والمختصين، وتم إجراء التعديلات التي اتفق عليها غالبية المحكمين لتخرج الاستبانة في صورتها النهائية. وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (٣) معاملات ارتباط عبارات كل بعد بالدرجة الكلية له

معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	البعد	المحور
**٠,٩٣٨	٦	**٠,٨٨٧	١	النظرة الإيجابية	واقع الخطاب الموجه للمعلمين والمعلمات في مواقع التواصل الاجتماعي
**٠,٩٣٣	٧	**٠,٩٣٥	٢		
**٠,٩٢٤	٨	**٠,٨٢٩	٣		
**٠,٧٩٤	٩	**٠,٨٩٦	٤		
		**٠,٨٦١	٥		
**٠,٩١٢	١٥	**٠,٨٤٩	١٠	النظرة السلبية	
**٠,٩٠٧	١٦	**٠,٦٨٩	١١		
**٠,٨٣٢	١٧	**٠,٩١٢	١٢		
**٠,٧٥٦	١٨	**٠,٩١١	١٣		
		**٠,٨٤٩	١٤		
**٠,٥٧١	٦	**٠,٨١١	١	المظاهر الإيجابية للروح المعنوية	تأثير الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي
**٠,٨٢٩	٧	**٠,٨٠٧	٢		
**٠,٨٣٢	٨	**٠,٧٨٥	٣		
**٠,٧٧٩	٩	**٠,٥٤٢	٤		
**٠,٨٤٥	١٠	**٠,٣٣٩	٥		
**٠,٧٠٩	١٦	**٠,٦٩٢	١١	المظاهر السلبية للروح المعنوية	
**٠,٧٣٠	١٧	**٠,٦٨٩	١٢		
**٠,٦٧٠	١٨	**٠,٧١٤	١٣		

معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة	البعد	المحور
**٠,٧٨٤	١٩	**٠,٧٣٦	١٤		
**٠,٦٥٧	٢٠	**٠,٨٠٩	١٥		
**٠,٧٥٢	٧	**٠,٦٥٠	١		مقترحات للاستفادة من الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي في رفع الروح المعنوية للمعلم
**٠,٧٣٥	٨	**٠,٨٤٢	٢		
**٠,٨١٢	٩	**٠,٨٤٨	٣		
**٠,٧٦٩	١٠	**٠,٥٨٤	٤		
**٠,٧٨٨	١١	**٠,٨١٨	٥		
**٠,٧١٤	١٢	**٠,٧٥١	٦		

** دالة عند (٠,٠١)

يتضح من الجدول (٣) أن جميع معاملات الارتباط بين كل عبارة والبعد المنتمية إليه كانت موجبة ودالة إحصائيًا عند مستوى (٠,٠١)، وهذا يدل على أن جميع عبارات الاستبانة كانت صادقة وتقيس الهدف الذي وضعت من أجله.

وللتحقق من ثبات الاستبانة تم إيجاد معامل ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد الاستبانة وكانت النتائج كما يلي:

جدول (٤) قيم معاملات الثبات لأبعاد الاستبانة

قيمة معامل ألفا كرونباخ	البعد	المحور
٠,٩٦٧	النظرة الإيجابية	واقع الخطاب الموجه للمعلمين والمعلمات في مواقع التواصل الاجتماعي
٠,٩٥١	النظرة السلبية	
٠,٩٠٢	المظاهر الإيجابية للروح المعنوية	تأثير الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي
٠,٨٩٥	المظاهر السلبية للروح المعنوية	
٠,٩١٨	مقترحات للاستفادة من الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي في رفع الروح المعنوية للمعلم	

يبين الجدول (٤) قيم معاملات ألفا كرونباخ لأبعاد الاستبانة، وهي قيم مرتفعة، مما يطمئن إلى أن الاستبانة تتمتع بقدر مرتفع من الثبات. تصحيح أداة الدراسة:

تم استخدام التدرج التالي للدلالة على متوسطات استجابات أفراد العينة على درجة الموافقة:

جدول (٥) المتوسط الحسابي ودرجة الموافقة

درجة الموافقة	المتوسط الحسابي
عالية جداً	٤,٢١ إلى ٥,٠٠
عالية	من ٣,٤١ إلى ٤,٢٠
متوسطة	من ٢,٦١ إلى ٣,٤٠
منخفضة	من ١,٨١ إلى ٢,٦٠
منخفضة جداً	من ١,٠٠ إلى ١,٨٠

أساليب المعالجة الإحصائية:

- لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات والحصول على النتائج كما يلي:
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد العينة على كل عبارة من العبارات.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) للتحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة.
- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) للتحقق من ثبات الاستبانة.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول ومناقشتها:

للإجابة عن هذا السؤال ونصه: ما واقع الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المعلمين والمعلمات بالمملكة العربية السعودية؟ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول واقع الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت النتائج كما يلي:

النظرة الإيجابية:

جدول (٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول واقع الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي، المتعلق بالنظرة الإيجابية.

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
١	عالية	١,١٣٢	٤,٠٢	محتوى لمواقف إيجابية ونبيلة للمعلم مع الطلاب.	٥
٢	عالية	١,١٩٧	٣,٩٥	الاحتفال بالمناسبات التي تمه المعلم كيوم المعلم.	٣
٣	عالية	١,٣١٨	٣,٨٤	التأكيد على الدور التربوي للمعلم.	٨
٤	عالية	١,٣٠٨	٣,٨٣	رسائل شكر وامتنان للمعلم.	٢
٥	عالية	١,٢٤٠	٣,٧٤	نصائح وإرشادات موجبة للمعلم ترشده للعمل بطريقة مثالية.	٩
٦	عالية	١,٤٤٤	٣,٧٢	تصدي المجتمع لكل من ينتقص من قدر المعلم أو يسيء إليه.	٤
٧	عالية	١,٤١٢	٣,٧٠	محتوى يشجع المعلمين ويعزز شعورهم تجاه مهنتهم.	٦
٨	عالية	١,٤٠٢	٣,٦٨	محتوى عن تكريم المعلم.	٧
٩	عالية	١,٣٩٧	٣,٦٣	تعزيز لمكانة المعلم الاجتماعية.	١
	عالية	١,١٧٣	٣,٧٩	المتوسط العام	

