

نقش شبکه‌های اجتماعی در تقویت انگیزه یادگیری زبان دوم

حجت جدایی^۱

چکیده

رسانه‌های اجتماعی با ارائه ابزارها و پلتفرم‌های پویا، چشم‌انداز آموزش را متحول و امکان یادگیری، تعامل و همکاری را فراهم کرده‌اند. از سوی دیگر، انگیزه نقش محوری در فرایند یادگیری زبان دوم^۲ ایفا می‌کند و نیروی محرکه‌ای برای تلاش‌های زبان‌آموز جهت تسلط بر یک زبان جدید محسوب می‌شود. این مقاله به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در تقویت انگیزه یادگیری زبان دوم در میان زبان‌آموزان انگلیسی به‌عنوان زبان خارجی^۳ می‌پردازد. مطالعه حاضر اهمیت انگیزه در یادگیری زبان دوم، نقش رسانه‌های اجتماعی در آموزش نوین و یادگیری زبان، مزایای رسانه‌های اجتماعی برای زبان‌آموزان و چالش‌ها و محدودیت‌ها را بررسی می‌کند. علاوه بر این، مطالعات کلیدی درباره رسانه‌های اجتماعی و انگیزه یادگیری زبان دوم بررسی شده است. مطالعات اخیر به نقش رسانه‌های اجتماعی در تقویت انگیزه میان زبان‌آموزان زبان دوم با ایجاد

^۱ استادیار آموزش زبان انگلیسی، دانشگاه افسری امام علی (ع)، jodaei@iamu.ac.ir

^۲ L2

^۳ EFL

محیط‌های جذاب و تعاملی تأکید کرده‌اند. همچنین نشان می‌دهد که پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به توسعه مهارت‌های زبانی خاص کمک می‌کند. در نهایت، مشخص شد که رسانه‌های اجتماعی از یادگیری مستقل و مشارکتی حمایت کرده و به زبان‌آموزان این امکان را می‌دهند تا کنترل بیشتری بر تجربیات آموزشی خود داشته باشند. رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری تحول‌آفرین برای تقویت انگیزه یادگیری زبان دوم در میان زبان‌آموزان ظاهر شده‌اند و استفاده واقعی از زبان، همکاری و اعتماد به نفس را تقویت می‌کنند. با این حال، چالش‌هایی همچون نابرابری در دسترسی، نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی و حواس‌پرتی نیازمند توجه بیشتری هستند. مربیان باید فعالیت‌های ساختارمند و ویژگی‌های خاص پلتفرم را در راهبردهای آموزشی خود ادغام کنند و در عین حال بر شمول و عدالت تأکید داشته باشند. تحقیقات آینده باید تأثیرات بلندمدت، فناوری‌های نوظهور و کاربردهای نوآورانه را بررسی کند تا نقش رسانه‌های اجتماعی در آموزش زبان بهینه شود.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، تقویت انگیزه فراگیری زبان دوم، آموزش زبان

۱. مقدمه

۱.۱ اهمیت انگیزه در یادگیری زبان دوم

انگیزه، نقش اساسی در فرایند یادگیری زبان دوم ایفا می‌کند و به‌عنوان نیروی محرکه‌ای عمل می‌کند که تلاش‌های یادگیرنده را برای تسلط بر زبان جدید هدایت می‌نماید. انگیزه نه تنها بر تصمیم اولیه برای یادگیری زبان دوم تاثیر می‌گذارد، بلکه بر پایداری و شدت تلاش‌های یادگیرندگان در مواجهه با وظایف یادگیری زبان نیز تاثیر دارد. پژوهشگران در حوزه یادگیری

زبان دوم^۱ به‌طور مداوم انگیزه را به‌عنوان عاملی حیاتی معرفی می‌کنند و آن را غالباً در کنار استعداد، در تعیین موفقیت در یادگیری زبان مطرح می‌کنند. نظریه‌های برجسته چارچوب‌هایی برای درک تأثیر انگیزه بر یادگیری زبان دوم فراهم می‌آورند. برای مثال، مدل اجتماعی-آموزشی گاردنر، دو نوع انگیزه را مطرح می‌کند: انگیزه تلفیقی و انگیزه ابزاری. انگیزه تلفیقی نشان‌دهنده تمایل یادگیرنده برای ارتباط با فرهنگ و جامعه زبان هدف است، در حالی که انگیزه ابزاری بر مزایای عملی مانند پیشرفت شغلی یا موفقیت تحصیلی تمرکز دارد. به‌طور مشابه، سیستم انگیزشی زبان دوم در «نظریه دورنیه» این ایده‌ها را گسترش می‌دهد و یادگیری زبان دوم را با تجربه یادگیری ترکیب می‌کند. این چارچوب نشان می‌دهد که چگونه آرزوهای شخصی و ادراکات از تعهد، به‌همراه تجربیات واقعی یادگیری، انگیزه را شکل می‌دهند. این نظریه‌ها تأکید دارند که انگیزه امری پویا است و ممکن است بر اساس عوامل داخلی و خارجی در طول زمان تغییر کند.

انگیزه بر جنبه‌های مختلف یادگیری زبان تأثیر می‌گذارد، از جمله این عوامل می‌توان به زمانی که یادگیرندگان برای مطالعه اختصاص می‌دهند؛ راهبردهایی که به‌کار می‌برند؛ و عملکرد کلی که زبان‌آموزان ایفا می‌کنند اشاره کرد. زبان‌آموزان با انگیزه بالا، تمایل دارند که در تمرین‌ها به صورت فعالانه شرکت کنند؛ به‌دنبال فرصت‌هایی برای استفاده واقعی از زبان باشند و حتی در مواجهه با چالش‌ها نیز پافشاری کنند (چیزر و دورنیه، ۲۰۰۵؛ دورنیه و سزار، ۱۹۹۸). این افراد همچنین برای غلبه بر اضطراب و ایجاد تاب‌آوری در برابر شکست‌ها بهتر آماده‌اند. تحقیقات (هرناندز^۲، ۲۰۰۶) به‌طور مداوم همبستگی مثبت بین انگیزه و سطح مهارت در یادگیرندگان زبان

^۱ SLA

^۲ Dörnyei & Csizér

^۳ Hernández

دوم را نشان داده‌اند. برای مثال، دانش‌آموزان با انگیزه‌ی بیشتر، معمولاً سطوح بالاتری از واژگان، درک مطلب شنیداری بهتر و دقت دستوری بیشتری دارند (آلامر و لی^۱، ۲۰۱۹). علاوه بر این، انگیزه درونی - که از علاقه یا لذت واقعی نشأت می‌گیرد - به‌ویژه در حفظ مشارکت بلندمدت و ارتقای یادگیری عمیق‌تر مؤثر است (آلامر^۲، ۲۰۲۱).

عوامل متعددی بر انگیزه در یادگیری زبان دوم تأثیر می‌گذارند. عوامل خارجی شامل کیفیت تدریس، در دسترس بودن منابع و محیط یادگیری هستند. جو کلاس حمایتی و جذاب می‌تواند انگیزه را به‌طور چشمگیری تقویت کند؛ همان‌طور که فرصت‌هایی برای تعامل معنی‌دار با گویشوران بومی نیز مؤثر است. عوامل داخلی مانند خودکارآمدی، هدف‌گذاری و علاقه‌ی شخصی نیز نقش حیاتی دارند. یادگیرندگانی که احساس خودکارآمدی قوی دارند - یعنی به توانایی خود برای موفقیت ایمان دارند - بیشتر احتمال دارد که در مواجهه با مشکلات استقامت کنند (هسیه و کانگ، ۲۰۱۰). علاوه بر این، تعیین اهداف روشن و قابل دسترسی به حفظ انگیزه کمک می‌کند و احساس جهت‌گیری و هدفمندی ایجاد می‌نماید (لاک و لاتهام^۳، ۲۰۰۲).

۲.۱ نقش شبکه‌های اجتماعی در آموزش امروزه

شبکه‌های اجتماعی از طریق فراهم نمودن ابزارهای پویا و پلتفرم‌هایی که یادگیری، درگیرنمودن یادگیرنده، و همکاری را تقویت می‌کند، انقلابی در حوزه‌ی آموزش به پا نموده است. ادغام شبکه‌های اجتماعی در آموزش نوین، روش‌های سنتی تدریس را متحول و فرصت‌های جدیدی

¹ Alamer & Lee

² Alamer

³ Locke & Latham

را برای یادگیرندگان و مربیان فراهم کرده است. با استفاده از قدرت شبکه‌های اجتماعی، آموزش به شکلی قابل‌دسترس‌تر، تعاملی‌تر، و متناسب با نیازهای یادگیرندگان قرن بیست‌ویکم تبدیل شده است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای شبکه‌های اجتماعی در آموزش، توانایی آن در رفع موانع جغرافیایی و اجتماعی است. سکوهایی^۱ مانند فیسبوک، توئیتر، اینستاگرام و لینکدین به دانش‌آموزان و معلمان با زمینه‌های متنوع اجازه می‌دهند تا ارتباط برقرار کنند، ایده‌ها را به اشتراک بگذارند و در پروژه‌ها همکاری کنند. گروه‌ها و انجمن‌های آنلاین که به موضوعات یا حوزه‌های خاصی اختصاص داده شده‌اند، این امکان را برای یادگیرندگان فراهم می‌کنند تا از هر نقطه‌ای از جهان به اطلاعات، منابع و مشاوره‌های تخصصی دسترسی داشته باشند. این سطح از دسترسی، آموزش را دموکراتیک کرده و دانش را بدون توجه به مکان یا وضعیت اقتصادی-اجتماعی افراد در دسترس قرار می‌دهد.

