

## علاقة الشباب الجامعي المصري بالمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي وسبل تطويرها

**عرض وتقديم:** إبتسام فوزى إبراهيم تميم

تشكل المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي رافدا مهما لتزويد الاساتذة والطلاب بأحدث المعلومات حول الشؤون التعليمية المختلفة وفي هذا الاطار نوقشت يوم السبت الموافق الحادي عشر من شهر يونيو 2020 بمعهد البحوث والدراسات العربية التابع لجامعة الدول العربية رسالة الماجستير في الاعلام المقدمة من الباحثة/ إبتسام فوزى إبراهيم تميم، والتي حملت عنوان:

### علاقة الشباب الجامعي المصري بالمواقع الإلكترونية

#### لمؤسسات التعليم العالي وسبل تطويرها

وتكونت لجنة الحكم والمناقشة من السادة الأساتذة:

1- الأستاذ الدكتور/ حسن عماد مكايي - أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة وعميد كلية الإعلام الأسبق رئيساً ومناقشاً.

2- الأستاذ الدكتور/ سامي الشريف - أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة وعميد كلية الاعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات مشرفاً

3- الأستاذ الدكتور/ عادل عبد الغفار - أستاذ الإعلام والرأي العام بجامعة القاهرة وعميد كلية الإعلام جامعة النهضة.

وبعد مناقشة مستفيضة من لجنة الحكم والمناقشة للرسالة قررت اللجنة منح الباحثة درجة الماجستير في الإعلام بتقدير ممتاز.

وسعت الباحثة من خلال دراستها الي التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، وتحليل وتقييم الدوافع والإشباعات المتحققة لديهم نتيجة هذا الاستخدام، والكشف عن سمات القائمين بالاتصال فيها، والمقترحات التي يمكن أن تسهم في تطوير هذه المواقع وتحسين عملها.

حيث تمثلت المشكلة البحثية لهذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما طبيعة استخدامات الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي؟ وما الدوافع والإشباعات المترتبة على هذا الاستخدام؟ وما أوضاع القائمين بالاتصال فيها ومستوى تأهيلهم، وما سبل تطوير تلك المواقع؟ وذلك باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، واعتماداً على مدخل الاستخدامات والإشباعات، ومن خلال دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري في جامعات (القاهرة، والأزهر، والجامعة الأمريكية في القاهرة، والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات)، وكذا من خلال دراسة القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية لتلك الجامعات.

ولاختبار تلك المشكلة البحثية أجريت دراستين هما:

- دراسة ميدانية على عينة متاحة Available Sample من الشباب الجامعي المصري الذي يستخدم المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، وبلغ حجم العينة 500 مفردة موزعة بالتساوي بين أربع جامعات وهي ( جامعة القاهرة، جامعة الأزهر، الجامعة الأمريكية في القاهرة، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات) واستخدم الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من الشباب الجامعي عينة الدراسة.
- دراسة القائم بالاتصال، وأجريت على جميع العاملين في المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي المسؤولين عن صياغة وتحرير محتوى تلك المواقع ، واستخدمت دليل المقابلة المتعمقة لجمع البيانات من القائمين بالاتصال وذلك من خلال مقابلات شخصية متعمقة معهم وذلك داخل مقر عملهم بتلك المواقع، كما استخدم التحليل الكيفي لتحليل النتائج المستخرجة من الدراسة.

وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج ويمكن استعراض أهمها فيما يلي:  
أولاً: أهم نتائج الدراسة الميدانية:

وكانت من أهم النتائج الخاصة بالدراسة الميدانية ما يلي:

