

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى

The impact of social networking sites on the values of
university students at Umm Al-Qura University

إعداد

د. فهد عائض فهد القحطاني

أستاذ أصول التربية المساعد - كلية التربية - جامعة أم القرى

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى

فهد عائض القحطاني

أستاذ أصول التربية المساعد بكلية التربية جامعة أم القرى

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى.

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لقياس أهداف البحث، وتكونت أداة البحث (الاستبانة) من (٢٦) فقرة مقسمة إلى (٣) محاور رئيسة هي: القيم الدينية والأخلاقية، القيم الأسرية، والقيم الاقتصادية.

وتكونت عينت الدراسة من (٨٠٠) طالب وطالبة من جامعة أم القرى، وقد أظهرت نتائج البحث ما يلي:

١. وجود موافقة من قبل أفراد العينة حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية للطالب الجامعي في جامعة أم القرى بوزن نسبي ٧٠,٦%.
٢. وجود موافقة حيادية من قبل أفراد العينة حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية للطالب الجامعي في جامعة أم القرى بوزن نسبي ٦١,٢%.
٣. وجود موافقة حيادية من قبل أفراد العينة حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاقتصادية للطالب الجامعي في جامعة أم القرى بمتوسط حسابي ٦٧,٤%.
٤. لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى تعزى لمتغير التخصص.
٥. توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى تعزى لمتغير الجنس ومتغير عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل أقل من ساعة يومياً.

كما توصل البحث إلى مجموعة من التوصيات والمقترحات كان من أهمها: تحفيز طلبة الجامعات على إثراء المحتوى النافع في مواقع التواصل الاجتماعي؛ عبر المسابقات والتوجيه والإرشاد، والدعم المادي والمعنوي، وإجراء دراسات تنبؤية لمآلات التأثير الحالي لمواقع التواصل الاجتماعي على شخصية الطالب، ومستواه الأكاديمي والمعرفي، بالإضافة إلى عقد ورشات مهنية من قبل المختصين لأعضاء هيئة التدريس؛ من أجل توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، لتعزيز الاستفادة المثلى منها.

Abstract

The impact of social networking sites on the values of university students
at Umm Al-Qura University

This study aimed to measure and determine social media usage effect on students at Umm Alqura University. The researcher used descriptive analysis to measure the research goals. The tool was a survey. The survey has 26 questions, the questions were divided into three main parts which are: Ethical and religious values, family values, and economy values. The study result revealed the following:

- 1- There is an agreement on the affect of the social media on religious and ethical values by 70.6% among the sample Umm Alqura University students.
- 2- There is a neutral agreement on the effect of the social media on family values by 61.2% among students at Umm Alqura University.
- 3- There is a neutral agreement from the sample about economy values for students at Umm Alqura University by 67.4%.
- 4- There is no statistical differences at P value ($\alpha < 0.05$) about the effect of social media on students at Umm Alqura University for major variable.
- 5- There is a statistical difference at p- value ($\alpha < 0.05$) for using social media on students value gender variable and for number of hours variable using social media for students who use it less than an hour per day.

The researcher concluded with several recommendation: first, motivating university student to increase the worthy content in social media through competition, direction, advising, and financial support. Also, he suggested that doing a predictive research for existing social media effect on the student personality and his academic level. In addition, doing a workshop by specialists for university faculty to employ social media in educational process to make it beneficial to them.

المقدمة:

شهد العصر الحالي تطورًا كبيرًا على كافة الأصعدة، إذ كانت التكنولوجيا والثورة المعلوماتية الرافد الرئيس لهذا التطور، الذي سهل على كل فرد الوصول السريع للحقول المعرفية، والتواصل بين أهل الاختصاص، والاطلاع على معظم الثقافات، ما أسهم في إحداث تغيير شامل على بنية المجتمعات ثقافيًا واقتصاديًا واجتماعيًا وسياسيًا.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي جزءًا رئيسًا من أجزاء المنظومة التكنولوجية بتطورها المتسارع، وأثرها البين على المجتمع، إذ تجاوزت الحدود الجغرافية والثقافية والعرقية والسياسية ما أدى إلى التمازج الثقافي بين أفراد المجتمع الواحد من جهة، وبين المجتمعات ككل من جهة أخرى.

وقد كان لهذا التطور التكنولوجي بشكل عام ومواقع التواصل بشكل خاص انعكاسًا واضحًا على ثقافة المجتمع وقيمه وعلاقاته، بوتيرة متسارعة لم تشهدتها المجتمعات قبل الثورة المعلوماتية، تراوح هذا التأثير بصور عدة ما بين إيجابية وسلبية.

وتعتبر القيم ضمن المتغيرات الجوهرية التي طالها التأثير، إذ تشكل قيم المجتمع جوهر ثقافته، وجزءًا رئيسًا من هويته، وعبر القيم يمكن التعرف على السمات الخاصة والفلسفة العامة ونوعية الحياة التي تميز مجتمعًا ما، وهذا ما يؤكد أهميتها، إذ شكلت لسلوك الأفراد والمجتمعات دافعًا ومرشدًا.

ولقد طرأ تغييرٌ بنيوي واضحٌ على القيم - وهي التي تمثل دعائم البناء الاجتماعي للمجتمع - بفعل وسائل التواصل الاجتماعي، كما يذكر عدد من علماء الاجتماع، وكان لذلك عميق الأثر في حياة الأفراد بمختلف بيئاتهم الاجتماعية، من خلال التفاعلات والعلاقات الاجتماعية، أو من خلال تبنيهم للقيم المختلفة التي على أساسها توطر علاقاتهم الاجتماعية فيحدث التفاعل الاجتماعي، كونها تشكل أحد المحددات المهمة للسلوك الفردي والاجتماعي (البكار، ٢٠١٧).

بالمقابل فقد زادت نسبة المستخدمين للإنترنت في السنوات القليلة الماضية بشكل كبير، حيث ارتفعت من ٦٤% عام ٢٠١٤م إلى حوالي ٨٢% عام ٢٠١٧م، ويقدر عدد مستخدمي الإنترنت في المملكة العربية السعودية حاليًا بأكثر من ٢٦ مليون مستخدم، وتعزى وزارة الاتصالات سبب التزايد إلى عدة أسباب من أبرزها: زيادة الاستخدام والارتباط الكبير بقنوات التواصل الاجتماعي (النشرة الإلكترونية لوزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، ٢٠١٧).