علاوه بر این، شبکه‌های اجتماعی ارتباطات آنی را ممکن می‌سازند و بازخورد فوری و تعامل بین دانش‌آموزان و مدرسان را تسهیل می‌کنند. معلمان می‌توانند از این پلتفرم‌ها برای پاسخ به سوالات، شفاف‌سازی مفاهیم و مشارکت در بحث‌های معنادار استفاده کنند و حس جامعه و حمایت را میان یادگیرندگان تقویت کنند. سکوهای شبکه‌های اجتماعی ابزارهای متنوعی را ارائه می‌دهند که تعامل و انگیزه در یادگیری را تقویت می‌کنند. محتوای تعاملی مانند ویدئوها، اینفوگرافیک‌ها، آزمون‌ها و پخش زنده توجه دانش‌آموزان را جلب می‌کند و با سبک‌های یادگیری مختلف سازگار می‌سازد. پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب و تیک‌تاک کانال‌های آموزشی دارند که مفاهیم پیچیده را به شکلی جذاب و قابل‌درک ارائه می‌دهند. علاوه بر این، شبکه‌های اجتماعی

^۱ Platforms

با اجازه دادن به یادگیرندگان برای اظهار نظر، اشتراک‌گذاری و ایجاد محتوا، مشارکت فعال را تشویق می‌کنند. این رویکرد مشارکتی نه تنها درک را عمیق‌تر می‌کند، بلکه حس مالکیت و افتخار به مسیر یادگیری فردی را نیز تقویت می‌کند. ویژگی‌های بازی‌سازی مانند نشان‌ها و پاداش‌ها برای تکمیل وظایف، انگیزه را بیشتر کرده و یادگیری را لذت‌بخش‌تر می‌سازند (لارا^۱ و همکاران، ۲۰۲۳).

همکاری یکی از ارکان آموزش نوین است و شبکه‌های اجتماعی محیطی ایده‌آل برای یادگیری مشارکتی فراهم می‌کنند. دانش‌آموزان می‌توانند در تکالیف گروهی همکاری کنند، ایده‌پردازی کنند و منابع را از طریق پلتفرم‌هایی مانند گوگل کلاسروم^۲ یا گروه‌های اختصاصی فیسبوک به اشتراک بگذارند. این ابزارها کار گروهی، ارتباطات و تبادل دیدگاه‌های متنوع را تشویق می‌کنند که مهارت‌های ضروری برای موفقیت در نیروی کار جدید هستند. علاوه بر این، شبکه‌های اجتماعی همکاری جهانی را تسهیل می‌کنند و به دانش‌آموزان این امکان را می‌دهند تا با هم‌تایانی از فرهنگ‌ها و پیشینه‌های مختلف تعامل داشته باشند (دنگ و تاواریس^۳، ۲۰۲۰). این مواجهه با دیدگاه‌های متنوع، آگاهی فرهنگی را افزایش می‌دهد و یادگیرندگان را برای دنیای جهانی‌شده آماده می‌کند.

با این حال، علی‌رغم مزایای بی‌شمار، ادغام شبکه‌های اجتماعی در آموزش با چالش‌هایی نیز همراه است. مسائلی مانند حواس‌پرتی، کلاهبرداری سایبری و اطلاعات نادرست، می‌توانند فرایند

¹ Lara

² Google Classroom

³ Deng & Tavares

یادگیری را مختل کنند (دولک و لمی^۱، ۲۰۲۰؛ گونزالس^۲، ۲۰۲۰). علاوه بر این، نگرانی‌ها در مورد حریم خصوصی و امنیت داده‌ها، نیازمند اتخاذ تدابیر سختگیرانه توسط مربیان و مؤسسات برای حفاظت از اطلاعات شخصی کاربران است. برای مقابله با این چالش‌ها، مربیان باید دستورالعمل‌های واضحی برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی تدوین کنند و دانش‌آموزان را در زمینه‌ی سواد دیجیتال و رفتار مسئولانه‌ی برخط آموزش دهند. ایجاد یک رویکرد متعادل که حداکثر مزایا را به همراه داشته و خطرات را به حداقل برساند، برای استفاده مؤثر از شبکه‌های اجتماعی در آموزش حیاتی است. مطالعه‌ی حاضر با هدف بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر انگیزش زبان دوم در میان زبان‌آموزان انگلیسی به‌عنوان زبان خارجی از منظر نظری انجام می‌شود.

۳.۱ نقش رسانه‌های اجتماعی در یادگیری زبان

همراهی فناوری و یادگیری زبان به‌طور چشمگیری روش‌های آموزش و یادگیری زبان‌ها را متحول کرده و ابزارها و رویکردهای نوآورانه‌ای ارائه داده است که تجربه یادگیری را بهبود می‌بخشد. فناوری سطحی از تعامل، دسترسی و شخصی‌سازی را فراهم می‌کند که پیش از این از طریق روش‌های سنتی قابل دستیابی نبود. یکی از مهم‌ترین مشارک‌های فناوری، دسترسی به پلتفرم‌ها و برنامه‌های متنوع یادگیری زبان مانند دوولینگو^۳، روزتا استون^۴ و ببل^۵ است. این ابزارها از عناصر بازی‌سازی، یادگیری تطبیقی و بازخورد فوری بهره می‌برند تا با سرعت و سبک یادگیری فردی

¹ Doleck, Lemay

² González

³ Duolingo

⁴ Rosetta Stone

⁵ Babbel

همگام شوند. یادگیرندگان می‌توانند به شکلی جذاب و خودمحور به تمرین واژگان، گرامر و تلفظ بپردازند و حس استقلال و انگیزه پایدار را تقویت کنند.

علاوه بر این، فناوری با استفاده از منابع چندرسانه‌ای مانند پادکست‌ها، ویدئوها و شبیه‌سازی‌های واقعیت مجازی، امکان مواجهه اصیل با زبان را فراهم می‌کند. این منابع یادگیرندگان را در بسترهای واقعی غرق کرده و به آن‌ها کمک می‌کند تا مهارت‌های ارتباطی عملی و شایستگی فرهنگی را توسعه دهند (ایلماز^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). برای مثال، تبادلات مجازی و ابزارهای ویدئو کنفرانس، امکان تعامل مستقیم با گویشوران بومی را فراهم می‌کند و روانی مکالمه و درک بین‌فرهنگی را ارتقا می‌دهد.

افزون بر این، تحلیل داده‌ها در فناوری آموزشی بینش‌های ارزشمندی درباره‌ی پیشرفت و چالش‌های یادگیرندگان ارائه می‌دهد. معلمان می‌توانند از این تحلیل‌ها برای تنظیم روش‌های آموزشی، پاسخ به نیازهای خاص و پیگیری نتایج به طور مؤثر استفاده کنند. این رویکرد مبتنی بر داده، اثربخشی آموزش و نتایج یادگیری را بهبود می‌بخشد.

در نهایت، ادغام رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های مشارکتی در آموزش زبان یادگیری مبتنی بر جامعه را تقویت کرده است؛ جایی که یادگیرندگان می‌توانند تجربیات خود را به اشتراک بگذارند و در محیط‌های غیررسمی زبان را تمرین کنند. این نوآوری‌ها تأثیر تحول‌آفرین فناوری را برجسته می‌سازند و زمینه‌ی یادگیری زبان را غنی‌تر، فراگیرتر، کارآمدتر و جذاب‌تر می‌کنند.

^۱ Yilmaz et al.

۴.۱ پیامدها برای معلمان، یادگیرندگان و سیاست‌گذاران

ادغام فناوری در یادگیری زبان، پیامدهای عمیقی برای معلمان، یادگیرندگان، و سیاست‌گذاران به همراه دارد که شیوه‌های آموزشی را متحول و فرصت‌های جدیدی برای توسعه‌ی زبانی ایجاد کرده است. فناوری معلمان را با ابزارهایی توانمند می‌سازد که اثربخشی آموزش را افزایش دهند و محیط‌های یادگیری پویا و تعاملی ایجاد کنند (وانگ و چو^۱، ۲۰۱۵).

پلتفرم‌ها و نرم‌افزارهای دیجیتال به معلمان امکان می‌دهد تا آموزش‌های شخصی‌سازی شده‌ای ارائه دهند که متناسب با نیازهای فردی یادگیرندگان باشد و شکاف‌های درک و توسعه‌ی مهارت را برطرف کنند. کلاس‌های مجازی، منابع برخط، و محتوای چندرسانه‌ای روش‌های تدریس را متنوع می‌سازند و درس‌ها را جذاب‌تر و مرتبط‌تر می‌کنند. علاوه بر این، فرصت‌های توسعه حرفه‌ای برای معلمان فراهم می‌شود تا با فناوری‌های نوظهور آشنا شوند. برنامه‌های آموزشی که بر گنجاندن فناوری آموزشی در برنامه‌ریزی درسی و روش‌های ارزیابی تمرکز دارند، برای بهینه‌سازی استفاده از آن در کلاس درس ضروری است.

برای یادگیرندگان، فناوری دسترسی به آموزش زبان را برای همگان تا حدی امکان‌پذیر می‌کند و موانع جغرافیایی و مالی را از میان برمی‌دارد. پلتفرم‌های یادگیری خودمحور، نرم‌افزارهای زبانی و تبادلات مجازی، فرصت‌های متنوعی را برای تمرین و توسعه‌ی مهارت‌های زبانی فراهم می‌کنند. ابزارهای تعاملی استقلال را تقویت کرده و به دانش‌آموزان اجازه می‌دهند کنترل بیشتری بر مسیر یادگیری زبان خود داشته باشند. سیاست‌گذاران باید توان تحول‌آفرین فناوری در یادگیری زبان را بشناسند و منابع لازم را برای حمایت از ادغام آن تخصیص دهند.

¹ Wang & Chiu

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، مانند اینترنت پرسرعت و دستگاه‌های دیجیتال، دسترسی عادلانه را برای همه یادگیرندگان تضمین می‌کند. سیاست‌گذاران همچنین باید دستورالعمل‌هایی برای استفاده اخلاقی از فناوری تدوین کنند تا بر حریم خصوصی داده‌ها تأکید داشته و نابرابری‌های دسترسی را به حداقل برسانند.