ويبين الجدول (٦) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول واقع الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية المتعلق بالنظرة الإيجابية تراوحت قيمها بين (٣,٦٣ - ٤,٠٢)

وجميعها بدرجات موافقة عالية ، حيث حصلت العبارة رقم (٥) والتي تنص على "محتوى لمواقف إيجابية ونبيلة للمعلم مع الطلاب" على أعلى متوسط حسابي وقيمتته (٤,٠٢)، في حين حصلت العبارة رقم (٢١) والتي تنص على " تعزيز لمكانة المعلم الاجتماعية " على أقل متوسط حسابي وقيمتته (٣,٦٣)، وهذا يتفق ما توصلت إليه دراسة الفضالة (٢٠١٩)، ودراسة التل (٢٠١١) اللتين أشارتا إلى أن مهنة التدريس تحظى بمكانة اجتماعية عالية من الجانب الاجتماعي، وحصول هذه الفقرة على أقل متوسط حسابي يعني أن هناك فرصة للعمل على نشر محتوى يؤدي إلى تعزيز مكانة المعلم الاجتماعية.

كما يبين الجدول حصول إجمالي العبارات على متوسط حسابي قيمته (٣,٧٩) ودرجة موافقة عالية، وهذا يدل على أن النظرة الإيجابية لواقع الخطاب الموجه للمعلمين والمعلمات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية كانت بدرجة عالية. وهذا إنما يعود إلى ثقافة المجتمع وتقديره للمعلم، وهذا يتفق مع نتائج دراسة أمبوسعيدى وآخرين (٢٠١٨) من أن المجتمع العماني لديه نظرة إيجابية تجاه المعلم، وينبغي العمل على المحافظة على هذه النظرة الإيجابية بدعم وسائل التواصل الاجتماعي بصورة مستمرة بمحتوى مناسب يدعم النظرة الإيجابية للمعلم لتصل إلى درجة عالية جداً.

النظرة السلبية:

جدول (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول واقع الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي، المتعلق بالنظرة السلبية

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
١	عالية	١,٣٣٧	٣,٧٥	ضعف الإدراك بدور المعلم والمهام التي يقوم بها.	١١
٢	عالية	١,٤٤٠	٣,٥٦	المبالغة في نشر أخبار تخص الوظائف التعليمية ولوائحه التنظيمية.	١٨
٣	عالية	١,٥٥٠	٣,٤٥	الاعتراض على المزايا المادية والمعنوية المقدمة للمعلم.	١٧
٤	عالية	١,٦٠٤	٣,٤١	الليل نحو تحميل المعلم أسباب ضعف مخرجات التعليم.	١٣
٥	متوسطة	١,٣٩٩	٣,٢٩	الإشارة إلى ضعف التأهيل المهني للمعلم.	١٤
٦	متوسطة	١,٥٨٦	٣,٢٢	وصف المعلم بكثرة التذمر والشكوى.	١٥
٧	متوسطة	١,٦٤٦	٣,١٢	انتقاد المعلم وتشويه صورته أمام الطلاب والمجتمع.	١٢
٨	متوسطة	١,٥٤٢	٣,١١	رسائل سلبية تجاه مهنة التعليم.	١٠
٩	متوسطة	١,٦٤٤	٢,٩٧	نشر مقاطع وعبارات مسيئة لمهنة التعليم.	١٦
	متوسطة	١,٢٩٩	٣,٣٢	المتوسط العام	

وبين الجدول (٧) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول واقع الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي المتعلق بالنظرة السلبية تراوحت قيمها بين (٢,٩٧ - ٣,٧٥)، حيث حصلت العبارات (١١، ١٨، ١٧، ١٣) على درجات موافقة عالية كان أعلاها العبارة رقم (١١) والتي تنص على "ضعف الإدراك بدور المعلم والمهام التي يقوم بها" حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي وقيمه (٣,٧٥)، تلتها العبارة رقم (١٨) التي تنص على "المبالغة في نشر أخبار تخص الوظائف التعليمية ولوائحه التنظيمية" بمتوسط حسابي قيمته (٣,٥٦) وهذا يدعو إلى إعادة النظر في تنظيم نشر ما يخص العملية التعليمية من أخبار ولوائح وكيفية النشر، تلتها العبارة رقم (١٧) ونصها "الاعتراض على المزايا المادية والمعنوية المقدمة للمعلم" بمتوسط حسابي

قيمته (٣,٤٥) وهذا الاعتراض ناتج عن المقارنات غير العادلة بالفئات الوظيفية الأخرى كما أن له علاقة بضعف الإدراك بدور المعلم والمهام التي يقوم بها مما يتطلب توضيح دور المعلم وأهميته في تنشئة الجيل وتشكيل مستقبل الأمة والمصاعب التي تواجهه في سبيل ذلك، ثم الفقرة رقم (١٣) ونصها "الميل نحو تحميل المعلم أسباب ضعف مخرجات التعليم" بمتوسط حسابي قيمته (٣,٤١) مما يدعو إلى توعية المجتمع بأهمية تضافر الجهود من أجل تحسين مخرجات التعليم وتوضيح دور كافة فئات المجتمع ذات العلاقة، في حين حصلت باقي العبارات على درجات موافقة متوسطة كان أداها العبارة رقم (١٦) والتي تنص على "نشر مقاطع وعبارات مسيئة لمهنة التعليم" حيث حصلت على أقل متوسط حسابي وقيمته (٢,٩٧).