ويواجه الشباب الجامعي اليوم تحديات عدة، ومنها التحدي القيمي في ظل ثورة الاتصال الرقمي، وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تنزع إلى المادية الصرفة، ولا تراعي الجوانب القيمية أو التربوية، وتحمل في طياتها خليط من المحتوى النافع والضار، وتُشكل منصة لتداول الأفكار البناءة والهدامة على حد سواء، كما أنها أصبحت واقعًا أشبه بالمفروض علينا لانتشاره من ناحية، ولما يحمله من جوانب إيجابية من ناحية أخرى، ولكن محتواه الذي

لا يلتزم بأطر معينة، ولا ضوابط أخلاقية؛ يجعل منه تحديًا قيميًا للمجتمع عامة وللأطفال والشباب على وجه الخصوص.

لقد حدثت تغيرات جذرية في قيم الإنسان المعاصر أصابت جوانب الحياة الفكرية والاجتماعية والدينية، واتسمت بسمة العولمة التي جعلت الكون مترابط بلا حواجز ثقافية.

وتؤكد الدراسات أن أكثر شرائح المجتمع تعرضًا لهذه التغيرات هم طلبة الجامعات، وأن أول ما يتعرض للتغيير عند هؤلاء الشباب نتيجة التدخل هي القيم، وما يلي ذلك من التخلي عن بعض القيم، واكتساب قيم جديدة، وبالتالي فإن أخطر مراحل التشكل القيمي عند الإنسان تكون في فترة المراهقة أي ما بين (١٥-٢٢) سنة.

إذ تؤكد العديد من الدراسات أن الفرد يمكن أن يغير من أحكامه وممارساته الخلقية في سن التعليم الجامعي، حيث يخط الفرد لنفسه طريقًا واضح السمات تبلور فيه الأفكار والسلوكيات، لذلك تعد المرحلة الجامعية قطرة مهمة في تشكيل قيم الأفراد؛ لاعتبارات المرحلة العمرية، ولطبيعة الحياة الجامعية الثرية بالخبرات (الجلاد، ٢٠٠٨).

ونظرًا لهذا التأثير الذي يطال طلاب الجامعات، وما للمرحلة العمرية التي يمرون بها من خصائص كونها تعتبر مرحلة انتقالية لمفترق طرق في الحياة كبدائية نضج للقيم، واكتمال الاستقلالية الشخصية، وتحديد التخصص المهني؛ فإن هذا البحث يحاول استقصاء طبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم ضمن هذه المرحلة العمرية الحساسة.

مشكلة الدراسة:

تشهد المجتمعات المعاصرة تغييرًا بنيويًا لا يمكن رصد ملامحه رصدًا دقيقًا، ولا التنبؤ الواضح بمآلاته، ذلك أن التقنية تشكل العامل الرئيس في تحريك دفة هذا التغيير، ونظرًا لحداثة التقنية بشكل عام، ومواقع التواصل بشكل خاص؛ فإننا نتعامل مع متغير جديد نسبيًا، لم يسبق وأن تعرضت له أجيال عدة، ورصدت الدراسات التجريبية أو المسحية التأثير المستقبلي الناجم عنه، وبالتالي فإن الساحة العلمية مازالت بحاجة إلى تكثيف البحوث التربوية والاجتماعية والنفسية التي تهدف إلى التعرف الدقيق على أبرز سمات التأثير الناتج من عالم التقنية وثورة الاتصال والإعلام الجديد .

وإذا كانت الأسرة هي النواة الصلبة التي تحدد مدى تماسك المجتمع أو تفككه؛ فإنها ليست بمعزل عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، وكل تغير يطرأ على الأسرة فإنه ينعكس على المجتمع، وقد أشارت بعض الدراسات إلى التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري، وخلق حالة من العزلة الاجتماعية داخل الأسرة. (مسعودان، ٢٠١٢).

كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير يتراوح بين السلبي والإيجابي على القيم الدينية والاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية لدى طلاب وطالبات الجامعات (التميمي، ٢٠١٧) (الشرعة، ٢٠١٥) (الجزاعلة، ٢٠١٥). وهذا ما دعا الباحث إلى المساهمة في رصد معالم التأثير القيمي الناتج من وسائل التواصل الاجتماعي على عينة من طلبة جامعة أم القرى، إذ أن القيم تشكل عماد الهوية لدى الفرد، وكل تغيير يطرأ عليها فإنه يشكل تغييراً في الجذور العميقة للهوية.

أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي بجامعة أم القرى؟ وذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة الفرعية التالية:

- ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية لدى الطالب الجامعي؟
- ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية لدى الطالب الجامعي؟
- ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاقتصادية لدى الطالب الجامعي؟
- هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى تعزى إلى متغيرات (الجنس، التخصص، عدد الساعات)؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي، وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

- الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية لدى الطالب الجامعي.
- الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية لدى الطالب الجامعي.
- الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاقتصادية لدى الطالب الجامعي.
- معرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى تعزى إلى متغيرات (الجنس، التخصص، عدد الساعات).

أهمية الدراسة:

تشكل أهمية هذه الدراسة؛ لكونها تتناول موضوعاً حديثاً نسبياً لم يتم إشباعه بالدراسات العلمية سيما المحلية. ونظراً لتجدد محتوى وأدوات مواقع التواصل الاجتماعي؛ فإننا بحاجة إلى دراسات مستمرة ومتجددة لرصد جوانب التأثير الناجمة عن استخدامها.