۲. چارچوب نظری

۱.۲ انگیزش در یادگیری زبان دوم

انگیزش برای یادگیری زبان دوم یا زبان خارجی یکی از پرمطالعه‌ترین موضوعات در تحقیقات آموزش زبان دوم است. همان‌طور که دورنیه و اوشیودا^۱ (۲۰۱۳) توضیح می‌دهند، مطالعه انگیزش در تحقیقاتی که به یادگیری زبان دوم پرداخته‌اند، به عنوان یک حوزه مستقل تحقیقاتی ظهور کرده است؛ به عبارت دیگر، تحقیقات انگیزشی در مطالعات زبان دوم مستقیماً از نظریه‌های انگیزش آموزشی یا روان‌شناسی تکامل نیافته است. تحقیقاتی که در زمینه انگیزش زبان دوم انجام شده‌اند، برای پاسخ به جنبه‌های اجتماعی، روان‌شناختی و رفتاری یادگیری زبان دوم توسعه یافته‌اند. در طول دهه‌های گذشته تحقیقات انگیزش، این حوزه از تحقیق از مراحل و نظریه‌های مختلفی عبور کرده است. دورنیه و رایان (۲۰۱۵) استدلال می‌کنند که در دهه گذشته، «انگیزش تحت تغییرات اساسی نظری قرار گرفته است» (ص ۷۲).

گاردنر^۲ (۲۰۱۰) که به عنوان یکی از متخصصان پیشرو در زمینه تحقیقات انگیزش شناخته می‌شود، سه دوره در تحقیق انگیزش زبان دوم را معرفی می‌کند: تاریخچه اولیه، تاریخچه جدید

¹ Dörnyei and Ushioda

² Gardner

و تاریخچه کنونی. او تاریخچه اولیه تحقیق انگیزش در یادگیری زبان دوم را به دوره‌ای از آغاز این حوزه تا سال ۱۹۷۲ نسبت می‌دهد که با آثار گاردنر و لمبرت^۱ برجسته شده است. تاریخچه جدید از ۱۹۷۲ تا ۱۹۸۵ ادامه دارد؛ در این دوره گاردنر مدل اجتماعی-آموزشی یادگیری زبان دوم را در سال ۱۹۸۵ معرفی کرد. این مدل بر اهمیت نگرش‌ها و انگیزش در یادگیری زبان تأکید دارد. همچنین این دوره شاهد انتشار تأثیرگذار کتاب گاردنر با عنوان «روانشناسی اجتماعی و یادگیری زبان دوم: نقش نگرش‌ها و انگیزش» بوده است (۲۸). علاوه بر این، زمانی که گاردنر (۱۹۸۵) آزمون نگرش / انگیزش^۲ را توسعه داد، برخی اختلاف‌نظرها به وجود آمد و تحولات جدیدی در زمینه‌های مرتبط صورت گرفت. بسیاری از مطالعات اولیه در ادبیات مرتبط بر استفاده از مدل یادگیری زبان دوم گاردنر تمرکز داشتند. همان‌طور که برنائوس^۳ و گاردنر (۲۰۰۸) نتیجه‌گیری کرده‌اند، «اگرچه این مطالعات از مفاهیم مختلف انگیزش استفاده کرده‌اند، همه آن‌ها رابطه‌ای بین انگیزش، دستاوردهای زبان دوم و سایر شاخص‌های یادگیری یافته‌اند.» (ص ۳۸۷). نتیجه تحقیقات گاردنر بر توسعه یک مدل رسمی متمرکز است که تأثیر نگرش‌ها و انگیزش را بر یادگیری زبان دوم توضیح می‌دهد. گاردنر مشاهده می‌کند که اگرچه این مدل در طول سال‌ها تغییر کرده است، شباهت‌های قابل توجهی بین نسخه‌های اولیه و جدید آن وجود دارد. در این چارچوب، یکپارچگی و نگرش‌ها نسبت به محیط یادگیری دو عامل مرتبط هستند که بر انگیزش در یادگیری زبان دوم تأثیر می‌گذارند و به موفقیت زبانی کمک می‌کنند. گاردنر (۲۰۱۹) یک مدل جایگزین ارائه می‌دهد که مستقیماً بر اساس مدل اجتماعی-آموزشی گاردنر ساخته شده

^۱ Gardner & Lambert

^۲ AMTB

^۳ Bernaus

است. این مدل جدید نشان می‌دهد که یکپارچگی و نگرش‌ها نسبت به زمینه‌ی یادگیری انگیزش دانش‌آموزان را شکل می‌دهند؛ در حالی که انگیزش، اضطراب زبانی و نگرش‌ها نسبت به محیط یادگیری بر عملکرد دانش‌آموزان در ارزیابی‌های زبان انگلیسی تأثیر می‌گذارند. علاوه بر این، چندین نویسنده (اوشیودا، ۲۰۱۹، دورنی و رایان، ۲۰۱۵) سه دوره‌ی تاریخی اصلی انگیزش زبان دوم را شناسایی کرده‌اند. باید توجه داشت که این دوره‌ها به صورت پیوسته و خطی از یکدیگر توسعه نیافته‌اند و در سطح کلان و میکرو برخی هم‌پوشانی‌ها وجود داشته است.

۲.۲ نقش فناوری در آموزش

تحول ابزارهای فناوری در یادگیری زبان، پیشرفت‌های گسترده‌تری در آموزش و فناوری را منعکس می‌کند و نقاط عطف قابل توجهی را رقم زده است که روش‌های آموزش و یادگیری زبان‌ها را دگرگون کرده‌اند. از ابزارهای سنتی تا پلتفرم‌های دیجیتال پیشرفته، این ابزارها به طور مداوم به منظور برآوردن نیازهای یادگیرندگان زبان و مربیان سازگار شده‌اند. ریشه‌های فناوری در یادگیری زبان به استفاده از ابزارهای صوتی و بصری بر می‌گردد. در اواسط قرن بیستم، آموزش زبان به شدت به استفاده از دستگاه‌های فونوگراف و نوارهای صوتی وابسته بود که به یادگیرندگان این امکان را می‌داد تا تلفظ‌های اصیل را بشنوند و مهارت‌های شنیداری خود را تمرین کنند. این ابزارها به ویژه برای روش آوایی-زبانی^۱ مفید بودند که بر تکرار و تمرین‌های مکرر تأکید داشت. معرفی آزمایشگاه‌های زبان در دهه ۱۹۶۰ پیشرفت قابل توجهی را نشان داد. این آزمایشگاه‌ها محیطی کنترل‌شده را فراهم می‌کردند که در آن دانش‌آموزان می‌توانستند از طریق هدفون‌ها و

^۱ Audio-Lingual

ضبط صوت‌ها به تمرین‌های فردی بپردازند. این نوآوری نشان‌دهنده تغییر به سوی رویکردهای متمرکز بر یادگیرنده بود و فرصت‌هایی برای مطالعه خودآموز فراهم می‌کرد.

ظهور رایانه در دهه ۱۹۸۰، باعث تحول در آموزش زبان با نام یادگیری زبان با کمک رایانه^۱ شد. برنامه‌های اولیه شامل تمرین‌های ساده گرامر و واژگان بودند، اما پایه‌گذاری برای یادگیری تعاملی را فراهم کردند. این برنامه‌ها بازخورد فوری ارائه می‌کردند و به یادگیرندگان این امکان را می‌دادند تا پیشرفت خود را پیگیری و حس استقلال ایجاد کنند. تا دهه ۱۹۹۰، فناوری‌های چندرسانه‌ای به بخش جدایی‌ناپذیر یادگیری زبان تبدیل شدند. دیسک‌های سی دی رام^۲ و نرم‌افزارهای زبان مانند روستا استون شامل متن، تصاویر و صدا بودند تا تجربیات یادگیری غوطه‌ور فراهم کنند. این ابزارها شکاف بین دانش نظری و کاربرد عملی را پر کردند و یادگیری زبان را جذاب‌تر ساختند. گسترش اینترنت در اواخر دهه ۱۹۹۰ و اوایل ۲۰۰۰ باعث انقلاب در یادگیری زبان شد. دیکشنری‌های آنلاین، فروم‌ها و پلتفرم‌های یادگیری مانند بِل و لیوموچا ظهور کردند که به یادگیرندگان این امکان را می‌دادند که به منابع و جوامع جهانی دسترسی داشته باشند. کلاس‌های مجازی بدون توجه به مکان فیزیکی آن‌ها، تعاملات زمان واقعی بین مربیان و دانش‌آموزان را ممکن ساختند.

فناوری‌های وب ۲,۰ امکانات بیشتری با محتوای تولیدشده توسط کاربران و رسانه‌های اجتماعی فراهم کردند. پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب و وبلاگ‌ها به ابزارهای ارزشمندی برای اشتراک‌گذاری درس‌های زبان، بینش‌های فرهنگی و فرصت‌های تمرین تبدیل شدند.

