

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل العلمي للطلاب الجامعي

دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة الملك خالد

The impact of social media sites on the academic achievement of university student

A survey study on a sample of King Khalid University students

عبد الرحمن عبدالله سعد ال خويتم الاسمري

جامعة الملك خالد (السعودية), a.alasmari00@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2022/12/31 تاريخ القبول: 2023/01/05 تاريخ النشر: 2023/01/20

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل العلمي للطلاب الجامعي و الوصول لنقاط التأثير التي تمارسها هذه الوسائل والتعرف على أخلاقيات ومصداقية وثقة ما ينشر فيها ومعرفة مدى ثقة الطالب حيال ذلك ومعرفة إيجابياتها وسلبياتها ومستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في ظل تأثيرها على الطالب وعلى العملية التعليمية، وقد تم استخدام المنهج المسحي (دراسة مسحية)، حيث يعد البحث المسحي من أنواع المنهج الوصفي، ويتصف هذا النوع من الدراسات بالإتساع والشمول. كلمات مفتاحية: تأثير, مواقع التواصل الاجتماعي, التحصيل العلمي, الطالب الجامعي

Abstract:

This study aims to know the impact of social media sites on the educational attainment of the university student and to reach the points of impact of these means, to learn about the ethics, credibility and confidence of what is published in them, to know the student's confidence about it, to know the positives and disadvantages and the future of social media in view of its impact on the student and the educational process, and the survey curriculum has been used (survey study), where survey research is a type of descriptive curriculum, and this type of study is characterized by breadth and comprehensiveness.

Keywords: Impact, Social Media Sites, Academic Achievement, University Student

*المؤلف المرسل

المقدمة:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي مرحلة انتقالية عظمى لوسائل الإعلام في العالم أجمع ومدى تأثيرها القوي على جميع عناصر المجتمع وعلى الطالب الجامعي تحديداً كونها أصبحت محوراً لالتقاء بعضهم البعض عن بعد إما لمناقشة البحث أو التسلية أو متابعة الأحداث السياسية والرياضية والإقتصادية وغيرها ، وفي المقابل أصبحت لدى البعض تسبب لهم العزلة وتدخلهم في دوامة أو مجتمع لا ينطبق مع المجتمع الحقيقي الذي يعيشون فيه وهذا ما يسبب الإنفصام لدى البعض بحيث ينسى ماهو من المفترض أن يعيشه ويندمج مع هذه المواقع التي قد تحمل أفكاراً أو توجهات تعارض الكثير من المبادئ والقيم.

كان لظهور شبكات التواصل الاجتماعي دور كبير في نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه، أعطت مستخدميها فرصاً أكبر للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود، كما خلقت قنوات للتفاعل المباشر والفوري بينها وبين الجماهير في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف إحتكار صناعة الرسالة الإعلامية، لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية . (محمود، 2011: 14).

غياب الرقيب عن مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى فتح المجال أمام الطالب الجامعي تحديداً في اعتماد هذه الوسائل لمنهج حياة يومي لا يمكن التخلي عنه والذي قد يضعف المستوى الدراسي لهم كونها تأخذ الكثير من الوقت خلال اليوم.

في المقابل لعبت هذه المواقع في فتح مجالات إيجابية تتمثل في عمل ورش عمل بين الطلاب لمناقشة موضوعات دراسية مختلفة وإلى نشر الدراسات والأبحاث وآخر الإحصاءات العلمية والجامعية وأيضاً فتح الأفق لمجالات التعاون بين الطلاب فيما فيه منفعة لهم ولمجتمعهم.

إن الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام يتمثل في قدرتها الكبيرة على تغيير القيم والإتجاهات وحتى طريقة التفكير، ويشير إلى ذلك (سيرز وآخرون: 2010) عندما يؤكدون أن عملية التغيير هذه تتم من خلال الإنتباه العام الذي يتم أساساً من خلال الاتصال الجماهيري عن طريق التأطير ووضع الأجندة والإعداد والتهيؤ، ثم الإقناع الذي هو تغيير الإتجاهات الناس من خلال الكلمة المنطوقة والمكتوبة عن طريق توفير الحجج والأدلة (سيرز وآخرون، 2010: 146).