وتتناول الدراسة جانبًا يتسق مع أهداف رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، والذي يبحث أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية، حيث نصت لائحة الرؤية على الدور الرئيس للأسرة، ومما ورد فيها: " هدفنا هو تعزيز مبادئ الرعاية الاجتماعية وتطويرها لبناء مجتمع قوي ومنتج، من خلال تعزيز دور الأسرة وقيامها بمسؤولياتها... وسنعمل على إشراك أولياء الأمور في العملية التعليمية، كما سنعمل على مساعدتهم في بناء شخصيات أطفالهم وموهابهم حتى يكونوا عناصر فاعلة في بناء مجتمعهم، وسنشجع الأسر على تبني ثقافة التخطيط بما يتناسب مع الإمكانيات المتاحة لها، وبما يمكنها من توفير احتياجات أبنائها والعناية بهم على أكمل وجه "

وبالتالي فإن هذه الدراسة تستهدف المساهمة في تحقيق جزء رئيس من محاور رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، والتي تعنى بتمكين الوالدين من تربية أبنائهم تربية تتواءم مع قيمنا ومبادئنا الإسلامية، وتراعي كذلك جوانب التطور ومتطلبات الواقع .

كما أن نتائج الدراسة الحالية قد تشكل إضافة للأكاديميين وأولياء الأمور؛ لمعرفة جوانب التأثير على الطلاب، والاسترشاد بها في العملية التعليمية التربوية؛ لغرض التوجيه والإرشاد.

وقد تفتح نتائج الدراسة الحالية بابًا للباحثين التربويين؛ لإجراء دراسات تنبؤية لمآلات التأثير الحالي لمواقع التواصل الاجتماعي على شخصية الطالب، وأسرته، ومحيطه الاجتماعي، إذ أن معظم الدراسات الحالية تحاول إشباع الجانب الوصفي لهذا التأثير، ولما تنتقل بعد إلى التنبؤ بأبعاد التأثير المستقبلي.

حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: تم تطبيق هذه الدراسة في العام الدراسي ١٤٤٠هـ

الحدود المكانية: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة عشوائية من طلاب وطالبات جامعة أم القرى.

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية، والقيم الأسرية، والقيم الاقتصادية.

مصطلحات الدراسة

مواقع التواصل الاجتماعي: عرفت الراوي (٢٠١٢) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتنقل بين طرفين أو أكثر، عبر شبكة اجتماعية.

وتعرف أيضًا على أنها مواقع إلكترونية تتيح للأفراد فتح صفحة خاصة بهم يقدمون من خلالها تصور عن شخصياتهم، وفق نظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الإتصال (السعيدى وضيف، ٢٠١٥م).

القيم: هي مجموعة المبادئ والضوابط الأخلاقية التي تحدد سلوك الفرد، وترسم له الطريق الذي يقوده لأداء واجباته الحياتية، ودوره في المجتمع (إسماعيل، ٢٠٠٠م).

ويمكن تعريفها إجرائياً بأنها: الأخلاق والمعايير التي تحكم سلوك الفرد، وتوجه أفكاره، وتعينه على إصدار الأحكام في مختلف المواقف، ولها جوانب عدة، وستركز هذه الدراسة على القيم الدينية والأخلاقية، والقيم الأسرية، والقيم الاقتصادية.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

بعض النظريات التي تفسر الدراسة:

نظرية النموذج: Modeling Theory

تدخل هذه النظرية ضمن نظريات التعلم الاجتماعي، والتي تعنى بفهم الآلية التي يكتسب الناس من خلالها أشكال السلوك المختلفة، والتي تكون محصلة لعملية التعلم ضمن بيئة اجتماعية معينة.

وتركز نظرية النموذج على تأثير الفرد بمختلف النماذج السلوكية التي تقدمها وسائل الإعلام، مما يدفعه لتبني شيئاً من هذه النماذج (إسماعيل، ٢٠٠٣).

وجوهر الموضوع هو "عملية النموذج" عند تطبيق النظرية لتوضيح آلية اكتساب سلوك جديد ناتج من وسائل الإعلام، وهذه العملية تحتوي على عدة مراحل، ويمكن إجمالها فيما يلي (ديفلير، روكيتش، ١٩٩٥):

- ١- يلاحظ الأفراد المستخدمين لوسيلة إعلامية معينة أن شخصاً (نموذجاً) يشترك في نموذج للتصرف في محتوى إعلامي.
 - ٢- يتعرف الملاحظ على النموذج ويتمثل معه، لأنه يعتقد التشابه بينه وبين النموذج، أو يطمح لأن يكون مثله، أو يرى نموذجاً جذاباً جديراً بأن يقلده.
 - ٣- يدرك الملاحظ بوعي أو يستنتج بلا وعي أن الشخص الذي يلاحظه، أو أن السلوك الموصوف سيكون مفيداً له، أي أن هذا الشخص يعتقد بإيجابية النتائج المتحصلة من وراء تبني هذا السلوك في موقف ما.
 - ٤- عندما يواجه الشخص ظرفاً مشابهاً (موقف التأثير)، فإنه يلجأ إلى التصرف والاستجابة وفقاً للنموذج.
 - ٥- وعند اتخاذ هذا السلوك في مواجهة موقف التأثير، فإن ذلك يشكل تعزيزاً له، وشعوراً بالرضا، ويزداد التدعيم.
 - ٦- يزيد هذا التدعيم من احتمالية استخدام الفرد لهذا السلوك كوسيلة للاستجابة في المواقف المشابهة.
- وتقدم نظرية النموذج تفسيراً لآلية التأثير القيمي للأفراد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، إذ أن المعتقدات التي يتبناها الفرد جراء تواصله مع أشخاص (نماذج) آخرين؛ تنعكس على السلوك والقيم.

وإذا ما أخذنا بالاعتبار النماذج المؤثرة، وشريحة المشاهير في وسائل التواصل الاجتماعي فإننا نجد التأثير يكون أوضح، ففي دراسة (القادر، ٢٠١٧) والتي هدفت إلى تقصي علاقة مشاهير التواصل الاجتماعي بالتأثير على الجانب الأخلاقي، كان من أبرز نتائج الدراسة: التأثير الكبير لمشاهير التواصل الاجتماعي، على الجانب السلبي والإيجابي، والثقة الكبيرة بهم، وبالمحتوى الذي يقدمونه .

نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال: Dependency Theory

تحاول هذه النظرية تفسير سر التباين في تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية، فأحياناً يكون التأثير مباشر وواضح، وأحياناً يكون غير مباشر وضعيف، وتتناول التأثير المتبادل بين نظم الاتصال والنظم الاجتماعية .

ويمكن تلخيص النظرية على النحو التالي:

يزداد التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي لوسائل التواصل عندما تقوم هذه الوسائل بالوظائف المرتبطة بنقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، تزداد قوة هذا الاحتمال إذا ترافق معه عدم استقرار بنائي في المجتمع نتيجة التغيير والصراع.

وبالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير معارف وسلوك ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً عكسياً لتغيير وسائل الاتصال والمجتمع على حد سواء، وهذا هو المراد بالعلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والمجتمع والجمهور المستهدف (إسماعيل، ٢٠٠٣)

فالمجتمع والجمهور المستهدف ووسائل الاتصال تشكل منظومات ثلاث تتبادل التأثير فيما بينها، فوسائل الاتصال تحدث تغييراً لدى المتلقين، وهم بدورهم يحدثون تغييراً في المجتمع، ونتيجة لذلك ينعكس التأثير على وسائل الاتصال في عمل منظومي متبادل الأدوار .

وقد لخص مكاوي والسيد (١٩٩٨) هذه العلاقات على النحو التالي:

- أولاً: ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يحتوي مجموعة من النظم الاجتماعية، بالإضافة إلى مجموعة من القيم والتقاليد وأنماط السلوك التي تميزه، وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام.
- ثانياً: تؤثر عناصر الثقافة والنظم الاجتماعية للمجتمع على وسائل الإعلام إيجاباً وسلباً، بحيث تحدث خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن: الأهداف، والموارد، والتنظيم، والبناء، ويؤثر ذلك بالتالي على الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام .
- ثالثاً: تغطي وسائل الإعلام الأحداث التي تجري في النظم الاجتماعية، وتقوم وسائل الإعلام كذلك بالتركيز على بعض القضايا التي تشكل رسائل للأفراد المتلقين .

- رابعًا: هؤلاء الأفراد المتلقين لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي ساهم في تشكيله عوامل مختلفة كالنشطة الاجتماعية، والانتماء إلى جماعات ديمغرافية، والتعليم وغيرها، ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لاستكمال بناء الواقع الاجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة.
- خامسًا: هنا يتباين تأثير وسائل الإعلام على الأفراد، فحين يكون الواقع الاجتماعي محددًا ومفهومًا للأفراد، ويلبي حاجاتهم قبل وأثناء استقبال الرسائل الإعلامية، لن يكون لوسائل الإعلام تأثير يذكر سوى تدعيم القيم والمعتقدات الموجودة بالفعل، وعلى العكس، حين لا يكون لدى الأفراد واقع اجتماعي حقيقي يسمح بالفهم والتوجيه للسلوك؛ فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعي، وبالتالي يكون لهذه الوسائل تأثير أكبر .
- سادسًا: تتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكي تؤثر في الأفراد، وفي بعض الحالات تتدفق المعلومات من الأفراد لكي تؤثر في وسائل الإعلام، وفي المجتمع ككل، وهذا بدوره يؤدي إلى تغييرات في طبيعة العلاقات بين النظم الاجتماعية، ونظم وسائل الإعلام.

نظرية التأثير الانتقائي:

تفسر نظرية التأثير الانتقائي الفروق الفردية بين الأفراد في التأثير بوسائل التواصل، وتعزو هذه الفروق إلى أسباب نفسية واجتماعية تشكل بدورها فروقًا في نوع ودرجة التأثير.

والفكرة الرئيسة لهذه النظرية هي أن الفروق الفردية في البنية النفسية والإدراكية لأفراد الجمهور هي مفتاح اهتماماتهم بوسائل الإعلام، وتحديد سلوكهم نحو القضايا والموضوعات، حيث أن التأثير يخضع لعوامل انتقائية، حيث أننا نختار ما نتعرض له من محتوى وسائل الاتصال وهذه العملية تسمى التعرض الانتقائي، كذلك فإن إدراكنا لهذا الرسائل يؤثر في ردود أفعالنا، وتعرف هذه العملية بالإدراك الانتقائي، وبسبب الإدراك الانتقائي فإن الفرد يتذكر فقط الجوانب التي تؤيد أفكاره وتتفق معها، وإذا كانت تختلف معه فقد يلغيها كليًا، وهذا يسمى التذكر الانتقائي (مكاوي، السيد، ١٩٩٨).

وقدم (إسماعيل، ٢٠٠٣) القواعد الرئيسة التي تحكم نظرية التأثير الانتقائي:

- تقدم وسائل الإعلام رسائلها إلى الجماهير المختلفة، ولكنها تفسر بشكل انتقائي من قبل المتلقين بشكل متباين .
- يرجع أساس هذه التفسيرات المتنوعة إلى طبيعة الإدراك والفروقات بين المتلقين .
- يرجع الاختلاف في الإدراك إلى أن كل فرد له منظومة خاصة من القيم والمعتقدات والحاجات .
- ولأن الإدراك انتقائي؛ فإن التذكر والاستجابة تكون أيضًا انتقائية .

كما أن الظروف الاجتماعية والثقافية والديموقراطية وغيرها تؤدي إلى اختلاف الإدراك والتفسير والاستجابة بين المتلقين، مما يشكل تبايناً بينهم في الاستجابة والتأثر بالمحتوى الإعلامي، ومن جهة أخرى فإن هذا يشكل تحدياً أمام الباحثين للتنبؤ بطبيعة الاستجابات لمحتوى إعلامي جماهيري معين .

تطور شبكات التواصل الاجتماعي:

كانت المرحلة الأولى تعرف بمرحلة الجيل الأول للويب (1.0)، ويذكر الخزاولة (٢٠١٥) أن أول ظهور لهذه الشبكات كان في بداية التسعينيات، حيث صمم كونرادز عام ١٩٩٥م موقع (classmates.com) والهدف منه هو جمع الأصدقاء القدامى عبر شبكة موحدة، ثم في عام ١٩٩٧م أنشأ موقع (digree six .com) للتواصل الاجتماعي .