كما يبين الجدول حصول إجمالي العبارات على متوسط حسابي قيمته (٣,٣٢) ودرجة موافقة متوسطة، مما يدل على أن النظرة السلبية في الخطاب الموجه للمعلمين والمعلمات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية كانت بدرجة متوسطة. وهذا يتطلب العمل على تحسين صورة المعلم في وسائل التواصل الاجتماعي وتطهير وسائل التواصل من كل محتوى سلبي في حق المعلم بما يتفق مع دور المعلم ومكانته الاجتماعية.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني ومناقشتها:

للإجابة عن هذا السؤال ونصه: ما درجة تأثير الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية للمعلمين والمعلمات بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم؟ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول درجة تأثير الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية للمعلمين والمعلمات المتعلق بالمظاهر الإيجابية للروح المعنوية، وكذلك المتعلق بالمظاهر السلبية للروح المعنوية وكانت النتائج كما يلي:

المظاهر الإيجابية للروح المعنوية.

جدول (٨) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول درجة تأثير الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية للمعلمين والمعلمات المتعلق بالمظاهر الإيجابية للروح المعنوية.

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
٤	أشعر بالفخر عندما أرى رسائل تقدر جهود المعلم وتعزز دوره في المجتمع.	٤,٦٤	٠,٧١٠	عالية جداً	١
٥	أشعر بالرضا عندما يطبق القانون على المسيئين لمهنة التعليم في مواقع التواصل الاجتماعي.	٤,٦٣	٠,٧٣٠	عالية جداً	٢
٦	تزداد لدي الدافعية للعمل عندما أشاهد مقاطع ورسائل تكريم المعلمين في وسائل التواصل الاجتماعي.	٤,٤٧	٠,٨٢٣	عالية جداً	٣
٧	ما ينشر في وسائل التواصل الاجتماعي يشجعني على تطوير نفسي مهنيًا	٣,٨٣	١,١٨٢	عالية	٤
١٠	يشجعني الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي المعلم على الابتكار والتجديد.	٣,٦٤	١,٢٤٠	عالية	٥
٨	ما ينشر في وسائل التواصل الاجتماعي ينمي لدي الرغبة في الاستمرار بمهنتي.	٣,٦٠	١,٢٧٨	عالية	٦
٩	أجد الاحترام والتقدير عندما أفصح عن مهنتي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	٣,٥٦	١,٢٧٦	عالية	٧
٣	أشعر بالرضا عندما تناقش وسائل التواصل الاجتماعي قضايا المعلمين.	٣,٥١	١,٣٥٠	عالية	٨
١	تعزز وسائل التواصل الاجتماعي مشاعري الإيجابية تجاه عملي كمعلم.	٣,٤٩	١,٣٨٤	عالية	٩

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
١٠	متوسطة	١,٣٣٨	٣,٣٣	ما ينشر في وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من انتمائي لمهنة التعليم	٢
	عالية	٠,٨٤٥	٣,٨٧	المتوسط العام	

وبين الجدول (٨) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول درجة تأثير الخطاب الموجه للمعلمين والمعلمات في مواقع التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية لهم بالمملكة العربية السعودية المتعلق بالمظاهر الإيجابية للروح المعنوية تراوحت قيمها بين (٣,٣٣ - ٤,٦٤)، حيث حصلت العبارات (٤)، (٥، ٦) على درجات موافقة عالية جداً كان أعلاها العبارة رقم (٤) والتي تنص على " أشعر بالفخر عندما أرى رسائل تقدر جهود المعلم وتعزز دوره في المجتمع" حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي وقيمته (٤,٦٤)، تلتها العبارة رقم (٥) ونصها " أشعر بالرضا عندما يطبق القانون على المسيئين لمهنة التعليم في مواقع التواصل الاجتماعي" ثم العبارة رقم (٦) ونصها " تزداد لدي الدافعية للعمل عندما أشاهد مقاطع ورسائل تكريم المعلمين في وسائل التواصل الاجتماعي"، في حين حصلت باقي العبارات على درجات موافقة عالية عدا العبارة رقم (٢) والتي تنص على " ما ينشر في وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من انتمائي لمهنة التعليم " حيث حصلت على أقل متوسط حسابي وقيمته (٣,٣٣) ودرجة موافقة متوسطة، وهذا يتطلب التركيز على تنشيط دور وسائل التواصل في هذا الجانب من خلال بث محتوى ورسائل إيجابية تعزز من انتماء المعلم لمهنة التعليم.

كما يبين الجدول حصول إجمالي عبارات على متوسط حسابي قيمته (٣,٨٧) ودرجة موافقة عالية، وهذا يدل على أن تأثير الخطاب الموجه للمعلمين والمعلمات في مواقع التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية لهم بالمملكة العربية السعودية المتعلق بالمظاهر الإيجابية للروح المعنوية كان بدرجة عالية، وهذا يتطلب الاستفادة من الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي بتوظيفه في زيادة الروح المعنوية للمعلمين والذي بدوره ينعكس إيجاباً على أدائهم وتحقيقهم للأهداف التعليمية المناطة بهم.

المظاهر السلبية للروح المعنوية

جدول (٩) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول درجة تأثير الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية للمعلمين والمعلمات، المتعلق بالمظاهر السلبية للروح المعنوية.

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
١٨	يزعجني كثرة تدخل أفراد المجتمع في عملي كمعلم.	٤,٣٨	٠,٩٣٣	عالية جداً	١
١٧	أشعر بالإحباط حين يتم التركيز على الأخبار والمقاطع المسببة لمهنة التعليم.	٤,٢٨	١,٠٧٧	عالية جداً	٢
١٣	أشعر بالقلق تجاه الرسائل التي تعترض على تقديم المزايا والدعم للمعلم.	٤,١٤	١,٠٧٥	عالية	٣
١٦	يزعجني طرح تفاصيل وظيفتي ومزاياها المادية في وسائل التواصل الاجتماعي.	٤,١٤	١,١٦٣	عالية	٤
١١	أشعر بالإحباط نتيجة الرسائل السلبية في مواقع التواصل الاجتماعي تجاه مهنة التعليم.	٣,٩٦	١,٢٠٤	عالية	٥
١٢	ينتابني القلق نتيجة متابعة طلابي ما ينشر عن المعلم في وسائل التواصل الاجتماعي.	٣,٨٢	١,١٧٨	عالية	٦
٢٠	لا أحب أن أتحدث عن مهنتي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	٣,٥٥	١,٣١١	عالية	٧