وتوجيه الأفراد والجماعات وتكوين مواقفهم الفكرية والاجتماعية، ودورها لم يعد يقف عند صنع الصورة فقط، بل بتنظيمها وطبعها في أذهان الجمهور (عبد الرزاق والساموك، 2011، 76).

إن هذا الموضوع المهم يتطلب من الباحثين أن يولوه الإهتمام الذي يستحقه، وأن تنطلق البحوث من الجانب الميداني لتنتهي بالجانب النظري وليس العكس، لقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي ذات أهمية قصوى وهو ما يدعو إلى ضرورة الإهتمام بهذا الموضوع من الناحية الأكاديمية من خلال البحوث والدراسات الميدانية على مستوى الجامعات والكليات المتخصصة ومراكز الأبحاث والفرق البحثية والبحوث الفردية والجماعية.

مشكلة البحث:

إن ثقافة الطالب الجامعي (وهم أكثر فئة مستهدفة في وسائل التواصل الاجتماعي) في عصرنا الحالي ليست مقنعة وجادة وقادرة على الحوار والمناظرة ومتابعة المستجدات، وقاصرة عن أداء دورها، لأن هذه الأجيال تمر بأزمة في الثقافة والفكر والثقة، مع هبوط في المستوى الفكري والثقافي والعلمي (القضاة، 2009، ص 449-472).

حيث أصبحت هذه الفئة منشغلة عن الواقع، فالطلاب الجامعيون ، يسرعون في العودة لمنازلهم للإستمتاع بالتجول بين القنوات الفضائية ومواقع الانترنت وألعاب الكمبيوتر، لما تتيحه من لذة تطغى كثيراً على أساسيات حياتهم وحقوقهم، وتشغلهم عن واقعهم الذي يعيشونه، وتتجلى مشكلة البحث الحالي في السؤال الرئيسي وهو:

ماهي التأثيرات والإنعكاسات المختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي وتحصيله العلمي ؟

تساؤلات البحث:

تمثلت التساؤلات في الآتي :

- 1- ما مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي ؟
- 2- هل يرى الطالب الجامعي أهمية لما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 3- ما وجهة نظر الطالب الجامعي في المدى الذي يحدث فيه التأثير؟
- 4- ما وجهة نظر الطالب الجامعي في علمية ما ييثر وينشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- 5- ما وجهة نظر الطالب الجامعي في أخلاقية ما ييثر وينشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- 6- ما وجهة نظر الطالب الجامعي في مصداقية ما ييثر وينشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

أهداف البحث:

- 1- معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التحصيل العلمي للطلاب الجامعي.
- 2- معرفة مصداقية وفائدة ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- الوصول لنقاط التأثير التي تمارسها وسائل التواصل الاجتماعي على التحصيل العلمي للطلاب الجامعي.
- 4- معرفة وجهة نظر الطالب الجامعي في وسائل التواصل الاجتماعي .
- 5- التعرف على أخلاقيات وثقة ما ينشر في وسائل التواصل الاجتماعي.
- 6- التعرف على مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في ظل الظروف التي يشهدها العالم ومدى تأثيرها على الطالب الجامعي.

أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث في فهم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل العلمي للطلاب الجامعي وفي أي اتجاه يسير إليه هذا التأثير، ويمكن إيضاح أهمية البحث في بعديها النظري والتطبيقي على النحو التالي:

الأهمية النظرية:

- 1- تُستمد أهمية هذا الموضوع من خلال فئة الشباب, فهم الطاقة البشرية المهمة والمؤثرة في المجتمع وهم مستقبله.
- 2- أهمية علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بسلوكيات وقيم الطالب الجامعي.
- 3- أهمية الوعي لدى الطالب الجامعي عند التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

الأهمية التطبيقية:

- 1- التعرف على أهم التأثيرات التي تمارسها وسائل التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي وفهم طبيعة تلك التأثيرات.
- 4- مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على الطالب الجامعي وعلى العملية التعليمية.
- 5- تقدم البحث آراء الطلاب حول مواقع التواصل الاجتماعي وماهي إيجابياتها وسلبياتها.