ثم ظهرت مرحلة الجيل الثاني للإنترنت (2.0) حيث بدأت المنافسة وتعدد مواقع التواصل الاجتماعي، وتوفير الخدمات الأيسر والأسرع بما يتطلع له المستخدمون، وقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الإنترنت، ولازال انتشارها مستمرًا، وسمي المستخدمون لها بالمجتمع الافتراضي، وقد بلغ عدد المستخدمين لها في منتصف عام ٢٠١٤م ٧١ مليون مستخدم نشط، من بين ١٣٥ مليون مستخدم للإنترنت في العالم العربي (عبدالعزيز، ٢٠١٥).

دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

نشأت عدة نظريات في علم الاتصال تحاول في بعض جزئياتها تفسير الدوافع المختلفة للأفراد لاستخدام وسائل التواصل ولعل من أبرزها نظرية الاستخدامات والإشباع.

وتسعى هذه النظرية لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسة وهي: توضيح دوافع استخدام وسائل الإعلام، والهدف الثاني: التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، والهدف الثالث: التركيز على أن فهم عملية الاتصال يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري (إسماعيل، ٢٠٠٣).

وأورد مكاوي والسيد (١٩٩٨) خمسة فروض تعتمد عليها النظرية لتحقيق أهدافها وهي:

- ١- أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- ٢- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وتتنوع هذه الحاجات بناء على الفروق الفردية بينهم.
- ٣- الجمهور هو من يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، وليست وسائل الاتصال هي التي تحدد ذلك.

٤- يستطيع الأفراد تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وهذا ما يقودهم إلى اختيار الوسائل التي يعتقدون أن تتوافق وحاجاتهم.

٥- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال نوع المحتوى المستخدم من قبل الأفراد، وكذلك استخداماتهم لوسائل الاتصال.

وقد نشأت مواقع التواصل الاجتماعي؛ لتحقيق الغرض البارز من مسماها، إذ تتيح للأفراد توسيع دائرة التواصل بينهم وبين أصدقائهم في العالم الحقيقي، أو تكوين صداقات جديدة افتراضية، والبحث عن الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة.

أيضا تتيح لهم التواصل عبر النصوص والصور والصوت ومقاطع الفيديو، وشكلت للأفراد منبراً لبث أفكارهم وهواياتهم وآرائهم الشخصية في كافة المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وغيرها، كما أنها أتاحت مساحة من الحرية قد لا يجدها الفرد خارج إطار هذه المواقع.

ربما هذا ما دفع ٤٩% من أفراد العينة في دراسة عبدالعزيز (٢٠١٥) إلى شعورهم بالألفة أكثر في التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي من التواصل مباشرة وجهًا لوجه، كما أن ٦١% من العينة يوافقون على أن تواصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي مع معارفهم تسمح لهم التكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من اتصالهم بهم وجهًا لوجه .

وتورد غرينفيلد (٢٠١٧) تعليلاً لذلك بأن لغة الجسد، ونبرة الصوت، ونظرات العينين، والمسافة المادية عند اللقاء المباشر قد تعمل جميعها بمثابة تحذيرات بعدم الإدلاء بمعلومات شخصية أكثر خاصة في المراحل المبكرة من العلاقة، وحين لا يكون هنالك علامات تحذيرية مثل هذه فإن الإفصاح يكون أسهل، وبالتالي فإن مواقع التواصل الاجتماعي توفر للأفراد مزيداً من دوافع الجرأة للتحديث أكثر عن ذواتهم والتعبير عن آرائهم .

وهنالك دافع بيولوجي من وراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تورد غرينفيلد (٢٠١٧) عدداً من المبررات التي قد تكون مؤشراً لارتباط إفراز هرمون الدوبامين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها مايلي:

أولاً: لأنها توفر إشباعاً فورياً، إذ يمكن للفرد أن يجد من يتواصل معه على الفور حال اتصاله.

ثانياً: أنها توفر إثارة استباقية، إذ تظهر دراسات التصوير العصبي مستويات أعلى من التحفيز والنشاط عندما يتوقع الناس مكافأة مقارنة بما يحدث عندما يحصلون على مكافأة بالفعل، وهذا ما توفره مواقع التواصل للفرد من خلال انتظاره للتفاعل مع منشوراته، والردود على رسائله.

ثالثاً: تقدم هذه المواقع قطعاً صغيرة من المعلومات، إذ يجري تحفيز منظومة الدوبامين عندما يكون حجم المعلومات الواردة متواضعاً وغير مرضي .

رابعاً: عدم القدرة على التنبؤ، وهذا يمثل آلية المكافأة/العقاب والتي تقوم بوظيفة التعزيز، فالفرد في شبكات التواصل الاجتماعي، لا يتنبأ بمن سيتواصل معه، ومتى ستصله الردود، وما هو محتواها، وهو بالضبط ما يحفز إفراز الدوبامين في الدماغ .

وأظهرت نتائج دراسة عبدالعزيز (٢٠١٥) دوافع أخرى لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومنها: التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة، والتعرف على الأخبار والمعلومات، والبحث العلمي، والترفيه والتسلية، وإشباع الفراغ العاطفي والاجتماعي .

ولمواقع التواصل الاجتماعي سمات خاصة أوردتها نومار (٢٠١٢) ومنها:

- التعريف بالذات: إذ تمثل الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية إنشاء صفحة شخصية خاصة، يقوم المستخدم من خلالها بالتعريف عن نفسه، وتظهر فيها اهتماماته من خلال المحتوى الذي ينشره .
- طرق جديدة لتكوين المجتمع: تتيح الشبكات الاجتماعية تكوين صداقات جديدة يبادلونهم الاهتمام والمحتوى، وبذلك تسهم في تشكيل المجتمع الافتراضي .
- سهولة الاستخدام: إذ تعد من أبرز سمات الشبكات الاجتماعية، فلا تحتاج إلى خبرة تقنية لكي تنشئ صفحة شخصية، وتتفاعل مع الآخرين .
- التفاعلية: سمة رئيسة سعت لها مواقع التواصل الاجتماعي منذ نشأتها، وهي تجسيد مفهوم التفاعلية بين أفرادها، لضمان تطورها واستمرارها .
- الاهتمام: وهي شبكات تبني عبر مصلحة مشتركة بين أفرادها، مثل: الألعاب، القراءة والثقافة، السياسة، سوق المال، الصحة .