الخطاب الموجه للمعلم في مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الروح المعنوية للمعلمين بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	الرقم
٨	عالية	١,٣٥١	٣,٥٠	ينتابني القلق تجاه مستقبلي كمعلم نتيجة لما ينشر في وسائل التواصل الاجتماعي.	١٥
٩	عالية	١,٣٤٢	٣,٤٨	أشعر بالملل من العمل بسبب ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي.	١٩
١٠	متوسطة	١,٤١٢	٣,١٢	عند متابعة وسائل التواصل الاجتماعي أتمنى لو كنت أعمل في مهنة غير مهنة التعليم	١٤
	عالية	٠,٨٦٩	٣,٨٤	المتوسط العام	

ويبين الجدول (٩) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول درجة تأثير الخطاب الموجه للمعلمين والمعلمات في مواقع التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية لهم بالمملكة العربية السعودية المتعلق بالمظاهر السلبية للروح المعنوية تراوحت قيمها بين (٣,١٢ - ٤,٣٨)، حيث حصلت العبارتان (١٨،١٧) على درجات موافقة عالية جداً كان أعلاهما العبارة رقم (١٨) والتي تنص على "يزعجني كثرة تدخل أفراد المجتمع في عملي كمعلم" حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي وقيمه (٤,٣٨)، تلتها العبارة رقم (١٧) ونصها "أشعر بالإحباط حين يتم التركيز على الأخبار والمقاطع المسيئة لمهنة التعليم" بمتوسط حسابي (٤,٢٨). في حين حصلت باقي العبارات على درجات موافقة عالية عدا العبارة رقم (١٤) والتي تنص على "عند متابعة وسائل التواصل الاجتماعي أتمنى لو كنت أعمل في مهنة غير مهنة التعليم" حيث حصلت على أقل متوسط حسابي وقيمه (٣,١٢) ودرجة موافقة متوسطة.

كما يبين الجدول حصول إجمالي العبارات على متوسط حسابي قيمته (٣,٨٤) ودرجة موافقة عالية، وهذا يدل على أن تأثير الخطاب الموجه للمعلمين

والمعلمات في مواقع التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية لهم بالمملكة العربية السعودية المتعلق بالمظاهر السلبية للروح المعنوية كان بدرجة عالية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة جين وجبتا وأناند (Jain, Gupta & Anand, 2012) من أن هناك تأثيراً لشبكات التواصل الاجتماعي على فكر الشباب في القضايا الاجتماعية، ودراسة الحربي (٢٠١٩) التي أشارت إلى وجود تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات الفكرية لدى طلاب الجامعة الإسلامية. وهذا يعني أن الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين فكما يمكن الاستفادة منه في دعم الروح المعنوية للمعلمين يمكن أن يكون أداة هدم تعمل على إحباط المعلمين وإضعاف روحهم المعنوية مما يدل على ضرورة الاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي والعمل على تحليل محتواها ومتابعة ما يتم نشره بها والعمل على توجيهها الوجهة الصحيحة في دعم الروح المعنوية للمعلمين.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث ومناقشتها:

للإجابة عن هذا السؤال ونصه: ما المقترحات للاستفادة من الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي في رفع معنويات المعلمين والمعلمات بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم؟ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول المقترحات للاستفادة من الخطاب الموجه للمعلم بوسائل التواصل الاجتماعي في رفع معنويات المعلمين والمعلمات تجاه عملهم، وكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (١٠) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول المقترحات للاستفادة من الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي في رفع معنويات المعلمين والمعلمات.

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
٦	التأكيد على كافة المسؤولين من منسوبي التعليم والجهات ذات العلاقة بعدم نشر ما يسيء للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي.	٤,٧٧	٠,٥٣٩	عالية جداً	١
٩	نشر الرسائل التوعوية والتحذيرية من الجهات الأمنية المسؤولة عن عقوبة من يسيء لمهنة التعليم.	٤,٧٦	٠,٥٨٤	عالية جداً	٢
١	تشريع المزيد من القوانين الرادعة لمن يسيء للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي.	٤,٧٥	٠,٦٢٢	عالية جداً	٣
٢	توجيه حسابات الإعلام التربوي لتعزيز مكانة المعلم بوسائل التواصل الاجتماعي.	٤,٧٣	٠,٥٨٥	عالية جداً	٤
١٠	التصدي المجتمعي للحسابات والمواقع والحملات التي تسيء لمهنة التعليم وتحاول هدمها.	٤,٧٢	٠,٦٢٤	عالية جداً	٥
٣	التأكيد على مسؤولية مؤسسات المجتمع العامة والخاصة على إبراز دور المعلم في وسائل التواصل الاجتماعي.	٤,٧١	٠,٦١٠	عالية جداً	٦
٨	قيام وزارة التعليم بمقاضاة المسيئين للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي.	٤,٧٠	٠,٦٨٤	عالية جداً	٧
٥	تفعيل حسابات كافة الجهات التعليمية في وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز مكانة المعلم.	٤,٦٣	٠,٦٦٦	عالية جداً	٨
١١	المشاركة المجتمعية والتكامل لإبراز مكانة المعلم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي خصوصاً في المناسبات العالمية كيوم المعلم.	٤,٦٢	٠,٧١١	عالية جداً	٩
٧	تكليف الإعلام التربوي بعمل تحليل محتوى لما يطرح عن المعلم في وسائل التواصل الاجتماعي وتقديم دراسة وافية للمسؤولين في الوزارة.	٤,٦٠	٠,٧١٩	عالية جداً	١٠
١٢	وضع جائزة لأفضل محتوى داعم لمهنة التعليم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	٤,٥١	٠,٨٢٤	عالية جداً	١١
٤	التأكيد على دور مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم محتوى داعم لمهنة التعليم.	٤,٢٠	١,١٤٢	عالية	١٢
	المتوسط العام	٤,٦٤	٠,٥١٥	عالية جداً	