مصطلحات البحث

تأثير

لغةً: ترك علامة في الشيء.

اصطلاحاً: إحساس قوي مُلحق بعواقب فعالة.(معجم المعاني الجامع)

اجرائياً: تغيير اتجاه التحصيل العلمي للطلاب الجامعي إما إيجابياً أو سلبياً.

مواقع التواصل الاجتماعي

لغةً : واصل أحدهما الآخر في اتفاق ووثام (معجم المعاني الجامع)

اصطلاحاً : يعرفه (صادق ٢٠٠٨) بأنه: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من

الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع وتبادل المعلومات عبر الانترنت

اجرائياً : جميع مواقع التواصل الاجتماعي التي تؤثر في التحصيل العلمي للطلاب الجامعي

التحصيل العلمي

لغةً: حصّل علوماً جديدة.

اصطلاحاً: اكتساب العلم والتفرغ له وعدم الانصراف عنه.(معجم المعاني الجامع)

اجرائياً: كل ما يحصله الطالب من علوم ومعارف ومستوى تعليمي.

الطالب الجامعي

لغةً : طالب : من حاول الحصول على الشيء (معجم المعاني الجامع)

جامعي : اسم منسوب الى الجامعة

اصطلاحًا : أحد العناصر المكونة للعملية التعليمية في المرحلة الجامعية

اجرائيًا : طالب قسم الإعلام بجامعة الملك خالد

حدود البحث:

حدود مكانية: جامعة الملك خالد

حدود زمانية: من ابريل 2022 إلى فبراير 2023

حدود بشرية: طلاب قسم الإعلام والاتصال بجامعة الملك خالد

حدود موضوعية: معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل العلمي لطلاب قسم الإعلام بجامعة الملك خالد.

101 الإطار النظري والدراسات السابقة

نظرية الاستخدامات والإشباع

محور اهتمام نظرية الاستخدامات والإشباع يتعلق بالفروق الفردية بين الجمهور وتأثيرها على استخداماتهم لوسائل الإعلام من أجل تحقيق إشباع معينة تختلف من شخص إلى آخر.

هذه النظرية أحدثت تحولاً في رؤية المتخصصين إلى جمهور وسائل الإعلام التي كانت تقول إن هذا الجمهور سلبي، وأنه يتلقى المضمون الإعلامي دون تفاعل في انتقاء ما يريد وما يشبع حاجاته من التعرض للوسيلة الإعلامية. (البشر

(131:2014,

وبناءً على ذلك، يمكن صياغة مفهوم عام لنظرية الاستخدامات والإشباع على النحو الآتي :

استخدام الجمهور لوسائل الإعلام للبحث عن إشباع في الرسالة الإعلامية، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية بين الجمهور. (البشر, 131:2014)

وهذا المفهوم يتضمن العناصر الأساسية التي بنيت عليها الدراسات الإعلامية التي تناولت النظرية وهي :

1- الاستخدام: ويعني ذلك أن الجمهور هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية، وليس العكس , فهو الذي يشاهد المضمون الإعلامي، أو يقرأه، أو يسمعه، وكل ذلك يتم بإرادته واختياره.

٢- الفروق الفردية: وهي الاختلافات التي تكون بين الجمهور، قد تكون فروق شخصية، مثل العمر، والجنس، والمستوى الاجتماعي، والتفاوت الاقتصادي، والتباين التعليمي، وإما أن تكون فروقا في الميول والاتجاهات بين الجمهور، كالفروق السياسية، والثقافية، والرياضية، والترفيهية وغيرها.

1.2 فروض النظرية :

قامت نظرية الإستخداماتوالإشباعات على عدد من الفروض العلمية التي أخضعتها دراسات المتخصصين للبحث والتحليل. ولعل الفروض الخمسة التي ذكرها (كاتز وزملاؤه) هي من أفضل ما ذكر في التراكم النظري، ويمكن تلخيصها في الآتي :

1- أن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يبحث عنها الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد .

3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته. فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليس العكس.

4- يستطيع الجمهور أن يحدد حاجاته ودوافعه، ومن ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

5- يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط .

1.3 تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي :

الهدف الأول : التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

الهدف الثاني : توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

الهدف الثالث : هو التركيز على أن فهم الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

(كاتب:2015:214)

2.1 مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرفها (هبة محمد خليفة) بأنها صفحات الويب، والويب إشارة إلى الموجة المستقبلية لإبداع الإنترنت (Wikipedia, 2013) التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الإهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعضاً، ويمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات)

2.2 مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة :

وهي الأكثر استخداماً من قبل الناس مقارنةً بغيرها ومن أمثلتها موقعا تويترو فيسبوك.

1) فيسبوك (Facebook) : كان هذا الموقع حكراً على طلبة جامعة هارفارد إلى أن جعله مارك زوكربيرغ واحداً من أشهر وسائل التواصل الاجتماعي في العالم وأكثرها انتشاراً حيث وصل عدد المستخدمين النشطين له إلى أكثر من مليار مستخدم شهرياً.

وقد أنشئ موقع فيسبوك عام ٢٠٠٤م بواسطة مارك زوكربيرغ في جامعة هارفارد وكان الموقع في البداية متاحاً لطلاب جامعة هارفارد فقط ثم افتتح لطلبة الجامعات وبعدها لطلبة الثانوية وعدد من الشركات وأخيراً إتاحت له لأي شخص يرغب في فتح حساب له.

ويرجع تسمية الموقع (Facebook) إلى اسم «الدليل» الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالإغتراب , ويتواصل المستخدمين لفيسبوك معاً من خلال إنشاء ملف شخصي وإضافة المستخدمين الآخرين وتبادل الحوارات والدرشات معهم كما تستخدمه العديد من المؤسسات والشركات للترويج والإعلان للمنتجات.

2) تويتير (Twitter) :

يعتبر واحداً من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها شيوعاً حول العالم كيف لا ومن رحم هذا الموقع ظهر مصطلح "الهاشتاق" أو "الوسم" الذي استعارته لاحقاً كثير من المواقع والتطبيقات لتعزيز التفاعل والوصول للمنشورات ويعتبر ذات المحتوى الواحد.

تأسس الموقع في عام ٢٠٠٦م على يد أربعة شبان هم جاك دورسي ونوح غلاس وبيز ستون وإيفان ويليامز والذين لم

يكونوا يعرفون على وجه اليقين كيف سيكون شكل الموقع، هل سيكون مدونة أم شبكة اجتماعية؟ أم ماذا؟ وسرعان ما ا تضحت رؤيتهم، وأصبح تويتير البوابة الأولى للتدوين المصغر والمصدر الأهم للأخبار العاجلة في العالم حيث يمكن لأي مستخدم متابعة أي قضية أو مؤتمر بشكل آلي عبر متابعة ما ينشره المستخدمون في مكان الحدث ويُتيح موقع تويتير للمستخدمين والمجموعات التواصل مع بعضهم من خلال تدوين وتبادل "التغريدات" Tweets بحيث كانت لا تتعدى 140 حرفاً إلا أنه تم تطوير الإعدادات، لتسمح الآن بكتابة رسائل أطول، ولم يعد موقع تويتير مجرد أداة تواصل بل أصبح نافذة يطل منها مشاهير السياسيين والكتّاب والرياضيين وغيرهم مع جماهيرهم كما أصبح منصة إعلامية يتسابق

من خلالها الصحفيون مع المدنيين في تسجيل السبق الإخباري ومنصة تسويقية تحقق الكثير لمن يعرف كيف يستخدمها بشكل سليم.

(3) واتس آب (WhatsApp): وهو تطبيق للهواتف الذكية والحواسيب وغيرها ويُتيح لمستخدميه إنشاء

مُحادثات مع المستخدمين الآخرين وبمكثهم من إرسال الصور والصوتيات

ومقاطع الفيديو والملفات وقد أصدر عام ٢٠١٠م

ويعتبر واحدًا من أهم تطبيقات التراسل الفوري حول العالم إذ له أكثر من مليار ونصف مُستخدم شهريا حول العالم وقد أدى استخدامه إلى تقليل أرباح شركات الاتصالات من خدمة التراسل «SMS».