وأوردت التميمي (٢٠١٧) بعض الفوائد المترتبة على استخدام الطلبة بشكل خاص لمواقع التواصل الاجتماعي ومنها:

- زيادة رأس المال الاجتماعي: نوع من العلاقات بين مجموعة من المجتمع مع مجموعة مختلفة، واستثمار هذه العلاقات لأهداف مختلفة، حيث وجد أن الطلبة الذين لديهم حسابات على بعض مواقع التواصل لديهم علاقات اجتماعية أفضل من أولئك الذين ليس لديهم، حيث تمكنهم هذه التطبيقات من أداء وظائفهم وواجباتهم بطرق أفضل .
- الاندماج الاجتماعي: ويعني الوصول إلى الفرص والموارد بما في ذلك السكن والعمل والرعاية الصحية، والتحول من الاستبعاد الاجتماعي إلى الاندماج الاجتماعي، وفرص التواصل بين الطلبة وزملائهم ومعلميهم .

- الثقة بالنفس: حيث دفعت مواقع التواصل الاجتماعي الشباب إلى مزيد من التفاعلات وتكوين الصداقات، والمشاركة في مختلف الأنشطة، حيث أثبتت دراسة طبقت على ٨٠٠ طالب أن الطلبة الذين يمتلكون صفحة على مواقع التواصل لديهم احترام الذات والرضا عن الحياة أعلى من أولئك الذين لا يستخدمونها .
- وبالمقابل فقد أوردت جملة من السلبيات المترتبة على استخدامها ومنها:
- العزلة الاجتماعية: حيث تدفع مواقع التواصل الاجتماعي الفرد إلى العزلة من خلال المتعة التي توفرها، وأشارت نتائج بعض الدراسات إلى أن استخدامها لساعات طويلة يزيد من الاكتئاب والشعور بالوحدة، والعزلة عن الأهل .
- انتهاكات الخصوصية: وهي حق الأفراد في عدم نشر بياناتهم الشخصية، فالأمان والخصوصية ليست من اهتمام أصحاب هذه المواقع، وقد يؤدي ذلك إلى نشر وانتهاك خصوصية الأفراد .
- ومن العيوب الأخرى لمواقع التواصل: مخاوف الوالدين حول أداء أبنائهم الدراسي بسبب الوقت الطويل المستهلك في التواصل مع الآخرين .

القيم:

حظيت القيم باهتمام بارز من العلماء والمتخصصين في مجال التربية، وعلم النفس، وعلم الاجتماع، والفلسفة، والسياسة والاقتصاد، إذ تشكل القيم جوهر ثقافة وهوية المجتمعات، وإطارًا مرجعيًا لها، وتسهم في تشكيل العلاقات الاجتماعية، وملامح الضبط الاجتماعي، وتحديد ما هو مساحة المقبول والممنوع لكل ثقافة، إذ تساهم القيم المشتركة في صياغة العقد الاجتماعي، وتحديد المسؤوليات والواجبات، وعلى نطاق الأفراد تشكل القيم جزءًا رئيسًا من هويتهم، وتبرز ملامح شخصياتهم، ووفقًا لقيم الفرد تنشأ الارتباطات والعلاقات، وكثيرًا ما تكون الصراعات بين الأفراد نتيجة للاختلاف القيمي بينهم، وهي الموجه الرئيس للفرد في اختيار الفعل ورد الفعل للمواقف المختلفة، واتخاذ القرارات، كما أنها تضيء المعنى الشخصي للحياة، وتساهم في تحديد رؤية ورسالة الفرد.

وتشكل القيم الاجتماعية المعايير التي يشترك فيها كافة أفراد المجتمع والتي تحقق لهم التكامل، فالإنسان يكتسب القيم، وعلى ضوءها يتحدد سلوكه ومجالات تفكيره، وكل قيمة تحمل معنيين: معنى موضوعيًا مرتبطًا بالعقل الجمعي، وفي هذا المجال تكون القيمة موضع ثقة وتقدير، ومعنى آخر معنوي مرتبط بالفرد تكون فيه القيمة نسبية تختلف من فرد لآخر، حسب الحاجات والتطلعات والتنشئة الاجتماعية.

وتجدر الإشارة إلى أن التغيرات المادية المتسارعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد أدت إلى زعزعة القيم، وربما التفكك والانهيار أمام هذا الكم الهائل من القيم الجديدة، والتي تعبر عن حالة من الفوضى القيمية، وتحافت المعايير، ليصبح الفرد غير قادر على التمييز بين الصواب والخطأ بين القيم (البكار، ٢٠٠٧).

وتشير دياب (١٩٦٦) إلى "أن القيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وهي تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها لأنها ضرورة اجتماعية، ولأنها معايير وأهداف لا بد أن نجدتها في كل مجتمع منظم سواء كان متخلفاً أو متقدماً، فهي تتغلغل في الأفراد في شكل اتجاهات ودوافع وتطلعات، وفي بعض المواقف الاجتماعية تعبر القيم عن نفسها في شكل قوانين وبرامج للتنظيم الاجتماعي والنظم الاجتماعية" (ص ١٦).

ويورد الجلاد (٢٠٠٨) الاتجاهات التربوية في النظرة للقيم وفقاً للأدب التربوي، وهي:

الاتجاه الأول: القيم مجموعة المعايير والمقاييس التي يحكم بها على الأشياء من حيث الحسن والقبح.

يرى بعض الباحثين أن القيم عبارة عن معايير محددة يمكن من خلالها تمييز الحسن من القبيح، والخير من الشر، والحكم من خلالها على السلوكيات والتصرفات، ومن الضروري التنويه إلى أن معايير اعتماد القيم تختلف من ثقافة لأخرى، فالتربية الغربية ترى أن معيار القيم معياراً عقلياً، يعتمد على المنطق، وما تعارف عليه المجتمع، بخلاف المجتمع الإسلامي الذي يعتمد على المرجعية الدينية لتشكيل القيم، مع الأخذ بالاعتبار العقل وأحكامه، والتكوين الإنساني، والأنماط الاجتماعية .