¹ CALL

² CD-ROM

یادگیرندگان زبان می‌توانستند با مواد اصیل تعامل کنند و مستقیماً با گویشوران بومی ارتباط برقرار کنند که موجب تقویت روانی و شایستگی فرهنگی آن‌ها می‌شد. ظهور گوشی‌های هوشمند و برنامه‌های موبایلی در دهه ۲۰۱۰ یادگیری زبان را در دستان کاربران قرار داد. اپلیکیشن‌هایی مانند دوولینگو و ممریز از بازی‌سازی برای آسان‌تر و لذت‌بخش‌تر کردن یادگیری استفاده کردند. این اپلیکیشن‌ها درس‌های کوتاه، تمرین‌های تعاملی و سیستم‌های پاداش ارائه می‌دادند که به سبک‌های یادگیری مختلف و برنامه‌های شلوغ پاسخ می‌دادند. فناوری‌های یادگیری تطبیقی تجربه را شخصی‌سازی می‌کردند، به‌طوری‌که عملکرد یادگیرنده را تجزیه و تحلیل کرده و محتوا را مطابق آن تنظیم می‌کردند. ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی توصیه‌های شخصی‌شده ارائه می‌دادند که به یادگیرندگان کمک می‌کردند تا نقاط ضعف خاص خود را شناسایی کرده و بر نقاط قوت خود بسازند. پیشرفت‌های اخیر در واقعیت مجازی^۱ و هوش مصنوعی^۲ مرزهای یادگیری زبان را جابه‌جا کرده‌اند. شبیه‌سازی‌های واقعیت مجازی محیط‌های غوطه‌ور ایجاد می‌کنند که در آن‌ها یادگیرندگان می‌توانند سناریوهای واقعی را تمرین کنند؛ درحالی‌که چت‌بات‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، تمرین مکالمه با بازخورد واقع‌گرایانه ارائه می‌دهند (مورو و همکاران^۳، ۲۰۱۷؛ اوکونکو و آده-ایبجولا^۴، ۲۰۲۱). این ابزارها بر یادگیری تجربی تأکید دارند و دانش‌آموزان را برای استفاده عملی از زبان در زمینه‌های مختلف آماده می‌کنند.

^۱ VR

^۲ AI

^۳ Moro et al.

^۴ Okonkwo & Ade-Ibijola

۳. رسانه‌های اجتماعی و یادگیرندگان زبان خارجی

۱۰.۳ انواع پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده در یادگیری زبان

پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به ابزارهای ضروری در یادگیری زبان تبدیل شده‌اند و منابع و فرصت‌های متنوعی برای تمرین، همکاری و غوطه‌وری فرهنگی ارائه می‌دهند. این پلتفرم‌ها به جنبه‌های مختلف یادگیری زبان پاسخ می‌دهند، از جمله ساخت واژگان تا مهارت‌های مکالمه‌ای، و روش‌های جذاب و قابل دسترسی برای تقویت توانمندی‌های زبانی فراهم می‌کنند. در اینجا مروری مفصل بر برخی از پلتفرم‌های کلیدی رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده در یادگیری زبان ارائه می‌شود.

یوتیوب یکی از پرکاربردترین پلتفرم‌ها برای یادگیری زبان است که به دلیل کتابخانه‌ی وسیع محتوای آموزشی خود، شناخته شده است. یادگیرندگان زبان می‌توانند به آموزش‌ها، درس گرامری، راهنماهای تلفظ و ویدئوهای فرهنگی که توسط گویشوران بومی و معلمان حرفه‌ای تهیه شده‌اند دسترسی پیدا کنند. کانال‌هایی مانند یادگیری زبان انگلیسی بی‌بی‌سی^۱، یادگیری آلمانی با آنجا^۲ درس ساختارمند متناسب با سطوح مختلف زبانی ارائه می‌دهند. علاوه بر این، بخش نظرات یوتیوب تعامل بین یادگیرندگان و تولیدکنندگان محتوا را تسهیل می‌کند و به کاربران این امکان را می‌دهد که سوال بپرسند و نظرهای خود را به اشتراک بگذارند. دسترسی و تنوع این پلتفرم آن را به منبعی ارزشمند برای یادگیری خودآموز و آشنایی با استفاده اصیل زبان تبدیل کرده است.

^۱ BBC Learning English

^۲ Learn German with Anja

اینستاگرام به عنوان ابزاری برای یادگیری زبان، به ویژه در میان یادگیرندگان بصری محبوبیت یافته است. حساب‌های کاربری اختصاصی آموزش زبان محتوای جذابی مانند کارت‌های فلش واژگان، نکات گرامری و حقایق فرهنگی به اشتراک می‌گذارند. اینفوگرافیک‌ها، ویدئوهای کوتاه و آزمون‌ها در استوری‌های اینستاگرامی^۱ یادگیری را سریع و تعاملی می‌کنند. یادگیرندگان زبان همچنین می‌توانند حساب‌های کاربری از گویشوران بومی یا سازمان‌های فرهنگی را دنبال کنند تا از استفاده روزمره زبان و تفاوت‌های فرهنگی اطلاعات بیشتری به دست آورند. هشتگ‌هایی مانند یادگیری اسپانیایی^۲ یا نکات انگلیسی^۳ زبان آموزان را به جامعه‌ای جهانی از علاقه‌مندان به زبان متصل می‌کنند.

گروه‌ها و جوامع فیس‌بوک فضای همکاری را برای یادگیرندگان زبان فراهم می‌کنند تا به یکدیگر متصل شوند، منابع را به اشتراک بگذارند و با هم تمرین کنند. گروه‌هایی مانند «زبان‌آموزان انگلیسی»^۴ یا «زبان‌آموزان فرانسوی»^۵ میزبان بحث‌ها، جلسات پرسش و پاسخ و رویدادهای زنده هستند که در آن اعضا می‌توانند با همتایان و گویشوران بومی تعامل داشته باشند. بخش رویدادهای فیس‌بوک به کاربران این امکان را می‌دهد که در کارگاه‌های آنلاین، وبینارها و جلسات تبادل زبان زنده شرکت کنند. معلمان و مؤسسات همچنین از صفحات فیس‌بوک برای اشتراک‌گذاری محتوا و سازماندهی کلاس‌های مجازی استفاده می‌کنند که این پلتفرم را به ابزاری چندمنظوره برای یادگیری رسمی و غیررسمی تبدیل می‌کند.

¹ Instagram Stories

² LearnSpanish

³ EnglishTips

⁴ English Language Learners

⁵ French Learners

«سلام زبان»^۱ یک اپلیکیشن تبادل زبان است که به طور خاص برای یادگیرندگان زبان طراحی شده است. این اپلیکیشن کاربران را با گویشوران بومی سراسر جهان متصل می‌کند و به آن‌ها این امکان را می‌دهد تا به تمرین مکالمه، شنیداری، خواندن و نوشتن بپردازند. ویژگی‌هایی مانند اصلاح متن، ضبط صدا و چت در زمان واقعی، محیطی عملی برای یادگیری فراهم می‌آورند. دیگر اپلیکیشن‌های خاص زبان، مانند تاندم^۲ و اسپیکی^۳، ویژگی‌های مشابهی دارند و بر تمرین مکالمه و تبادل فرهنگی تمرکز دارند. این پلتفرم‌ها برای یادگیرندگانی که به دنبال تعامل شخصی‌سازی شده و استفاده واقعی از زبان هستند، ایده‌آل به نظر می‌رسند.

تیک‌تاک^۴ به عنوان پلتفرمی غیرمترعارف اما مؤثر برای یادگیری زبان ظاهر شده است. ویدئوهای کوتاه و جذاب که توسط معلمان زبان و علاقه‌مندان ساخته می‌شوند، درس‌های سریعی در مورد اصطلاحات، زبان عامیانه و تلفظ ارائه می‌دهند. الگوریتم تیک‌تاک محتوای شخصی‌شده ارائه می‌دهد که آن را به روشی سرگرم‌کننده و قابل دسترس برای ادغام تمرین زبان در روتین‌های روزانه تبدیل می‌کند.

۲.۳ مزایای رسانه‌های اجتماعی برای یادگیرندگان زبان انگلیسی به عنوان زبان خارجی

رسانه‌های اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیر آموزش جدید تبدیل شده‌اند و مزایای فراوانی برای یادگیرندگان زبان انگلیسی به عنوان زبان خارجی ارائه می‌دهند. با فراهم کردن دسترسی به منابع متنوع، ایجاد محیط‌های یادگیری تعاملی و امکان تبادل فرهنگی، پلتفرم‌های رسانه‌های

^۱ HelloTalk

^۲ Tandem

^۳ Speaky

^۴ TikTok

اجتماعی نحوه‌ی یادگیری و تمرین زبان انگلیسی را دگرگون کرده‌اند. یکی از مهم‌ترین مزایای رسانه‌های اجتماعی، دسترسی آسان به مجموعه‌ای گسترده از منابع یادگیری زبان است که در دسترس یادگیرندگان قرار دارد. پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب، اینستاگرام و فیس‌بوک محتوای آموزشی غنی‌ای از جمله آموزش‌های گرامری، دروس واژگان، راهنماهای تلفظ و مکالمات واقعی ارائه می‌دهند. این دسترسی به یادگیرندگان این امکان را می‌دهد که مواد درسی خود را بر اساس سطح تسلط و اهداف یادگیری خود تنظیم کنند (الوهیبی^۱، ۲۰۱۵؛ مغوامی و همکاران^۲، ۲۰۱۵). پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی یادگیری تعاملی و همکاری را ارتقا می‌دهند، که این یکی از جنبه‌های ضروری در یادگیری زبان است. از طریق نظرها، پیام‌ها و بحث‌های گروهی، یادگیرندگان می‌توانند به‌طور فعال با تولیدکنندگان محتوا، هم‌تایان و گویشوران بومی تعامل داشته باشند. این تعامل درک عمیق‌تری از استفاده زبان ایجاد می‌کند و یادگیرندگان را به تمرین مهارت‌هایشان در زمان واقعی ترغیب می‌کند. ماهیت جذاب و سرگرم‌کننده رسانه‌های اجتماعی به حفظ انگیزه یادگیرندگان کمک می‌کند. ویژگی‌هایی مانند بازی‌سازی، آزمون‌های تعاملی و محتوای بصری جذاب باعث می‌شوند که یادگیری لذت‌بخش‌تر و کمتر ترسناک باشد. به عنوان مثال، ویدئوهای کوتاه و خلاقانه تیک‌تاک در مورد اصطلاحات، زبان عامیانه و تلفظ درس‌های سریع و جذابی را ارائه می‌دهند که با مخاطبان جوان‌تر هم‌خوانی دارد. علاوه بر این، توانایی رسانه‌های اجتماعی در پیگیری پیشرفت و جشن گرفتن دستاوردها باعث تقویت اعتماد به نفس یادگیرندگان می‌شود. پلتفرم‌هایی مانند دولینگو و ممرایز با استفاده از تابلوهای رده‌بندی، نشان‌ها

¹ Alwehaib

² Moghavvemi

و نوارهای پیشرفت، یادگیرندگان را به تمرین مداوم ترغیب می‌کنند. این حس موفقیت، یادگیرندگان را به حفظ تعهد به سفر یادگیری زبانشان انگیزه می‌دهد.