(4) اليوتيوب (YouTube) :

ويُعد أكبر موقع تواصل اجتماعي بأكثر من مليار زائر شهريًا وهو مُتخصّص بمقاطع الفيديو أنشئ عام 2005م. ويتيح للمستخدمين رفع ملفات الفيديو والتسجيلات المرئية ومشاركتها مع الآخرين.

ويعتبر الفيديو المرفوع من قبل "جاود كريم" بعنوان: "أنا في حديقة الحيوان"، أول فيديو تمّ رفعه على موقع اليوتيوب، بتاريخ ٢٣ إبريل / نيسان (٢٠٠٥م) وبلغت مدته 18 ثانية.

(5) سكايب (Skype) :

هو أحد أشهر خدمات الدردشة الصوتية والمرئية حول العالم تأسس سكايب في عام ٢٠٠٣م، ويستطيع

مستخدموه الاتصال هاتفياً وصوتياً بشكل مجاني عبر الإنترنت، وكثيراً ما تتم استضافة المتحدثين عن

بُعد في المؤتمرات الدولية واجتماعات العمل للفرق المهنية التي تعمل عبر الإنترنت

(6) انستغرام (Instagram) :

وهو تطبيق مجانيّ يسمح للمستخدمين بمشاركة الصور والفيديوهات والمؤثرات الخاصة على الصور ومن ثم مشاركتها مع

مجموعة متنوعة من مواقع الشبكات الاجتماعية أنشئ في عام ٢٠١٠م.

(7) سناب شات (Snapchat) :

وهو تطبيق يُتيح للمستخدمين إمكانية إرسال مقاطع الفيديو والصور إلى الأصدقاء أو إلى مدونة (قصتي) الخاصة علماً

أن هذا التطبيق يتميز بأنّ الصور والفيديوهات المُضافة تختفي بعد مُضيّ (٢٤) ساعة من مشاهدتها ويعين المستخدمون م

هلة زمنية للقطايم من ثانية واحدة إلى 10 ثوانٍ وبعد إرسالها تبقى مدة (٢٤) ساعة فقط ثم تختفي من الجهاز المستلم.

(8) لينكد إن (LinkedIn) :

ويعتبر أكبر شبكة اجتماعية متخصصة في التواصل المهني حول العالم تأسست عام ٢٠٠٢م على يد رائد الأعمال ريد هوفمان ويستخدمه ذوو الخبرات في الأعمال بكثرة للتواصل مع الشركات الأخرى أو مع من يبحثون عن وظائف.

2.3 مميزات مواقع التواصل الاجتماعي :

وتتميز وسائل التواصل الاجتماعي بعدد من المميزات والسمات فهي لا تعترف بالحوجز المكانية والجغرافية فبإمكان أي شخص أن يتواصل مع شخص آخر في أي مكان من العالم. وتتيح للمستخدم إمكانية الإرسال والاستقبال والمشاركة والتفاعل مع الآخرين وهي بذلك تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية كالصحف أو التلفاز.

كما تُتيح للمستخدم فعل ما يرغب أو يحتاج وهي مصدر تعلم للطلاب وتواصل للأشخاص وغير ذلك كثير , وبإمكان أي شخص استخدامها والتواصل عبرها مع الآخرين فهي مفتوحة للجميع، ويمكن لكل مستخدم أن يبقى على معرفة مستمرة بما يحدث في أنحاء العالم من دون انقطاع حيث يمكن لمستخدمها الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بأيسر الطرق وأسرعها وهي مجانية الإشتراك والتسجيل وبإمكان أي شخص امتلاك منصته الخاصة به على الإنترنت.