الاتجاه الثاني: القيم تفضيلات يختارها الفرد .

ينظر هذا الاتجاه إلى القيم نظرة عمومية، حيث يعد الباحثون المؤيدون لهذه النظرة القيم تفضيلات يختارها الفرد وينتج عنها السلوك، فالتفضيلات الشخصية هي تمثيل للقيم، ومبعث السلوكيات التي تمثلها هو القيم التي نتبناها، وكذلك التقدير والاختيار واتخاذ القرارات كلها تفضيلات تعكس القيم الخاصة بالفرد .

الاتجاه الثالث: القيم حاجات ودوافع واهتمامات واتجاهات ومعتقدات ترتبط بالفرد.

هذا الاتجاه يمثل علماء النفس الاجتماعي، الذين يرون أن القيم تمثل سمات الفرد واستعداداته واستجابته فيما يتعلق بالآخرين، وهم بذلك يختلفون عن علماء الاجتماع الذين يتعاملون مع القيم الجماعية، فهم يركزون على القيم الفردية باختلاف محدداتها النفسية والاجتماعية، وهذا ما دفعهم لربط القيم بحاجات الفرد، ودوافعه، واهتماماته، ومعتقداته، وسلوكه .

ومما سبق نستنتج أن القيم تركيب معقد يتجاوز مجرد المشاعر أو التفضيلات الشخصية، فهي خليط من مكونات نفسية، وفلسفية، واجتماعية، ودينية، ويصعب تأطيرها بتعريف واحد، أو تركيب معين ثابت، وستظل القيم ساحة للبحث التربوي والنفسى والفلسفي لاستقصاء أبعادها وجوانب تأثيرها، سيما حين ترتبط بمتغيرات العصر المتسارعة، والتأثير المتبادل بينها وبين هذه المتغيرات .

وللقيم خصائص تميزها عن المفاهيم المشابهة لها كالمبادئ والمعتقدات والاتجاهات، ويذكر البكار (٢٠١٧) خصائصها ومنها:

- القيم تدخل في الأنساق الكبرى للفعل الإنساني وهي الثقافة والمجتمع والشخصية .
 - تعتبر القيم تعميمات، يمكن من خلالها فهم المعنى لفعل معين .
 - للقيم درجة معينة من العمومية .
 - دائماً تكون القيم من المواضيع المرغوبة، إذ أنها تشكل ما يرغب فيه الناس .
 - ليست كل القيم ظاهرة، فأحياناً يكون نسق القيمة في ثقافة ما مستتراً أو متعارفاً عليه .
- ويذكر السيد (٢٠٠٥) خصائص أخرى للقيم ومنها:
- تنتمي القيم إلى عالم المثل، فهي تعبير أخلاقي مستمد من فلسفة معينة، أو عقيدة دينية.
 - تعد القيم قواعد تحدد وتوجه السلوك في المواقف المختلفة .
 - ترتبط القيم بالأفكار والمبادئ والاتجاهات في المجتمع، وبذلك توضح للفرد الطرق التي يجب أن يسلكها لتحقيق أهدافه الخاصة .
 - تعنى القيم بالأهداف البعيدة التي يضعها الفرد بنفسه، لا بالأهداف الفرعية .

الدراسات السابقة:

دراسة البكار (٢٠١٧) والتي هدفت للتعرف إلى دور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها في القيم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في الأسرة الأردنية من وجهة نظر الشباب الجامعي، واكتشاف الفروق التي تعود إلى متغير الجنس، والسنة الدراسية، والدخل الشهري للأسرة وعدد أفرادها، ومعدل ساعات التصفح لمواقع التواصل، وأكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً، وتكونت عينة الدراسة من (٢٤٤) طالباً وطالبة من جامعة البلقاء التطبيقية، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية الطبقية.

وكان من أبرز نتائج الدراسة: أن لوسائل التواصل الاجتماعي أثراً كبيراً على قيم الأسرة الأردنية على مستوى القيم الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وطغى عليها الجانب السلبي أكثر من الإيجابي، كما خلصت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) فأقل في أثر وسائل التواصل الاجتماعي على القيم في الأسرة الأردنية تعزى للجنس، والسنة الدراسية، والدخل الشهري وعدد أفراد الأسرة، ومعدل ساعات التصفح، وأكثر الشبكات استخداماً .

وأجرت التميمي (٢٠١٧) دراسة هدفت إلى معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم لدى طالبات قسم الدراسات الإسلامية في جامعة الدمام كلية التربية للأقسام الأدبية من وجهة نظرهن، وتكونت أفراد العينة من (١٦٥) طالبة من قسم الدراسات الإسلامية مقسمين إلى مجموعتين، تم اختيارها بالطريقة

القصدية، وكان من أبرز نتائج الدراسة: أن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم عند الطالبات تراوحت بين الكبيرة والمتوسطة، وهناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) تعزى لمتغير عدد الساعات الاستخدام لصالح الطالبات اللاتي يستخدمن المواقع (3-4) ساعات يوميًا على مجال القيم الدينية.

وهدف دراسة علي (2016) إلى اكتشاف أثر مواقع التواصل الاجتماعي على جودة الحياة الأسرية لدى الشباب الجامعي في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية، وتكونت أفراد العينة من (400) طالب وطالبة تتراوح أعمارهم بين 18-22 سنة، ممن يقضون أكثر من 3 ساعات على شبكة الانترنت، وتم تقسيمهم إلى 8 مجموعات، كل مجموعة تتكون من 50 طالب وطالبة، مع مراعاة المتغيرات الديموجرافية، وكان من أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة: وجود علاقة سالبة بين درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وجودة الحياة الأسرية، فكلما زاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قل مستوى جودة الحياة، كما أظهرت النتائج أن درجة استخدام طلبة وطالبات الجامعة تأثرت تأثيرًا ضعيفًا بكل من: الجنس، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، ونمط الثقافة (ريف-حضر)، وأن هنالك علاقة دالة لتأثير التفاعل بين الجنس والمستوى الاجتماعي الاقتصادي على استبيان مواقع التواصل الاجتماعي .