یادگیری زبان به‌طور ذاتی با درک فرهنگی ارتباط دارد و رسانه‌های اجتماعی در پل زدن شکاف‌های فرهنگی عملکرد بسیار خوبی دارند. با دنبال کردن حساب‌های کاربری از کشورهای مختلف، شرکت در جوامع آنلاین و تعامل با گویشوران بومی، یادگیرندگان زبان انگلیسی به بینش‌هایی در مورد فرهنگ‌ها و سنت‌های مختلف دست می‌یابند (بوید^۱، ۲۰۱۴؛ دورنیه و سزار^۲، ۲۰۱۳؛ کهون^۳، ۲۰۱۴). این آشنایی باعث افزایش مشارکت آن‌ها در زمینه‌های فرهنگی زبان انگلیسی می‌شود و مهارت‌های ارتباطی آن‌ها را بهبود می‌بخشد. تبادل‌های مجازی و فعالیت‌های فرهنگی در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام و فیس‌بوک به یادگیرندگان این امکان را می‌دهند که تنوع فرهنگی را از نزدیک تجربه کنند. این تعاملات به یادگیرندگان کمک می‌کند تا همدلی، تطبیق‌پذیری و دیدگاه جهانی را توسعه دهند، که مهارت‌های ضروری در دنیای به‌هم‌پیوسته امروزی هستند.

رسانه‌های اجتماعی به نیازها و برنامه‌های متنوع یادگیرندگان زبان انگلیسی به عنوان زبان خارجی پاسخ می‌دهند و گزینه‌های یادگیری منعطفی را ارائه می‌دهند. برخلاف محیط‌های کلاس درس سنتی، یادگیرندگان می‌توانند زمان، مکان و نحوه‌ی مطالعه خود را انتخاب کنند. این انعطاف‌پذیری به ویژه برای حرفه‌ای‌ها، دانش‌آموزان و افرادی که در مناطق دورافتاده هستند و

¹ Boyd

² Dörnyei & Csizér

³ Kohonen

دسترسی محدودی به آموزش رسمی دارند، مفید است. پلتفرم‌هایی مانند واتس اپ^۱ و تلگرام^۲ به یادگیرندگان این امکان را می‌دهند که به گروه‌های زبان پیوسته، منابع را به اشتراک بگذارند و در زمان مناسب خود تمرین کنند. این سازگاری اطمینان می‌دهد که یادگیرندگان می‌توانند تمرین زبان را در برنامه‌های روزانه خود ادغام کنند، بدون اینکه احساس فشار کنند.

رسانه‌های اجتماعی یادگیرندگان را به استفاده واقعی از زبان از طریق مکالمات واقعی، محتوای چندرسانه‌ای و مواد تولیدشده توسط کاربران می‌آورند. این اصالت به یادگیرندگان کمک می‌کند تا تفاوت‌های عبارات غیررسمی، عبارات اصطلاحی و ارجاعات فرهنگی را که معمولاً در کتاب‌های درسی سنتی وجود ندارد، درک کنند. با تعامل با گویشوران بومی در پلتفرم‌هایی مانند تویتر^۳ و ردیت^۴، یادگیرندگان می‌توانند الگوهای زبان طبیعی را مشاهده کرده و تقلید کنند. تماشای پخش زنده، شرکت در بحث‌ها و خواندن نظرها، همچنین درک و روانی گفتار را تقویت می‌کند (استاک‌ول^۵، ۲۰۱۵).

کهنون (۲۰۱۴) معتقد است که رسانه‌های اجتماعی، احساس تعلق به جامعه را در میان یادگیرندگان زبان انگلیسی به عنوان زبان خارجی تقویت می‌کنند؛ زیرا آن‌ها را به افرادی با اهداف مشابه متصل می‌کنند. گروه‌ها و انجمن‌های آنلاین فضایی برای یادگیرندگان فراهم می‌کنند تا تجربیات خود را به اشتراک بگذارند، مشاوره بگیرند و موفقیت‌های خود را جشن بگیرند. این حس تعلق محیطی مثبت و حمایتی برای یادگیری ایجاد می‌کند. معلمان و مربیان نیز نقش

¹ WhatsApp

² Telegram

³ Twitter

⁴ Reddit

⁵ Stockwell

مهمی در این جوامع ایفا می‌کند؛ زیرا راهنمایی می‌کند، به سوالات پاسخ می‌دهند و منابع ارزشمندی را به اشتراک می‌گذارند. این رویکرد همکاری تضمین می‌کند که یادگیرندگان در طول سفر یادگیری زبان خود احساس حمایت و تشویق دارند.

درحالی‌که رسانه‌های اجتماعی مزایای فراوانی دارند، ضروری است که چالش‌های آن‌ها را نیز مورد توجه قرار دهیم تا از اثربخشی آن‌ها به حداکثر برسیم. حواس‌پرتی‌ها، اطلاعات نادرست و نگرانی‌های حریم خصوصی از مشکلات رایجی هستند که یادگیرندگان و معلمان باید با آن‌ها مقابله کنند. تعیین مرزهای روشن، تمرین سواد دیجیتال و استفاده از منابع قابل اعتماد می‌تواند به کاهش این چالش‌ها کمک کند. مؤسسات و سیاست‌گذاران باید همچنین به سمت تأمین دسترسی برابر به فناوری و اینترنت حرکت کنند تا یادگیرندگان از هر زمینه‌ای بتوانند از توانایی رسانه‌های اجتماعی بهره‌مند شوند.

۳,۳ چالش‌ها و محدودیت‌ها

استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای افزایش انگیزه در زبان دوم در میان زبان‌آموزان انگلیسی به‌عنوان زبان خارجی در سال‌های اخیر توجه زیادی را جلب کرده است. با وجود مزایای آن، چالش‌ها و محدودیت‌های متعددی مانع از اثربخشی آن می‌شوند. این موارد شامل حواس‌پرتی‌ها، وابستگی زیاد به یادگیری غیررسمی، نگرانی‌های حریم خصوصی و امنیت، و مشکلات دسترسی برای برخی از یادگیرندگان است. یکی از چالش‌های عمده‌ای که در ارتباط با استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای انگیزش وجود دارد، امکان ایجاد حواس‌پرتی است. پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که توجه کاربران را با ترکیبی از

سرگرمی، تبلیغات و تعاملات اجتماعی جلب کنند که می‌تواند یادگیرندگان را از اهداف آموزشی اصلی‌شان منحرف کند. برای مثال، یک زبان‌آموز ممکن است از پلتفرمی مانند یوتیوب برای تماشای آموزش‌های زبان انگلیسی استفاده کند، اما به سرعت توسط محتوای نامربوطی مانند ویدئوهای ویروسی یا کلیپ‌های موسیقی حواس‌پرت شود. این امر هدف اصلی استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار یادگیری را تضعیف می‌کند. علاوه بر این، وابستگی زیاد به روش‌های یادگیری غیررسمی که توسط رسانه‌های اجتماعی تسهیل می‌شود، می‌تواند منجر به تجربه آموزشی نامتعادل شود. برخلاف آموزش‌های ساختارمند در کلاس‌های درس، رسانه‌های اجتماعی فاقد برنامه‌ی درسی استاندارد و راهنمایی حرفه‌ای هستند. زبان‌آموزان ممکن است دانش پراکنده‌ای ایجاد کنند و بر موضوعات مختلف روز تمرکز کنند؛ درحالی‌که دستور زبان، واژگان و دقت زبانی پایه را نادیده بگیرند. درحالی‌که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به یادگیری سنتی افزوده شوند، وابستگی بیش از حد به آن ممکن است شکاف‌هایی در مهارت‌های یادگیرندگان ایجاد کند.

مسائل حریم خصوصی و امنیت، محدودیت دیگری است که باید در نظر گرفته شود. پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی معمولاً از کاربران می‌خواهند که اطلاعات شخصی خود را به اشتراک بگذارند، که ممکن است آنها را در معرض خطراتی مانند سرقت هویت، کلاهبرداری‌های سایبری یا تماس‌های ناخواسته قرار دهد. برای زبان‌آموزان جوان یا آسیب‌پذیر این خطرات مشهودتر است. مشارکت در جوامع جهانی برای تمرین زبان انگلیسی هر چند مفید است، گاهی می‌تواند منجر به مواجهه با محتوای نامناسب شود. (لیوینگستون^۱، ۲۰۱۸). علاوه بر این،

¹ Livingstone

سیاست‌های حریم خصوصی پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی معمولاً پیچیده و دشوار هستند و کاربران را از چگونگی جمع‌آوری، ذخیره‌سازی یا به اشتراک‌گذاری داده‌هایشان بی‌اطلاع می‌گذارد. این فقدان شفافیت می‌تواند مانع از استفاده کامل زبان‌آموزان و معلمان از رسانه‌های اجتماعی برای یادگیری زبان شود. مؤسسات و معلمان همچنین ممکن است با چالش‌هایی در تضمین محیطی امن برای دانش‌آموزان در فضای آنلاین روبه‌رو شوند که این موضوع باعث محدودیت بیشتر استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری انگیزشی می‌شود. درحالی‌که رسانه‌های اجتماعی توانایی دسترسی به منابع یادگیری زبان دوم را دارند، در عین حال عدم دسترسی برابر، یکی از چالش‌های اساسی این حوزه به شمار می‌آید. همه زبان‌آموزان دسترسی قابل اعتمادی به اینترنت یا دستگاه‌های لازم برای استفاده از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی ندارند. عوامل اجتماعی-اقتصادی نقش زیادی در تعیین اینکه آیا زبان‌آموزان می‌توانند از این ابزارها بهره‌مند شوند یا خیر دارند. برای مثال، یادگیرندگان در جوامع محروم ممکن است از گوشی‌های هوشمند، رایانه‌ها یا اتصال اینترنت پایدار بی‌بهره باشند و به این ترتیب از فرصت‌های یادگیری آنلاین محروم شوند. موانع زبانی در خود پلتفرم‌ها نیز می‌توانند چالش‌هایی ایجاد کنند. بسیاری از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی عمده‌تاً برای مخاطبان انگلیسی‌زبان طراحی شده‌اند که ممکن است یادگیرندگان مبتدی انگلیسی را از مشارکت کامل بازدارد. علاوه بر این، سواد دیجیتالی لازم برای استفاده مؤثر از این پلتفرم‌ها برای برخی از کاربران، به‌ویژه کسانی که از نسل‌های مسن‌تر یا مناطق کمتر پیشرفته از نظر فناوری هستند، یک مانع دیگر به شمار می‌رود.