3.1 إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي :

إن مصادر المعرفة قد تعددت وسرعة وصول الأحداث والأخبار إلى متابعيها قد زادت ويعتبر تويتير من أهم مواقع التواصل للإمداد بالأخبار العاجلة في جميع المجالات , وأصبح من السهولة اقتنائها وتعلمها كما وفرت المعلومات حدث أو معلومة على الناس ، وأصبح صناع القرار في العالم يحسبون لها ألف حساب. وساعدت في ظهور مواهب لم تكن معروفة من قبل وزاد من انتشارها سهولة اقتنائها وتعلمها كما وفرت المعلومات للباحثين في شتى أنواع العلوم وأصبح من السهل التعرف على ثقافات الشعوب المختلفة من خلال ضغط زر واحد وكذلك التعاون مع مجموعات متخصصة في فن أو علم معين

ترابط وتواصل :

وكما تعمل على بناء جسور التواصل بين الناس فإنها تعمل على التواصل بين الشركات وعملائها حول العالم وتفسح المجال أمام الإبداع ولا سيما من مجموعات (قروبات) التواصل ذات العناوين المتعددة والتي ينضم إليها أعضاء كثر وبشكل متجدد وتربطهم وجهات نظر متقاربة كما أن فيها فرصة جيدة لاكتساب مهارات متعددة في الحياة وفي شتى المجالات وتساعد على استمرار التواصل بين المستخدمين مما يزيد في قوة الترابط بينهم وتوطيد العلاقات

نافذة اقتصادية :

وأصبحت وسائل التواصل نافذة اقتصادية يستخدمها الشباب في البحث عن الوظائف وتقوم الشركات بالإعلان عما

يتوفّر لديها من فرص عمل وخصوصاً موقع LinkedIn الذي صُمّم في الأساس ليكون كشبكة تواصل مهنية ، ويمكن الإنترنت من شراء وقراءة مختلف أنواع الكتب الإلكترونية كما مكنّ من شراء مختلف الحاجيات عبر مواقع التسويق.

مجال إعلامي :

لا يخفى على من له إلمام بوسائل التواصل الاجتماعي ما لها من دور في المجال الإعلامي فهي أفضل الطرق لحفظ الملفات وأسرعها وإمكانية الإرسال بكافة الطرق من كتابة وصوت وصورة وحفظملفات ومواد مرئية وتجمع شتات المعرفة والأخبار بين أنامل المستخدم.

وسيلة للتعليم :

ليست المواقع الاجتماعية مساحات للتعرف فقط إلى أصدقاء جدد أو التواصل معهم أو معرفة ما يجري من أحداث في العالم بل هي ما تمّ استعمالها بفعالية فضلاً عن أنّها مصدر مهم للمعلومات ويمكن للأساتذة استعمالها من أجل تحسين التواصل ومشاركة الطلبة في أنشطة فعالة تختلف عن أساليب التدريس التقليدية ، فهناك أفكار كثيرة يمكن أن يستفيد منها المعلم في زيادة فعالية العملية التعليمية فضلاً عن توجيه أنظار الطلبة لاستعمال مواقع التواصل الاجتماعي في مجالات تعود عليهم بالفائدة

3.2 سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي :

- 1- انتهاك الحقوق الخاصة والعامّة مثل خصوصية الأشخاص أو الخصوصية الإعتبارية للمواقع الإلكترونية.
- 2- التشهير والمضايقة والتحايل والإبتزاز والتزوير وهي أخلاقيات تظهر على مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة التدوين والتخفي على الشبكة.
- 3- عرض المواد الخادشة للحياء وهي مما يضعف الأخلاقيات التربوية لدى الطالب الجامعي.
- 4- بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة وهذا ما قد يحدث خللاً فكرياً، وخاصةً أن أكثر رواد مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب وقد يكون وراء تلك المواقع جماعات لهم أهداف تخريبية.

(الثنيان,15:2012)

3.3 التحصيل العلمي:

للتحصيل العلمي أهمية كبيرة في حياة الطالب فهو الهدف الأسمى والأول في مسيرة الطالب وعلى مدى سنين طويلة من المدرسة وحتى أعلى المراحل الدراسية هدفه هو التحصيل العلمي وزيادته وأن لا يقف عند حد معين بل يظل في ازدياد وأن يتعلم ويعلم وينشر الفائدة والعلم لجميع من يستطيع من الناس والأجيال القادمة