- (1) ضعف معدل الاستخدام اليومي للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي من قبل الشباب الجامعي المصري، وعدم وجود وقت محدد لكثافة الإستخدام، فضلاً عن إزدياد معدل استخدامها عند مواجهة مشكلة في الدراسة.
- (2) عدم توظيف مواقع مؤسسات التعليم العالي لأدوات التكنولوجيا المتقدمة مثل الدردشات والمنتديات والمجموعات البريدية والحوارات الصوتية في عملية التواصل مع الشباب الجامعي.
- (3) أن المواقع الإلكترونية للجامعات جاءت في مقدمة المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي التي يستخدمها الشباب الجامعي المصري.
- (4) أن خدمة الإستعلام عن أرقام الجلوس وجداول الامتحانات والنتائج جاءت في مقدمة الخدمات التي يستخدمها الشباب الجامعي المصري على تلك المواقع.
- (5) أن معرفة الجداول الدراسية وجداول الامتحانات والنتائج جاء في مقدمة دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع مؤسسات التعليم العالي.
- (6) أن الشعور بالأمان جاء في مقدمة الإشباعات التي يحققها الشباب الجامعي المصري نتيجة استخدامهم للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، نظراً لحفاظ تلك المواقع على سرية البيانات.
- (7) أن دوافع استخدام الشباب الجامعي المصري لاستخدام المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي هي دوافع منفعية (Utilitarian motives) في المقام الأول، وأن الإشباعات المتحققة لديهم هي اشباعات توجيهية (Orientational Gratifications) بالدرجة الأولى.
- (8) أن أبرز العوامل التي تؤثر على رضاء الشباب الجامعي المصري عن المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي تتمثل في (سهولة استخدام الموقع الإلكتروني، ثم تصميم الموقع الإلكتروني، ثم كفاءة الخدمات المقدمة، ثم شمولية وكفاية المعلومات، ثم الرد على الاستفسارات والشكاوى، ثم سهولة الوصول إلى الموقع في المرتبة الأخيرة).
- (9) أن الشباب الجامعي المصري لديهم اتجاهات محايدة نحو المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي.
- (10) أن عدم الرد على الاستفسارات والشكاوى، جاء في مقدمة الصعوبات التي تواجه الشباب الجامعي المصري عند استخدام المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، وأن الرد الفوري على الاستفسارات والشكاوى، جاء في مقدمة مقترحات الشباب الجامعي المصري لتطوير المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي.

- (11) ثبوت صحة فرض الدراسة التي ينص على وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل استخدام الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي ودوافع استخدامها.
- (12) تحقق فرض الدراسة التي ينص على وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل استخدام الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي والإشباع المتحققة منها.
- (13) تحقق فرض الدراسة التي ينص على وجود علاقة دالة إحصائياً بين دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي والإشباع المتحققة منها.
- (14) عدم تحقق فرض الدراسة التي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، نوع التعليم، نوع الكلية، والمرحلة الجامعية).

### ثانياً : أهم نتائج دراسة القائم بالاتصال:

- (1) تعاني المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي بشكل عام من قلة عدد القائمين بالاتصال.
- (2) عدم كفاية المؤهلات العلمية الحاصلين عليها القائمين بالاتصال في مواقع مؤسسات التعليم العالي، وأن الحصول على المؤهل الإعلامي ليس شرطاً للتعين في تلك المواقع.
- (3) اعتماد المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي بنسبة كبيرة على القائمين بالاتصال من ذوى الخبرات السابقة في العمل، مع الترحيب أيضاً بالخريجين من الشباب.
- (4) تقصير المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي في تنظيم الدورات التدريبية للقائمين بالاتصال بها.
- (5) سعى القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي إلى تحقيق أربعة أهداف رئيسية وهي: (تقديم المعلومات، وتقديم الخدمات والإرشادات، الإعلام والتوعية، والتسويق).
- (6) أن أهم أولويات القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي فيما يتعلق بترتيب المحتوى تمثلت في: (توفير معلومات حول رؤية ورسالة الجامعة وتاريخها وأعضاء هيئة التدريس به، ونشر أخبار حول والأنشطة والفعاليات الجامعية، وتوفير معلومات حول خدمات الجامعة (الدورات التدريبية والمنح .. الخ)، والتركيز على الأنشطة التسويقية للجامعة).
- (7) أن القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي الخاصة والخاصة بإتفاقيات دولية لديهم إتجاهات أكثر إيجابية نحو طبيعة الإمكانيات التقنية والمادية عن غيرهم من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي الحكومية (العامة والأزهرية).
- (8) أن أهم المشاكل التي يواجهها القائمون بالاتصال في المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي تتمثل في: ( قلة المردود المادي، ثم تعدد المهام الموكلة إليهم، ثم عدم اهتمام مسؤولى

هذه المواقع بمقترحاتهم لتطوير العمل، ثم ضعف الامكانيات المادية والتقنية، ثم عدم اهتمام مسؤولي تلك المواقع بتدريب العاملين فيها).