وبين الجدول (١٠) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول المقترحات للاستفادة من الخطاب الموجه للمعلمين والمعلمات بوسائل التواصل الاجتماعي في رفع معنوياتهم تجاه عملهم تراوحت قيمها بين (٤,٢٠) - (٤,٧٧)، حيث حصلت معظم العبارات على درجات موافقة عالية جداً كان أعلاها العبارة رقم (٦) والتي تنص على "التأكيد على كافة المسؤولين من منسوبي التعليم والجهات ذات العلاقة بعدم نشر ما يسئ للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي" حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي وقيمته (٤,٧٧)، تلتها العبارة رقم (٩) ونصها "نشر الرسائل التوعوية والتحذيرية من الجهات الأمنية المسؤولة عن عقوبة من يسيء لمهنة التعليم" بمتوسط حسابي قيمته (٤,٧٦)، فالعبارة رقم (١) ونصها "تشريع المزيد من القوانين الرادعة لمن يسيء للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي قيمته (٤,٧٥) وتتفق نتيجة الدراسة في هذه الفقرة مع نتيجة دراسة العلوصي (٢٠١٩) والتي أشارت إلى وضع القوانين والعقوبات الرادعة لمن يسيء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وذلك للوقاية من خطر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، في حين حصلت العبارة رقم (٤) والتي تنص على "التأكيد على دور مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم محتوى داعم لمهنة التعليم." على أقل متوسط حسابي وقيمته (٤,٢٠) ودرجة موافقة عالية.

كما بين الجدول حصول إجمالي العبارات على متوسط حسابي قيمته (٤,٦٤) ودرجة موافقة عالية، وهذا يدل على أن جميع هذه العبارات تمثل المقترحات للاستفادة من الخطاب الموجه للمعلمين والمعلمات بوسائل التواصل

الاجتماعي في رفع معنوياتهم تجاه عملهم، ويسهم في تحسين دور المعلم في تحقيق الأهداف التربوية المرسومة.

التوصيات:

١- بناء على نتائج السؤال الأول التي أشارت إلى وجود مجال لتحسين الخطاب الموجه للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي بتعزيز النظرة الإيجابية ومعالجة النظرة السلبية للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي، ونتائج السؤال الثاني التي تشير إلى وجود تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي على الروح المعنوية للمعلم توصي الدراسة بضرورة إنشاء إدارة تختص بتوجيه الدعم المعنوي للمعلم وتعمل على تحسين صورة المعلم في وسائل التواصل الاجتماعي من خلال دعم المحتوى الإيجابي والعمل على تطهير وسائل التواصل الاجتماعي من المحتوى السلبي في كل ما يخص المعلم.

٢- بناء على نتائج السؤال الثالث توصي الدراسة بتبني وزارة التعليم للمقترحات المذكورة في النتائج، مع التأكيد على الآتي:

- ضرورة إصدار وزارة التعليم تعميم يتضمن التأكيد على كافة المسؤولين من منسوبي التعليم والجهات ذات العلاقة بعدم نشر ما يسئ للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي.

- بناء شراكة مجتمعية فاعلة مع الجهات الأمنية تضمن الحفاظ على حقوق المعلم وتتضمن نشر الرسائل التوعوية والتحذيرية من الجهات الأمنية المسؤولة عن عقوبة من يسيء لمهنة التعليم.

- التنسيق مع الجهات التشريعية والجهات ذات العلاقة لتشريع المزيد من القوانين الرادعة لمن يسيء للمعلم في وسائل التواصل الاجتماعي.
- توجيه حسابات الإعلام التربوي للقيام بدورها في تعزيز مكانة المعلم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
- ضرورة تكاتف أفراد المجتمع ومؤسساته للتصدي للحسابات والمواقع والحملات التي تستهدف الإساءة لمهنة التعليم وتحاول هدمها والتي قد تحمل أجندات خارجية للنيل من المكتسبات الوطنية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

١. أبو يعقوب، شدان يعقوب. (٢٠١٥). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
٢. ارفيس، مريم. (٢٠١٧). الروح المعنوية وعلاقتها بالأداء الوظيفي لدى عمال المنظمة دراسة ميدانية بالوكالة الولائية للتسيير والتنظيم العقاري الحضري -بسكرة. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
٣. أمبوسعيدي، عبد الله. والفهدي، راشد. والهاشمي، عبد الله. والرواحي، ناصر. والبلوشي، علي. (٢٠١٨). صورة المعلم العماني لدى فئات من المجتمع: دراسة وصفية تحليلية. مجلة الدراسات التربوية والنفسية، جامعة السلطان قابوس ١٢(٢)، ٢٧٢-٢٩٩.
٤. البادي، وليد علي. (٢٠١٧). تحليل مضمون وسائل التواصل الاجتماعي: قراءة في الأدوات والأبعاد. المؤتمر الثامن والعشرون: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في مؤسسات المعلومات في الوطن العربي، ٢٨(١-٢).
٥. بريكات، كفي كمال أحمد. (٢٠١٩). الأنماط القيادية لدى مديرات المدارس الخاصة في لواء عين الباشا وعلاقتها بالروح المعنوية للمعلمات. مجلة دراسات العلوم التربوية، ٤٦(٣)، ٣٠٧-٣٢٣.
٦. البشابشة، وسام طایل. (٢٠١٣). دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعها (فيس بوك وتويتر) دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البتراء أمودجاً. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البتراء، الأردن.