يعد التحصيل العلمي مظهراً من مظاهر نجاح العملية التعليمية والتربوية ونتيجة من نتائجها المرغوبة ، وفي الوقت نفسه يعتبر هدفاً من الأهداف المقصودة لكل من الفرد والمجتمع ، فبالنسبة للفرد يعتبر التحصيل هدفاً من أهدافه الأساسية التي يتوقف عليها نجاحه في دراسته وحصوله على الشهادة و تحقيقه لذاته وتوافقه نفسياً واجتماعياً ومهنياً وشعوره بالرضا والسعادة نتيجة لإشباع حاجاته النفسية والاجتماعية والتي منها حاجته إلى النجاح وتحقيق الذات وتأكيدا وتحقيق مكانة اجتماعية مرموقة في المجتمع ، أما بالنسبة للمجتمع يعد التحصيل العلمي من مظاهر التحسن في المخرجات ومعدلات التدفق والإنتاج للنظام التعليمي وانخفاض معدلات التأخر الدراسي والتسرب والهذر في هذا النظام

الدراسة الاولى :دراسة وسام طایل البشابشة (2012) لدرجة الماجستير عن دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية

لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها، وهدفت الدراسة إلى أهداف أهمها:

. فهم كيفية استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي.

. معرفة دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي.

. تحديد الإشباعات المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي .

. بيان الصلة بين المتغيرات الوسيطة (النوع، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) وطبيعة الاستخدامات والإشباعات .

. تحديد مجموعة من التوصيات التي من شأنها أن تُغني التراكم المعرفي في هذا الشأن كما استخدم الباحث المنهج الوصفي

التحليلي والذي يحاول وصف دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها وبينت النتائج

أيضاً أن هناك اختلافاً في استجابات طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا باختلاف أعمارهم حول استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي لغايات التسوق

الدراسة الثانية: بحث كبير الحلو، طوني جريج، جوزف قرقماز، و إيليان يوسف(2018) وهي دراسة مقارنة

متعددة الدول عن مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي, هدفت الدراسة الى التعرف

على :

1- العلاقة ما بين معدل استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات النفسية.

2- دوافع هؤلاء الطلاب لاستخدام هذه المواقع.

3- أهم الموضوعات التي يحرص الطالب الجامعي على مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.

4- أشكال المشاركة، مثل: إبداء الرأي، التعليق..

5- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بين الطلاب الجامعيين.

6- الإشباعات المحققة من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

7- بيان إمكانية اختلاف كل ما سبق ذكره وفق البلد الذي يعيش فيه هؤلاء الطلاب.

الدراسة الثالثة : دراسة رشا أديب محمد عوض(2013) عن آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت وقد هدفت الدراسة الى :
هناك اهداف نظرية وتطبيقية ومنها :

1. معرفة الآثار السلبية والإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
2. تحديد ساعات استخدام الأبناء لمواقع التواصل الاجتماعي.
3. تقديم معلومات حول مواقع التواصل الاجتماعي.
4. إفادة جميع المؤسسات، من نتائج البحث في تصميم وتطوير برامج تدريبية.
5. الإفادة من التوصيات، والمقترحات، والنتائج، التي خرجت بها البحث للذين يقضون وقت طويل على مواقع التواصل الاجتماعي.

أما عن طبيعة المنهج المستخدم ففي ضوء طبيعة الدراسة، والبيانات، المراد الحصول عليها استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي

الدراسة الرابعة : دراسة أسامة غازي المدني(2016) عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية «جامعة أم القرى نموذجاً» والتي هدفت إلى:

- 1- معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية.
- 2- معرفة القضايا التي يتداولها طلبة الجامعات السعودية في شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3- معرفة أسباب ارتياد طلبة الجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي .
- 4- معرفة مدى الإستفادة التي يحققها طلبة الجامعات السعودية من مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- توضيح سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل، وتأثيرها في الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية.
- 6- الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية.