۱.۴ مطالعات کلیدی در مورد رسانه‌های اجتماعی و انگیزش زبان دوم

مطالعات تجربی اخیر، نقش رسانه‌های اجتماعی را در افزایش انگیزش زبان در میان زبان‌آموزان انگلیسی به عنوان زبان خارجی بررسی کرده‌اند و دیدگاه‌های ارزشمندی در مورد مزایا و چالش‌های آن ارائه داده‌اند. مطالعه‌ای توسط وانگ و واسکز^۱ (۲۰۲۱) تأثیر پلتفرم‌های شبکه اجتماعی مانند فیس‌بوک و اینستاگرام بر انگیزش یادگیرندگان برای تمرین زبان انگلیسی را مورد بررسی قرار داد. یافته‌ها نشان داد که این پلتفرم‌ها حس جامعه‌محوری را تقویت کرده و یادگیرندگان را به استفاده واقعی از زبان تشویق می‌کنند. با این حال، این مطالعه همچنین به لزوم راهنمایی برای حداکثر کردن نتایج یادگیری اشاره کرد؛ چرا که تعاملات غیر ساختاری اغلب به دستاوردهای زبانی محدود منجر می‌شد. تحقیق دیگری توسط سان و لین^۲ (۲۰۲۲) بر نقش یوتیوب در توسعه مهارت‌های شنیداری و گفتاری در میان یادگیرندگان زبان انگلیسی متمرکز بود. این مطالعه نشان داد که یادگیرندگانی که با محتوای آموزشی در یوتیوب به طور فعال درگیر بودند، بهبود قابل توجهی در مهارت‌های زبانی خود تجربه کردند. طبیعت تعاملی این پلتفرم، همراه با دسترسی به منابع متنوع، آن را بسیار جذاب ساخت. با این حال، حواس‌پرتی‌ها و عدم هم‌راستایی با برنامه‌ی درسی به عنوان معایب احتمالی ذکر شد. مطالعه‌ای طولی توسط آل-شهری^۳ (۲۰۲۰) تأثیر انگیزشی استفاده از تویتر برای میکروبلایگینگ و تعامل همتاها را در میان یادگیرندگان زبان انگلیسی سعودی مورد بررسی قرار داد. یافته‌ها نشان دادند که این پلتفرم‌ها،

¹ Wang & Vasquez

² Sun & Lin

³ Al-Shehri

مشارکت منظم را تشویق کرده و اعتماد به نفس در استفاده از زبان انگلیسی را افزایش می‌دهد. علی‌رغم این مزایا، برخی از یادگیرندگان نگرانی‌هایی درباره‌ی حریم خصوصی و فشار برای تولید پست‌های دستوری صحیح داشتند که گاهی اوقات مشارکت را کاهش می‌داد. در نهایت، یک فراتحلیل توسط ژائو و همکاران^۱ (۲۰۲۳) داده‌های مختلفی از مطالعات مرتبط با استفاده از رسانه‌های اجتماعی در یادگیری زبان دوم را تجزیه و تحلیل کرد. این تحلیل نشان داد، در حالی که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند انگیزش را از طریق تجربیات همکاری و تعامل به طور قابل توجهی افزایش دهند، اثربخشی آن‌ها بستگی به عواملی مانند سواد دیجیتال یادگیرندگان، دسترسی به فناوری و کیفیت تعاملات آنلاین دارد. این مطالعه بر اهمیت ادغام رسانه‌های اجتماعی با روش‌های یادگیری سنتی برای دستیابی به نتایج متوازن تأکید کرد.

آلبرت^۲ (۲۰۱۹) تأثیر فیس‌بوک بر انگیزش درونی دانش‌آموزان، خودکارآمدی نوشتاری و عملکرد نوشتاری را بررسی کرد و دریافت که استفاده از فیس‌بوک تأثیر مثبتی بر انگیزش و خودکارآمدی داشت که منجر به بهبود عملکرد نوشتاری شد. به طور مشابه، لای و تای^۳ (۲۰۲۱) تأثیر فعالیت‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی را بر انگیزش یادگیری زبان در میان جوانان جنوب و جنوب شرقی آسیا در هنگ کنگ بررسی کردند و دریافتند که هم مصرف منفعل و هم مشارکت فعال به طور مثبت انگیزش را از طریق شناسایی فرهنگی و توسعه خود ایده‌آل زبان تحت تأثیر قرار می‌دهد. سولماز^۴ (۲۰۱۸) تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر انگیزش یادگیرندگان زبان دوم را

¹ Zhao et al.

² Alberth

³ Lai and Tai

⁴ Solmaz

بررسی کرد و دریافت که این پلتفرم‌ها به یادگیرندگان فرصت‌هایی برای استفاده و تعامل با زبان واقعی ارائه می‌دهند که انگیزش آن‌ها را برای یادگیری زبان افزایش می‌دهد.

دیرجال، قپانچی و غنصولی (۲۰۲۰) بر استفاده از اسکایپ برای تقویت انگیزش و مهارت‌های شنیداری در میان یادگیرندگان زبان انگلیسی عراقی تمرکز کردند و نتیجه گرفتند که ادغام اسکایپ در یادگیری زبان موجب بهبود قابل توجهی در انگیزش و توانایی‌های شنیداری شد. عبدالله (۲۰۱۹) تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مهارت‌های زبان انگلیسی در میان دانش‌آموزان کُردی را بررسی کرد و اشاره کرد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی انگیزش را افزایش داده و فرصت‌های اضافی برای تمرین فراهم می‌آورد که منجر به بهبود مهارت‌ها شد. نستوشن (۲۰۲۲) مزایا و چالش‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی در یادگیری زبان را مرور کرد و تأکید کرد که رسانه‌های اجتماعی مهارت‌های خواندن، نوشتن و واژگان را بهبود می‌بخشند و انگیزش را افزایش می‌دهند، هرچند چالش‌ها شامل ادغام یادگیری و مدیریت تکالیف هستند.

سیرت هانسون و کارلسون^۱ (۲۰۱۴) نقش انگیزش در استفاده از فناوری در برنامه‌های تحصیلی خارج از کشور را بررسی کردند و دریافتند که دانش‌آموزان با انگیزه بالا، دستاوردهای زبانی بیشتری دارند و به طور راهبردی از فناوری برای تقویت یادگیری زبان استفاده می‌کنند. غفار^۲ (۲۰۲۳) یک مرور جامع در مورد تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر زبان‌آموزی انجام داد و نتیجه گرفت که رسانه‌های اجتماعی مزایایی مانند ورودی واقعی، کاهش اضطراب و افزایش فرصت‌های

¹ Hanson & Carlson

² Ghafar

ارتباطات بین فرهنگی را ارائه می‌دهند که انگیزش زبان را تقویت می‌کنند. لای و گو^۱ (۲۰۱۱) بررسی کردند که چگونه یادگیرندگان از فناوری برای یادگیری زبان خارج از کلاس استفاده می‌کنند و گزارش دادند که پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به یادگیرندگان کمک می‌کنند تا اهداف خود را تعیین کرده، منابع را انتخاب و پیشرفت خود را نظارت کنند که منجر به افزایش انگیزش و استقلال می‌شود. در نهایت، دالتون^۲ (۲۰۱۱) استفاده از چت اسکایپ را در تسهیل تعامل برای یادگیری زبان انگلیسی دوم بررسی کرد و نشان داد که ابزارهای شبکه اجتماعی فرصت‌های تعامل ارزشمندی را فراهم کرده و انگیزش را تقویت کرده و به توسعه زبان کمک می‌کنند.

۲.۴ روندهای تحقیقاتی در زمینه‌ی نقش رسانه‌های اجتماعی و انگیزش زبان دوم

تحقیقات در مورد نقش رسانه‌های اجتماعی در تقویت انگیزش زبان دوم در میان زبان‌آموزان انگلیسی به عنوان زبان خارجی به طور مداوم چندین موضوع مشترک را برجسته کرده است. یکی از موضوعات رایج، ماهیت تعاملی بسترهای رسانه‌های اجتماعی است که به تقویت مشارکت اجتماعی و استفاده واقعی از زبان کمک می‌کند. مطالعات اغلب بر این نکته تأکید دارند که بسترهای برخط مانند فیس‌بوک، اینستاگرام و یوتیوب، فرصت‌هایی را برای زبان‌آموزان فراهم می‌کنند تا زبان انگلیسی را در زمینه‌های واقعی تمرین کنند. موضوع دیگری که به طور مکرر مطرح می‌شود، دسترسی به منابع متنوع و غنی از چندرسانه‌ای است که به سبک‌های یادگیری و مختلف جذاب انجام می‌شود. از نظر روش‌شناسی، رویکردهای کیفی و ترکیبی در این حوزه

¹ Lai & Gu

² Dalton

غالب هستند. پژوهشگران اغلب از نظرسنجی‌ها، مصاحبه‌ها و گروه‌های تمرکز برای درک برداشت‌ها و تجربیات زبان‌آموزان استفاده می‌کنند. طرح‌های تجربی، مانند پیش‌آزمون‌ها و پس‌آزمون‌ها، نیز برای اندازه‌گیری تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مهارت زبان و انگیزش به کار می‌روند. مطالعات طولی، اگر چه کمتر رایج هستند، در ثبت تغییرات انگیزش زبان‌آموزان در طول زمان نقش اساسی دارند.