٧. التل، وائل عبد الرحمن. (٢٠١١). الكشف عن مكانة مهنة التدريس لدى الطلاب المعلمين الخريجين من جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية والعوامل المؤثرة فيها. المجلة التربوية، جامعة الكويت، ٢٥(٩٩)، ٢٨١-٣١٤.
٨. توفيق، ميمي محمد. (٢٠١٨). شبكات التواصل الاجتماعي: النشأة والتأثير. مجلة كلية التربية في العلوم الإنسانية والأدبية، ٢٤(٢)، ١٩٢-٢٣٨.
٩. الجبر، حامد وعقيل، ابتسام وحسن، منى. (٢٠١٧). واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت. مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، ١٧٦: ٢، ٧٧-١١٥.
١٠. الجنابي، م. م محمد الأمين احمد. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي "الاعتماد المتبادل"، ط ١، برلين: المركز الديمقراطي العربي.
١١. الحربي، محمد جزاء. (٢٠١٩). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات الفكرية لدى طلاب الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة من وجهة نظرهم. المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، ٦٦: ٢، ١٥-٦٦.
١٢. حسان، حسن محمد والعجمي، محمد حسنين. (٢٠١٣). الإدارة التربوية، ط ٣، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
١٣. الخالدي، أحمد محمد. (٢٠٠٩). أساليب إدارة الصراع التنظيمي لدى مديري المدارس الثانوية الحكومية بمدينة مكة المكرمة وعلاقتها بالروح المعنوية للمعلمين من وجهة نظرهم. جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
١٤. ذيب، محمد رشدي احمد. (٢٠١٢). قيم العمل التي يمارسها مديرو التربية والتعليم وعلاقتها بالروح المعنوية والالتزام التنظيمي لرؤساء الأقسام العاملين معهم. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.

١٥. الرحومي، أحمد وأحمد، علي وأبكر، عبد الجلال. (٢٠١٨). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية وأثرها على تسيد أداء الموظفين في جامعة الملك خالد. أمارابك-مجلة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا، ٩(٢٩)، ٢٣-٤٦.
١٦. الرشيد، سعاد مضحى. (٢٠١٤). درجة توافر أبعاد الصحة التنظيمية في مدارس التعليم العام في الكويت وعلاقتها بالروح المعنوية للمعلمين. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
١٧. الزهراني، نورة بنت عطية. (٢٠٠٨). علاقة النمط القيادي لمديرات المدارس بالروح المعنوية لمعلمات المرحلة الابتدائية لمحافظة جدة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
١٨. السليمي، عليا محمد (٢٠١٩). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ماثوقية المعلومات لدى الشباب السعودي. المجلة العربية للدراسات المعلوماتية، ١٠، ٥-٥٣.
١٩. الشرمان، محمد أحمد وجبران، علي محمد. (٢٠١٨). درجة ممارسة الإدارة بالتحوال لدى مديري المدارس في محافظة إربد وعلاقتها بالروح المعنوية للمعلمين من وجهة نظرهم. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية، ٩(٢٥)، ١٠٩-١٢٢.
٢٠. الشيتي، إيناس محمد. (٢٠١٨). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب: دراسة ميدانية على طالبات جامعة القصيم. مجلة البحوث التجارية، ٤٠(٤)، ١٠٣-١٥٠.
٢١. الصوافي، عبد الكريم عبد الله. (٢٠١٥). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات. رسالة ماجستير، جامعة نزوى، عمان.

٢٢. طالة، لامية. (٢٠١٩). نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية. مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران، ١٠(٢)، ١٧٣-١٩٦.
٢٣. عبد الحميد، محمد. (٢٠٠٤). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط ٣، القاهرة: عالم الكتب.
٢٤. العزي، خالد ممدوح. (٢٠١٩). وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الوعي التنموي. مجلة العربي للدراسات الإعلامية، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ١(٣)، ١٣-٤٠.
٢٥. علوان، أسماء محمد. (٢٠١٧). أساليب إدارة الصراع التنظيمي لدى مديري المدارس الثانوية بمحافظة غزة وعلاقتها بالروح المعنوية للمعلمين. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
٢٦. العلوصي، علاء رأفت. (٢٠١٩). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طلاب الكلية الجامعية بحقل. المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية، ١٤(٣٣)، ٢٨٨-٣٢٠.
٢٧. العيسوي، عبد الفتاح محمد. (٢٠٠٥). سبل رفع الروح المعنوية لدى العاملين. مجلة الوعي الإسلامي، ٤٢(٤٧٤)، ٥٩-٦١.
٢٨. الفضالة، خالد محمد. (٢٠١٩). واقع المكانة الاجتماعية للمعلم من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية في محافظة العاصمة بدولة الكويت. المجلة التربوية، كلية التربية بجامعة سوهاج، ٦٣: ٢، ٥٩٠-٦٣٠.
٢٩. القحطاني، فهد. (٢٠٢٠). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة. المملكة العربية السعودية.

٣٠. المصاروة، أسامة محمد. (٢٠١٨). درجة توافر الروح المعنوية لدى معلمي المدارس الحكومية في لواء بني عبيد من وجهة نظرهم. دراسات-العلوم التربوية، ٤٥(٤)، ١٥-٣٠.

٣١. مكاي، حسن عماد والسيد، ليلي حسن. (١٩٩٨). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

٣٢. اللوزي، أماني أحمد عبدربه. (٢٠١٧). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) على القيم الإسلامية: دراسة تحليلية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، الأردن.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Govindarajan, K. (2012). Teachers Morale. International Journal of Behavioral and Movemet Sciences. 1(2),57-61. <http://www.ijobsms.in/>
- Jain, M. Gupta, P& Anand, N(2012). Impact of Social Networking Sites in the Changing Mindset of Youth on Social Issues A Study of Delhi- NCR Youth. Journal of Arts, Science &Commerce, 3(2),36-43.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research. Activities. Educational and Psychological Measurement, 30, 607-610.
- Maryville Universty. (2020). The Evolution of Social Media: How Did It Begin, and Where Could It Go Next?. Retrieved December 18,2020. <https://online.maryville.edu/blog/evolution-social-media/>
- Rowland, Keith. A. (2008). The relationship of principal leadership and teacher morale. Unpublished doctoral dissertation, Liberty University, Lynchburg, VA.
- Saumur, Alexandra (2018). The History of Social Media: 29+ Key Moments. Retrieved January 20, 2021, <https://blog.hootsuite.com/history-social-media/>
- Sundheim, Ken. (2011). Where They Started, the Beginning of Facebook and Twitter: A Brief History of Social Media. Retrieved January 21, 2021, <https://www.businessinsider.com/a-brief-history-of-social-media-2011-7>