وقد انتمت هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية ، ومنهجها هو المنهج المسحي

الدراسة الخامسة : دراسة عبدالحكيم عبدالله الصوافي(2014) عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات وقد هدفت الدراسة إلى:

- 1- الأوقات المفضلة التي يستخدم فيها الطلبة وسائل التواصل الاجتماعي.
 - 2- عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة.
 - 3- تكرار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة خلال اليوم الواحد.
 - 4- مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر ارتياداً.
 - 5- الغرض من استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - 6- الفروق في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي حسب متغير الصف الدراسي.
 - 7- الفروق في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.
 - 8- العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي.
- وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي المقارن لملائمته لهذه البحث، ووظيفة هذا النوع من الدراسات الوصول للمعلومات بالإضافة إلى معرفة العلاقات السببية بينها، حيث استهدفت هذه البحث معرفة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية في ولاية المضبي بمحافظة شمال الشرقية ببعض المتغيرات.

- خاتمة:

ختاماً، نعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي كان لها الأثر الكبير في التأثير على الطالب الجامعي وتحديدًا على تحصيله العلمي، فهي تستحوذ على غالبية وقت الطالب وبهذا فهو يقضي الكثير من الساعات بمتابعتها ويتعرض من خلالها لكثير من الأفكار والتوجهات والمعلومات التي قد تحمل الخطأ والصواب، لذا كان على المنظومة التعليمية والأسرية متابعة ذلك التأثير وتحويله إلى تأثير إيجابي يعود على الطالب بالنفع والتعلم والإبداع.

المصادر والمراجع :

- 1- أبو علام ، رجاء محمود.(2014)/مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية . دار النشر للجامعات
- 2- الشميمري، فهد عبدالرحمن.(2010)/التربية الاعلامية. مكتبة الملك فهد الوطنية
- 3- باشا، حسان شمسي.(2020)/وسائل التواصل الاجتماعي. دار القلم
- 4- السوداني, حسن, محمد المنصور.(2016)/ شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين. مركز الكتاب الاكاديمي
- 5- ختاتنة, سامي محسن , احمد عبداللطيف ابوسعد.(2010)/علم النفس الاعلامي. دار المسيرة:عمان
- 6- القضاة ، محمد احمد.(2009) / الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الاعلام الجديد . من وقائع المؤتمر الدولي لجامعة البحرين
- 7- الثنيان, (2012)/ الشبكات الاجتماعية. مجمع الثنيان لتحفيظ القرآن الكريم.
- 8- القيم ، كامل حسون .(2014) / المنهج المسحي . جامعة بابل.
- 9- حلس ، موسى عبدالرحيم ، ناصر علي مهدي . (2010) / دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب . سلسلة العلوم الانسانية
- 10- سيرز ، دافيد . أو ، واخرون . (2010) / المرجع في علم النفس السياسي . مؤسسة الكويت للتقدم العلمي
- 11- البشر, محمد سعود.(2014)/نظريات التأثير الاعلامي. العبيكان للنشر
- 12- كافي, مصطفى يوسف.(2015)/ الرأي العام ونظريات الاتصال. دار الحامد للنشر والتوزيع
- 13- صادق، عباس مصطفى.(2008) / الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. دار الشروق
- 14- محمود, سومية شكري محمد.(2019)/ الأخطاء الشائعة في إجراءات التحقق من ثبات وصدق أدوات القياس المستخدمة في البحوث التربوية العربية. إدارة البحوث والنشر العلمي (المجلة العلمية)
- 15- عبدالرزاق ، انتصار ابراهيم ، وصفد حسام الساموك .(2011) / الاعلام الجديد.. تطور الاداء والوسيلة والوظيفة . الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع
- 16- محمود ، خالد وليد . (2011) / شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي . دار مدارك النشر

- 17- مكاوي، حسن عماد. (1998) /الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية
- 18- البشابشة، وسام. (2012)/ دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها. رسالة ماجستير-الأردن
- 19- الحلو، جريج، فرقماز، يوسف. (2018)/ بحث مقارنة متعددة الدول عن مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي.
- 20- عوض، رشا. (2013)/ آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت. القدس
- 21- المدني، أسامة. (2016)/ دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية «جامعة أم القرى نموذجاً»- سلطنة عمان
- 22- الصوافي، عبد الحكيم. (2014)/ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات- سلطنة عمان
- 23- معجم المعاني الجامع
- 24- موسوعة ويكيبيديا