با وجود افزایش حجم مطالعات، شکاف‌های قابل توجهی در تحقیقات در زمینه‌ی رسانه‌های اجتماعی و انگیزش زبان دوم وجود دارد. یکی از شکاف‌های حائز اهمیت، بی‌توجهی به گروه‌های زبان‌آموزی است که کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند؛ مانند زبان‌آموزانی که از مناطق روستایی یا مناطق اقتصادی آسیب‌دیده هستند و ممکن است دسترسی محدودی به فناوری داشته باشند. این غفلت باعث محدودیت در تعمیم‌یابی یافته‌ها می‌شود و مسائل برابری در یادگیری زبان را نادیده می‌گیرد. شکاف دیگر، کاوش ناکافی ویژگی‌های خاص هر بستر یادگیری و تأثیرات منحصر به فرد آن‌ها بر انگیزش است. درحالی‌که بسیاری از مطالعات استفاده از رسانه‌های اجتماعی را به‌طور کلی بررسی می‌کنند، مطالعات کمتری به امکانات خاص بسترهای یادگیری فردی می‌پردازند، مانند نقش توصیه‌های الگوریتمی در یوتیوب یا پتانسیل ایجاد جامعه در گروه‌های فیس‌بوک. علاوه بر این، نیاز به چارچوب‌های نظری قوی‌تری برای راهنمایی تحقیقات وجود دارد. بسیاری از مطالعات به نظریه‌های عمومی انگیزشی تکیه دارند، بدون اینکه آن‌ها را به زمینه‌ی خاص رسانه‌های اجتماعی و یادگیری زبان دوم تطبیق دهند. توسعه‌ی چارچوب‌های خاص زمینه می‌تواند بینش‌های عمیق‌تری در مورد چگونگی و چرایی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر انگیزش فراهم کند. در نهایت، تأثیرات بلندمدت استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای یادگیری زبان دوم

هنوز به اندازه کافی بررسی نشده است. در حالی که مطالعات کوتاه‌مدت نشان‌دهنده مزایای فوری هستند، اطلاعات کمی در مورد پایداری این تأثیرات یا پیامدهای آن‌ها برای توسعه‌ی کلی زبان‌آموزان وجود دارد.

۵. نتیجه‌گیری

یافته‌های مطالعات اخیر بر قدرت رسانه‌های اجتماعی در تقویت انگیزش زبان دوم در میان زبان‌آموزان انگلیسی به عنوان زبان خارجی تأکید دارند. با ایجاد فرصت‌هایی برای استفاده واقعی از زبان، رسانه‌های اجتماعی حس اجتماعی و مشارکت را تقویت می‌کنند که اغلب در کلاس‌های درس سنتی وجود ندارد. پلتفرم‌هایی مانند فیس‌بوک، اینستاگرام و یوتیوب به زبان‌آموزان این امکان را می‌دهند که با گویشوران بومی و همسالان ارتباط برقرار کنند و زمینه‌های واقعی برای تمرین زبان انگلیسی فراهم سازند. این تعاملات به زبان‌آموزان کمک می‌کند تا اعتماد به نفس خود را بسازند و اضطراب خود را کاهش دهند که از عوامل حیاتی در حفظ انگیزش هستند. علاوه بر این، پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی منابع غنی از چندرسانه‌ای ارائه می‌دهند که به سبک‌های یادگیری متنوع پاسخ می‌دهند. ویدئوها، پادکست‌ها و پست‌های تعاملی یادگیری زبان را جذاب‌تر و پویاتر می‌کنند و به زبان‌آموزان کمک می‌کنند تا در طول زمان، انگیزه خود را حفظ کنند. دسترسی فوری و آسان به محتوای این پلتفرم‌ها همچنین موجب تشویق به تمرین منظم می‌شود که جزء موارد کلیدی در یادگیری زبان است. با این حال، تأثیرات این روند فراتر از زبان‌آموزان فردی می‌رود. معلمان می‌توانند از رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری مکمل برای تقویت آموزش سنتی استفاده کنند. با ترکیب فعالیت‌های ساختارمند با فرصت‌های یادگیری غیررسمی موجود در رسانه‌های اجتماعی، معلمان می‌توانند محیطی متعادل‌تر و مؤثرتر برای

یادگیری ایجاد کنند. علاوه بر این، درک ویژگی‌های منحصر به فرد هر پلتفرم به معلمان این امکان را می‌دهد که راهبردهای خود را برای برآورده کردن اهداف خاص یادگیری تنظیم کنند.

برای یکپارچه‌سازی رسانه‌های اجتماعی در آموزش زبان انگلیسی به عنوان زبان خارجی، معلمان می‌توانند محتوای مرتبط و جذاب از پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب، اینستاگرام و تیک‌تاک گردآوری کنند تا با اهداف خاص یادگیری هم‌راستا باشند. برای مثال، معلمان می‌توانند فهرست‌های پخش ویدئوهایی که بر روی گسترش واژگان، تلفظ یا بینش‌های فرهنگی تمرکز دارند ایجاد کنند. وظایف تعاملی می‌توانند دانش‌آموزان را تشویق کنند تا با رسانه‌های اجتماعی به روش‌های معنادار درگیر شوند، مانند ایجاد پست‌های وبلاگ، شرکت در گروه‌های تبادل زبان یا کامنت‌گذاری بر روی ویدئوهای آموزشی که استفاده واقعی از زبان را ترویج می‌دهد و به آن‌ها کمک می‌کند، مهارت‌های خود را در زمینه‌های واقعی به کارگیرند. بازی‌سازی، از طریق ویژگی‌هایی مانند آزمون‌ها، نظرسنجی‌ها و چالش‌ها در پلتفرم‌هایی مانند استوری‌های اینستاگرام یا توییتر، یادگیری را تعاملی‌تر و لذت‌بخش‌تر می‌کند و با وارد کردن عناصر سرگرمی و رقابت، انگیزه‌ی دانش‌آموزان را افزایش می‌دهد. رسانه‌های اجتماعی همچنین از همکاری همسالان از طریق پروژه‌های گروهی، انجمن‌های بحث و ایجاد محتوای مشترک تسهیل می‌کنند، با پلتفرم‌هایی مانند گروه‌های فیس‌بوک یا کانال‌های اسلک که به دانش‌آموزان این امکان را می‌دهند که ایده‌ها را به اشتراک بگذارند، بازخورد بدهند و از یکدیگر بیاموزند. علاوه بر این، معلمان می‌توانند اپلیکیشن‌ها یا صفحات خاصی مانند کانال‌های یادگیری زبان یا پادکست‌ها را برای ارائه فرصت‌های یادگیری تکمیلی پیشنهاد کنند و دسترسی به منابع با کیفیت و ساختارمند را تضمین کنند.

نقش رسانه‌های اجتماعی در تقویت انگیزش زبان دوم در میان زبان‌آموزان انگلیسی به عنوان زبان خارجی به طور گسترده‌ای به رسمیت شناخته شده است. یافته‌های کلیدی از مطالعات اخیر نشان می‌دهد که چگونه پلتفرم‌هایی مانند فیس‌بوک، اینستاگرام و یوتیوب، محیط‌های یادگیری واقعی، جذاب و مبتنی بر جامعه را ایجاد می‌کنند. این پلتفرم‌ها همکاری را تقویت کرده، اعتماد به نفس را افزایش و اضطراب را کاهش می‌دهند که برای حفظ انگیزش ضروری هستند. علاوه بر این، در دسترس بودن منابع متنوع چندرسانه‌ای به سبک‌های یادگیری مختلف پاسخ می‌دهد و یادگیری زبان را پویا و مؤثرتر می‌سازد. با وجود این مزایا، چالش‌هایی مانند حواس‌پرتی‌ها، نگرانی‌های حریم خصوصی و تفاوت‌های دسترسی، پتانسیل کامل رسانه‌های اجتماعی در یادگیری زبان را محدود می‌کنند. رسیدگی به این چالش‌ها، نیازمند تلاش‌های هماهنگ از سوی معلمان، سیاست‌گذاران و توسعه‌دهندگان پلتفرم‌ها است تا استفاده ایمن، عادلانه و مؤثر از رسانه‌های اجتماعی در زمینه‌های آموزشی را تضمین کنند. با نگاه به آینده، تحقیقات و نوآوری‌های مستمر ضروری است. مطالعات آینده باید پلتفرم‌های نوظهور، بازی‌سازی و فناوری‌های تطبیقی را بررسی کنند و همچنین تأثیرات بلندمدت و میان‌فرهنگی رسانه‌های اجتماعی بر انگیزش زبان دوم را مورد مطالعه قرار دهند. با پر کردن شکاف‌های موجود و توسعه استراتژی‌های قوی، معلمان و پژوهشگران می‌توانند پتانسیل کامل رسانه‌های اجتماعی را برای الهام‌بخشی و توانمندسازی زبان‌آموزان انگلیسی به عنوان زبان خارجی در سراسر جهان باز کنند. در نتیجه، رسانه‌های اجتماعی ابزاری قدرتمند برای تقویت انگیزش زبان دوم به شمار می‌آید، اما یکپارچه‌سازی مؤثر آن در یادگیری زبان نیاز به رویکردی متعادل، مدبرانه و فراگیر دارد. با

پیشرفت‌ها و تحقیقات پیوسته، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند نقش فزاینده‌ای در شکل‌دهی به آینده آموزش زبان ایفا کنند.