qAŶmh AlmrAjç

ÂwLA: AlmrAjç Alçrbyh

1. Âbw yçqwb, çsdAn yçqwb. (2015). Âθr mwAqç AltwASl AlAjtmAçy çlŶ Alwçy AlsYasy bAlqDyħ AlflsTynyh IdŶ Tlħh jAmçh AlnjAH AlwTnyħ. rsAlħ mAjstyr çyr mnšwrħ, çjAmçh AlnjAH AlwTnyħ, ç flsTyn.
2. Arfys çmrym. (2017). AlrwH Almçnwyh wçlAqthA bAlÂdA' AlwDŶfy IdŶ çmAl Almndmħ drAsh mydAnyh bAlwkAlħ AlwlAŶyh ltsyyr wAltnDym AlçqAry AlHDry –bskrħ. ÂTrwHh dktwrAh çyr mnšwrħ çjAmçh mHmd xyDr çbskrħ çAljzAŶr.
3. Âmbwscydy ççbd Allh. wAlfhdy çrAšd. wAlhAšmy ççbd Allh. wAlrwAHy çnASr. wAlblwšy ççly. (2018). Swrħ Almçlm AlçmAny IdŶ fŶAt mn Almjtmc; drAsh wSfyh tHlylyh. mjlh AldrAsAt Altrbwyh wAlnfsyh çjAmçh AlslTAn qAbws 12(2) 299-272.
4. AlbAgy çwlyd çly. (2017). tHlyl mDmwn wsAŶl AltwASl AlAjtmAçy: qrA'ħ fy AlÂdwAt wAlÂbçAd. Almwtmr AlθAmn wAlçšrwn: šbkAt AltwASl AlAjtmAçy wtÂθyrAthA fy mwšsAt AlmçlwmAt fy AlwTn Alçrbyç (1-21).
5. brykAt çkfŶ kmAl ÂHmd. (2019). AlÂnmAT AlqyAdyh IdŶ mdyrAt AlmDars AlxASh fy lwa' çyn AlbAšA wçlAqthA bAlrwH Almçnwyh llmçlmAt. mjlh drAsAt Alçlwm Altrbwyh çç (3) 323-307.
6. AlbšAbšh çwsAm TAyl. (2013). dwAfç AstxdAm Tlħh AljAmçAt AlÂrdnyh lmwAqç AltwASl AlAjtmAçy wAšbAçhA (fys bwk wtwytr) drAsh çlŶ Tlħh AljAmçh AlÂrdnyh wjAmçh AlbrA' ÂnmwöjA. rsAlħ mAjstyr çyr mnšwrħ çjAmçh AlbrA' çAlÂrdn.
7. Altl çwAŶl çbd AlrHmn. (2011). Alksf çn mkAnħ mnhħ Altdrys IdŶ AlTlAb Almçlmyn Alxryjyn mn jAmçh jAzAn bAlmmlkħ Alçrbyh Alsçwdyh wAlçwAml Almwθrħ fyhA. Almjlh Altrbwyh çjAmçh Alkwytç, (99) 314-281.
8. twfyq çmymy mHmd. (2018). šbkAt AltwASl AlAjtmAçy: AlnšÂħ wAltÂθyr. mjlh klyh Altrbyh fy Alçlwm AlšnsAnyh wAlÂdbyh ç çç (2) 238-192.
9. Aljbr çHAmD wçqyl çAbtsAm wHsn çmnŶ. (2017). wAqç dwr šbkAt AltwASl AlAjtmAçy fy tnmYh Alwçy AlθqAfy IdŶ TAlbAt klyh Altrbyh AlšsAsyh fy dwlh Alkwyt. mjlh klyh Altrbyh çjAmçh AlÂzhrç, 2110-77.
10. AljnAby çm. m mHmd AlÂmyn AHmd. (2020). mwAqç AltwASl AlAjtmAçy wAlHrAk Alšçby "AlAçtmAd AlmtbAdl" çTl çbrlyn: Almrkz AldymqrATy Alçrby.
11. AlHrby çmHmd jzA'. (2019). tÂθyr wsAŶl AltwASl AlAjtmAçy çlŶ tškyL AlAtjAhAt Alfkryh IdŶ TlAb AljAmçh AlšslAmyh bAlmdynħ