(9) رضا القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي عن عملهم.  
 (10) أن أبرز مقترحات القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي لتطويرها تتمثل في: (التحديث المستمر لمحتويات الموقع، وتحسين تجربة استخدام الموقع من خلال الموبايل، وتحسين ترتيب الموقع على محرك البحث جوجل، وتحسين البحث عن الموقع من خلال الباحث الصوتي، وتوافق النشر على الموقع مع كافة الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، وإتاحة الموقع لذوى الاحتياجات الخاصة بجميع فئاتهم، وتحسين تصميم صفحات الموقع، وتوفير المزيد من الخدمات التفاعلية، وتوفير المزيد من الاهتمام بجودة المحتوى وسهولة الاستخدام وسهول الوصول إلى تلك المواقع).

**ما خلصت له الباحثة من خلال تلك الدراسة وأهم مقترحاتها:**

من خلال الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة، تقترح الباحثة ما يلي:

- (1) تطوير الخطة الاستراتيجية التي ترعاها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، لنتضمن إنشاء معايير محلية تتوافق مع المعايير الدولية الخاصة بتصميم المواقع الإلكترونية ومحتواها، وكذا إعداد وثيقة فنية لتوحيد معايير تصميم واستضافة هذه المواقع والخدمات المقدمة من خلالها.
- (2) تخصيص ميزانية لتطوير المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، مع إيجاد آليات للتمويل الذاتي من خلال الشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المدني.
- (3) زيادة سرعة الإنترنت بالمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، وسرعة معالجة الأعطال الفنية وتوفير خدمات هذه المواقع باستمرار دون انقطاع.
- (4) تطوير الأداء المهني للقائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي من خلال (زيادة أعدادهم، والاستعانة بالحاصلين على مؤهلات إعلامية، والاهتمام بالتدريب لرفع كفاءتهم المهنية، والاهتمام بمقترحاتهم، وتحسين أوضاعهم المالية بما يكفل لهم حياة كريمة).
- (5) ضرورة تعزيز العلاقة التبادلية والتفاعل مع الشباب الجامعي، من خلال توفير المزيد من الخدمات التفاعلية على المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، وإجراء المزيد من الاستطلاعات الإلكترونية لتقييم هذه المواقع، والاهتمام بالتغذية الراجعة (Feedback) من الشباب الجامعي، فضلاً عن إتاحة الفرصة لكتابة التعليقات وتقديم الآراء والمقترحات، وتحفيز أعضاء هيئة التدريس للتفاعل مع الشباب الجامعي من خلال هذه المواقع، وتوفير خدمة المساعدة، والدعم الفني للرد الفوري على الاستفسارات، وإتاحة رابط للأسئلة الشائعة مع إجاباتها، بالإضافة إلى تخصيص رقم واتساب لاستقبال الاستفسارات والآراء والمقترحات.
- (6) تحسين جودة الخدمات المقدمة على المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، بحيث تصبح ملاذاً يلجأ إليه الشباب الجامعي لتلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم، وتوفير المزيد من

- الاهتمام للطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة بجميع فئاتهم، من خلال إتاحة كل التقنيات المساعدة التي توفرها متصفحات الإنترنت مثل قارئات الشاشة وشاشات اللمس).
- (7) الحرص على سهولة استخدام المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي من خلال وجود إرشادات وفيديوهات لشرح كيفية استخدام هذه المواقع، وتوفير خدمة البحث بكلمات مفتاحية داخل هذه المواقع.
- (8) الاهتمام بجودة محتوى المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي، من خلال (تحديث المعلومات أولاً بأول، ووضوح تاريخ آخر تحديث، ووضوح تاريخ التدشين، بالإضافة إلى توفير معلومات متكاملة ودقيقة وموثقة وموضوعية ومصححة لغويًا في كافة جوانب الموقع.
- (9) تطوير تصميم المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي لتكون أكثر جاذبية وتحديث الإخراج الفني، واستخدام خطوط سهلة القراءة، واختيار الألوان والصور المناسبة، وزيادة استخدام الوسائط المتعددة (ملفات صوتية، وفيديوهات ...)، وتقسيم المحتوى حسب المستخدمين.