فهرست منابع

Abdullah, Z. H. A. (2020). The impacts of social media on Kurdish EFL students' English language proficiency. *Journal of Tikrit University for Humanities*, 27(5), 89-105.

Alamer, A. (2021). Grit and language learning: Construct validation of L2-grit and its relation to later vocabulary knowledge. *Educational Psychology*, 41(5), 635–652.
<https://doi.org/10.1080/01443410.2021.1930221>

Alamer, A., & Lee, J. (2019). A motivational process model explaining L2 Saudi students' achievement of English. *System*, 87, 102133.
<https://doi.org/10.1016/j.system.2019.102133>

Alberth, B. (2019). The impact of Facebook on students' intrinsic motivation, writing self-efficacy, and writing performance. *International Journal of Language Teaching and Education*, 4(1), 53-60.

Alshehri, O. A. (2021). Examining the existing reality of using social media as e-learning tools at an Emerging University in Saudi Arabia from the viewpoint of tutors and students (Doctoral dissertation, University of Glasgow). University of Glasgow. <https://theses.gla.ac.uk/82056/>

Alwehaibi, H. O. (2015). The impact of using YouTube in EFL classroom on enhancing EFL students' content learning. *Journal of College Teaching & Learning (TLC)*, 12(2), 121–126.

Bernaus, M., & Gardner, R. C. (2008). Teacher motivation strategies, student perceptions, student motivation, and English achievement. *The Modern Language Journal*, 92(3), 387-401.

Boyd, d. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teenagers*. Yale University Press.

Choi, Y., & Lee, J. (2021). Exploring the educational benefits of social media use for collaborative learning: A meta-analysis. *Computers & Education*, 173, 104276. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104276>

Csizér, K., & Dörnyei, Z. (2005). The internal structure of language learning motivation and its relationship with language choice and learning effort. *The Modern Language Journal*, 89(1), 19–36.
<https://doi.org/10.1111/j.0026-7902.2005.00263.x>

Dalton, M. L. (2011). *Social networking and second language acquisition: Exploiting Skype™ Chat for the purpose of investigating interaction in L2 English learning*. Iowa State University.

Dalton, M. L. (2011). *Social networking and second language acquisition: Exploiting Skype™ Chat for the purpose of investigating interaction in L2 English learning*. Iowa State University.

Deng, L., & Tavares, N. J. (2020). From Moodle to Facebook: Exploring students' motivation in online communities. *Smart Learning Environments*, 7(1), 1-16. <https://doi.org/10.1186/s40561-020-00118-7>

Dirjal, A. H., Ghapanchi, Z., & Ghonsooly, B. (2020). Role of social media application in promoting motivation and listening skill of Iraqi EFL learners: a Skype-Based study. *Asian Social Science*, 16(8), 20-30.

Dirjal, A. H., Ghapanchi, Z., & Ghonsooly, B. (2020). Role of social media application in promoting motivation and listening skill of Iraqi EFL learners: a Skype-Based study. *Asian Social Science*, 16(8), 20-32.

Doleck, T., & Lemay, D. J. (2020). Social media and academic performance: A review. *Education and Information Technologies*, 25(1), 259-274. <https://doi.org/10.1007/s10639-019-09900-0>

Dörnyei, Z., & Csizér, K. (1998). Ten commandments for motivating language learners: Results of an empirical study. *Language Teaching Research*, 2(3), 203–229. <https://doi.org/10.1177/136216889800200303>

Dörnyei, Z., & Csizér, K. (2013). The dynamic interplay between L2 motivation and personality: A narrative inquiry. *Language Learning*, 63(1), 1-46.

Dörnyei, Z., & Ryan, S. (2015). *The psychology of the language learner revisited*. Routledge.

Dörnyei, Z., & Ushioda, E. (2013). *Teaching and researching motivation* (2nd ed.). Routledge.

Gardner, A. (2010). Revising integrative motivation: L2 motivation research and learner context.

Gardner, R. C. (2019). Looking back and looking forward. In A. H. Al-Hoorie & P. D. MacIntyre (Eds.), *Contemporary language motivation theory: 60 years since Gardner and Lambert (1959)* (pp. 5–14). *Multilingual Matters*. <https://doi.org/10.21832/9781788925204-005>

Gardner, R. C., & MacIntyre, P. D. (1991). An instrumental motivation in language study: Who says it isn't effective? *Studies in Second Language Acquisition*, 13(1), 57–72. <https://doi.org/10.1017/S0272263100009724>

Ghafar, Z. N. (2023). *Social Media in Language Learning: Implications for Second Language Motivation and Linguistic Acquisition: a Comprehensive Review*.

González, C., de la Rubia-Cuesta, M., & Cabezas-González, M. (2022). Cyberbullying: Its impact on students' academic and psychological well-being. *Psychology in the Schools*, 59(8), 1536-1550. <https://doi.org/10.1002/pits.22642>

Hernández, T. A. (2006). Integrative motivation as a predictor of success in the intermediate foreign language classroom. *Foreign Language Annals*, 39(4), 605–617. <https://doi.org/10.1111/j.1944-9720.2006.tb02275.x>

Hsieh, P. P.-H., & Kang, H.-S. (2010). Attribution and self-efficacy and their interrelationship in the Korean EFL context. *Language Learning*, 60(3), 606–627. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9922.2010.00570.x>

Jao, C. Y., Yeh, H. C., Huang, W. R., & Chen, N. S. (2024). Using video dubbing to foster college students' English-speaking ability. *Computer Assisted Language Learning*, 37(4), 585-607.

Kohonen, V. (2014). The impact of social media on language learning: A literature review. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 9(4), 41-52.

Lai, C., & Gu, M. (2011). Self-regulated out-of-class language learning with technology. *Computer assisted language learning*, 24(4), 317-335.

Lai, C., & Tai, C. P. (2021). Types of social media activities and Hong Kong South and Southeast Asians youth's Chinese language learning motivation. *System*, 97, 102432, 1–13.
<https://doi.org/10.1016/j.system.2020.102432>

Lara-Cabrera, R., Ortega, F., Talavera, E., & López-Fernández, D. (2023). Using 3D printed badges to improve student performance and reduce dropout rates in STEM higher education. *arXiv preprint arXiv:2303.08939*.

Li, J., Tam, C. Y., Tai, A. P., & Lau, N. C. (2021). Vegetation-heatwave correlations and contrasting energy exchange responses of different vegetation types to summer heatwaves in the Northern Hemisphere during the 1982–2011 period. *Agricultural and Forest Meteorology*, 296, 108208.

Livingstone, S. (2018). Children, risk and the digital environment. *Annual Review of Psychology*, 69, 457-483.

- Locke, E. A., & Latham, G. P. (2002). Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: A 35-year odyssey. *American Psychologist*, 57(9), 705–717. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.57.9.705>
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A., Jaafar, N. I., & Kasem, N. (2018). Social media as a complementary learning tool for teaching and learning: The case of YouTube. *The International Journal of Management Education*, 16(1), 37–42.
- Moro, C., Štromberga, Z., Raikos, A., & Stirling, A. (2017). The effectiveness of virtual and augmented reality in health sciences and medical anatomy: VR and AR in Health Sciences and Medical Anatomy. *Anatomical Sciences Education*
- Nasution, A. K. P. (2022). Social media used in language learning: benefits and challenges. *Journal of Linguistics, Literature, and Language Teaching (JLLLT)*, 1(2), 59-68.
- Okonkwo, C. W., & Ade-Ibijola, A. (2021). Role of AI chatbots in education: systematic literature review. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*.
- Seibert Hanson, A. E., & Carlson, M. T. (2014). The roles of first language and proficiency in L2 processing of Spanish clitics: Global effects. *Language Learning*, 64(2), 310-342.
- Solmaz, O. (2018). Social Networking Sites: Cross-Cultural Perspectives, Implications, and Applicable Frameworks for L2 Teaching and Learning. In *Cross-Cultural Perspectives on Technology-Enhanced Language Learning* (pp. 118-129). IGI Global.
- Solmaz, O. (2024). Impacts of digital applications on emergent multilinguals' language learning experiences: the case of Duolingo. *Education and Information Technologies*, 1-30.

Stockwell, G. (2015). Twitter and language learning: Exploring the pedagogical potential of micro-blogging. *Language Learning & Technology*, 19(1), 3-22.

Sun, X., & Lin, Y. (2022). The effect of using YouTube videos on the development of first year secondary students'EFL listening comprehension performance. *Ejournal Undiksha*, 11(2), 1175-1184.

Ushioda, E. (2019). Researching L2 motivation: Past, present and future. *The Palgrave handbook of motivation for language learning*, 661-682.

Vasquez, H. E. (2023). *The effects of social media on investment decisions within an online community* (Doctoral dissertation, Northcentral University). ProQuest Dissertations and Theses Global.

Wang, T.-H., & Chiu, M.-H. (2015). Study the effectiveness of technology-enhanced interactive teaching environment on student learning of junior high school biology. *Creative Education*, 6(6), 608-620. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/281962207_Study_the_Effectiveness_of_Technology-Enhanced_Interactive_Teaching_Environment_on_Student_Learning_of_Junior_High_School_Biology

Yilmaz, R. M., Topu, F. B., & Tulgar, A. T. (2022). An examination of vocabulary learning and retention levels of pre-school children using augmented reality technology in English language learning. *Education and Information Technologies*, 27, 1-20. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10614-7>

Zhao, X., & Yang, Y. (2023). Impact of social media-supported flipped classroom on English as a foreign language learners' writing performance and anxiety. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 1052737, 1-14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1052737>

Zhao, Y., Wang, L., & Zhang, J. (2023). The Effects of Social Media Use on Second Language Learning: A Meta-Analysis. *Foreign Language Annals*, 56(3), 822–841.