Almnwrh mn wjh nDrhm. Almjlh Altrbwyh klyh Altrbyh jAmçh swhAj^{٦٦} ، 2٦٦-١٥ ،

12. HsAn Hsn mHmd wAlçjmy mHmd Hsbyn. (2013). AlAdArh Altrbwyh T3 çmAn: dAr Almsyrh llnsr wAltwzyc.
13. AlxAldy AHmd mHmd. (2009). AsAlyb AdArh AlSrAç AltnDymy ldY mdyry AlmdArs AlAnwyh AlHkwmyh bmdynh mkh Almkrmh wçlAqthA bAlrwH Almçnwyh llmçlmyn mn wjh nDrhm. jAmçh Am AlqrY Almmlkh Alçrbyh Alçwdyh.
14. ðyb mHmd rdy AHmd. (2012). qym Alçml Alty ymArshA mdyrw Altrbyh wAltçlym wçlAqthA bAlrwH Almçnwyh wAlAltzAm AltnDymy lrwsA' AlÂqsAm AlçAmln mçhm. ÂTrwHh dktwrAh çyr mnswrh jAmçh çmAn Alçrbyh çmAn AlÂrdn.
15. AlrHwmy AHmd wAHmd çly wAbkr çbd AljlAl. (2018). AstxdAm wsAYl AltwASl AlAjtmAçy fy nsr Alqym AltnDymy wAthrhA çlY tsyd AdA' AlmwDfy fy jAmçh Almlk xAld. AmArAbAk-mjhlh AlÂkAdymy Alçrbyh llçlwm wAltknwlwja^٩،(29)٤٦-٢٣،
16. AlrSydy sçAd mDHy. (2014). drjh twAfr AbçAd AlSHh AltnDymy fy mdArs Altçlym AlçAm fy Alkwyt wçlAqthA bAlrwH Almçnwyh llmçlmyn. rsAlh mAjstyr çyr mnswrh jAmçh Al Albyt AlÂrdn.
17. AlzhrAny nwrh bnt çTyh. (2008). çlAqh AlnmT AlqyAdy lmdbrAt AlmdArs bAlrwH Almçnwyh lmçlmAt AlmrHlh AlAbtdAYyh lmHafDh jd. rsAlh mAjstyr çyr mnswrh jAmçh Am AlqrY Almmlkh Alçrbyh Alçwdyh.
18. Alslymy çlyA mHmd (2019). tAthyr wsAYl AltwASl AlAjtmAçy çlY mwthwqyh AlmçlwmAt ldY AlsbAb Alçwdy. Almjhlh Alçrbyh lldrAsAt AlmçlwmAtyh^{٥٣-٥} ،١٠ ،
19. Alsrman mHmd AHmd wjbrAn çly mHmd. (2018). drjh mmArsh AlAdArh bAltjwAl ldY mdyry AlmdArs fy mHafDh Arb wçlAqthA bAlrwH Almçnwyh llmçlmyn mn wjh nDrhm. mjhlh jAmçh Alqds AlmftwHh llAbHAθ wAldrAsAt Altrbwyh wAlnfsyh^٩،(25)١٢٢-١٠٩،
20. Alsity AynAs mHmd. (2018). Athr AstxdAm sbkAt AltwASl AlAjtmAçy çlY Alqym ldY AlsbAb: drAsh mydAnyh çlY TAlbAt jAmçh AlqSym. mjhlh AlbHwθ AltjAryh^{٤٠}،(4)١٥٠-١٠٣ ،
21. AlSwAfy çbd Alkrym çbd Allh. (2015). AstxdAm wsAYl AltwASl AlAjtmAçy ldY Tlbh AlHlqh AlAnyh mn Altçlym AlAsAsy fy mHafDh smAl Alsrqyh bslTnh çmAn wçlAqth bbçD AlmtyyrAt. rsAlh mAjstyr jAmçh nzwY çmAn.
22. TAlh lAmyh. (2019). nDryAt sbkAt AltwASl AlAjtmAçy wAthrhA çlY wsAYl AlAçlAm Altqlydyh: drAsh fy AlnmAðj AlAçlAmyh. mjhlh drAsAt AnsAnyh wAjtmAçyh jAmçh whrAn^{١٠} ،(2)١٩٦-١٧٣ ،

23. çbd AlHmyd 'mHmd. (2004). nĎryAt AlĂçlAm wAtjAhAt AltĂθyr. T3 'AlqAhrĥ: çAlm Alktb.
24. Alçzy 'xAld mmdwH. (2019). wsAŶl AltwASl AlAjtmAçy wtĂθyrhA çlŶ Alwçy Altnmwy. mjłh Alçrby lldrAsAt AlĂçlAmyĥ 'Almrkz Alçrby llĂbHAθ wAldrAsAt AlĂçlAmyĥ ' (3) ٤٠-١٣ .
25. çlwAn 'ĂsmA' mHmd. (2017). ĂsAlyb Ădarĥ AlSrAç AltnĎymy ldŶ mdyry AlmdArs AlθAnwyĥ bmHafĎDat γzh wçlAqthA bAlrwh Almçnwyĥ llmçlmyn. rsAlĥ mAjstyr γyr mnšwrĥ 'AljAmçĥ AlĂslAmyĥ 'γzh 'flsTyn.
26. AlçlwSy 'çlA' rĂft. (2019). tĂθyr wsAŶl AltwASl AlAjtmAçy çlŶ AlĂmn Alfkry ldŶ TIAb Alklyĥ AljAmçyĥ bHql. Almjłh Aldwyĥ llçlwm Altrbwyĥ wAlnfsyĥ ' ٤ (33) ٣٢٠-٢٨٨ .
27. Alçyswy 'çbd AlftAH mHmd. (2005). sbł rfç Alrwh Almçnwyĥ ldŶ AlçAmlyn. mjłh Alwçy AlĂslAmy ٤٢ (474) ٦١-٥٩ .
28. AlfdAlĥ 'xAld mHmd. (2019). wAqç AlmkAnĥ AlAjtmAçyĥ llmçlm mn wjhĥ nĎr mçlmy AlmrHlĥ AlθAnwyĥ fy mHafĎĥ AlçASmĥ bdwlĥ Alkwyĥ. Almjłh Altrbwyĥ 'klyĥ Altrbyĥ bjAmçĥ swĥAj ٦٣ : 2 , ٦٣٠-٥٩٠ .
29. AlqHTAny 'fhd. (2020). Ăθr mwAqç AltwASl AlAjtmAçy çlŶ qym AlTAlb AljAmçy. rsAlĥ mAjstyr γyr mnšwrĥ 'jAmçĥ Ăm AlqrŶ 'mkĥ Almkrmĥ. Almmłkĥ Alçrbyĥ Alscwdyĥ.
30. AlmSARwĥ 'ĂsAmĥ mHmd. (2018). drjh twAfr Alrwh Almçnwyĥ ldŶ mçlmy AlmdArs AlHkwmyĥ fy lwa' bny çbyd mn wjhĥ nĎrhm. drAsAt-Alçlwm Altrbwyĥ ٤٥ (4) ٣٠-١٥ .
31. mkAwy 'Hsn çmAd wAlsyd 'lylŶ Hsn. (1998). AlAtSAI wnĎryAth AlmçASrĥ. AlqAhrĥ: AldAr AlmSryĥ AllbnAnyĥ.
32. Allwzy 'ĂmAny ĂHmd çbdrbh. (2017). Ăθr AstxdAm šbkAt AltwASl AlAjtmAçy (Alfys bwk) çlŶ Alqym AlĂslAmyĥ: drAsh tHlylyĥ. rsAlĥ mAjstyr γyr mnšwrĥ 'jAmçĥ Alçlwm AlĂslAmyĥ AlçAlmyĥ ' AlĂrdn.