وفي دراسة الفول (2016) والتي هدفت إلى التعرف على أثر استخدام الوسائط الجديدة على توافق الطلبة الجزائريين من الجانب الأسري، وقد تكونت العينة من (200) طالب وطالبة من جامعة الجزائر، تم اختيارهم بالطريقة القصدية، ومن أبرز نتائج الدراسة: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير الوسائط الجديدة على التوافق الأسري لدى العينة تعزى إلى متغيري الجنس، والسن، بالمقابل وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير الوسائط الجديدة على التوافق الأسري تعزى إلى متغيري: مكان السكن، والمستوى الأكاديمي، كما بينت النتائج التأثير السلبي لاستخدام الوسائط الجديدة على العلاقات الأسرية .

وهدف دراسة الشرعة (2015) إلى التعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن، وتكونت عينة الدراسة من (210) طالب وطالبة، تم اختيارهم بالطريقة القصدية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) في أثر استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير الجنس لصالح الإناث، كما تبين أن هناك ارتباطًا ضعيفًا بين أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الدينية والأخلاقية .

وقام حمدي (2015) بإجراء دراسة هدفت إلى التعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب العربي، حيث أجرى الدراسة على عينة عشوائية من الشباب الذين يستخدمون الفيس بوك (face book) بلغ عددهم (137) مفردة من أصل (2748) من الشباب المضافين لديه، وكشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك بشكل يومي لأكثر من ثلاث ساعات، وأن 46% من أفراد العينة لا

يرون أن الفيس بوك يساهم في تعزيز قيم الالتزام الديني، والقيم الأسرية، بالمقابل فإن ٦١% من أفراد العينة يرون أن هنالك دور إيجابي للفيس بوك في تعزيز القيم المعرفية .

وقام عبدالعزيز (٢٠١٥) بإجراء دراسة هدفت إلى معرفة أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي، وتكونت العينة العشوائية من (١٢٠) طالب من طلاب جامعة غرب كردفان ممن تتراوح أعمارهم بين (١٨-٣٠) سنة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أن من أسباب هروب الطالب الجامعي واستخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي هو الشعور بالفراغ العاطفي والاجتماعي وذلك بنسبة ٦٠%، وأن التحصيل الدراسي للطالب الجامعي قد تراجع بنسبة ٦٠% بسبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

وأجرى الخزاعة (٢٠١٥) دراسة هدفت إلى استقصاء أثر مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الاجتماعية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، وتكونت عينة الدراسة من (٧٧٢) طالبًا وطالبة تم اختيارهم بالطريقة الطبقيّة العشوائية، وكان من أبرز النتائج: أن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الجامعية لدى طلبة جامعة الملك فيصل قد جاء بدرجة متوسطة، كما أظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الجامعية تعزى لمتغير الجنس، وبينت الدراسة أيضًا وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الجامعية تعزى لمتغير الكلية، ولصالح كلية التربية .

وهدف دراسة الصويان (٢٠١٤) إلى معرفة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة الاجتماعية للشباب السعودي، وبمحت الآثار الاجتماعية، وحجم وأسباب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وتكونت العينة من (٤٠٠) طالب وطالبة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: ارتفاع التأثير السلبي لمواقع التواصل على الشباب من حيث هدر الوقت، والانفصال عن واقعهم، وارتباطهم أكثر بالعالم الافتراضي، والتأثير السلبي على لغتهم وتبنيهم لقيم أخرى دخيلة .

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة يتضح أن هنالك دراسات ركزت على دراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم وخصصتها بقيم الأسرة كدراسة البكار (٢٠١٧) ودراسة الفول (٢٠١٦)، ودراسة علي (٢٠١٦)، وهنالك دراسات اقتصرت على دراسة القيم الاجتماعية وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي عليها كدراسة الخزاعة (٢٠١٥)، ودراسة الشرعة (٢٠١٥) حيث اقتصرت على القيم الدينية والأخلاقية، يقابلها دراسة التميمي (٢٠١٧) التي تناولت تأثير مواقع التواصل على القيم كمنظومة متكاملة، وأما دراسة حمدي (٢٠١٥) فقد اقتصرت على موقع الفيس بوك ومدى تأثيره على قيم الشباب العربي، وهنالك دراسات تناولت تأثير مواقع التواصل على جوانب معينة غير القيم، فدراسة الصويان (٢٠١٤) درست تأثير الشبكات الاجتماعية

على الثقافة الاجتماعية للشباب، ودراسة عبدالعزيز (٢٠١٥) ركزت على دراسة الدوافع من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تناولها لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم، واستخدامها لأداة ومنهجية تتشابه مع بعض الدراسات السابقة، وتنفرد هذه الدراسة باختلاف العينة، كما أن موضوع الشبكات الاجتماعية يعد من المواضيع المتجددة والمتطورة بشكل متسارع وهذا يعكس ضرورة مواصلة البحث المتقضي لجوانب تأثيرها، كما أن هذه الدراسة تتناول جوانب قيمة شاملة للدين والأخلاق والأسرة والاقتصاد، وعلاقة ذلك بمتغيرات التخصص والجنس .

منهجية وإجراءات وأداة البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف بأنه "طريقة في البحث تتناول أحداث وظواهر وممارسات موجودة متاحة للدراسة والقياس كما هي دون تدخل الباحث في مجرياتها ويستطيع الباحث أن يتفاعل معها فيصفها ويحللها" (الأغا، والأستاذ، ١٩٩٩، ص ٨٣)، حيث اعتمد البحث على نوعين من البيانات:

لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأ الباحث إلى جمع البيانات من خلال الاستبيان كأداة رئيسة للبحث. من ثم تم تفرغ الاستبيانات وتحليلها باستخدام برنامج SPSS الإحصائي واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة؛ بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع البحث.

أداة البحث:

تمثلت أداة البحث في الاستبانة وقد تم تقسيمها إلى قسمين رئيسيين:

١. **القسم الأول:** التعرف على البيانات الشخصية والديموغرافية للمبحوث (الجنس - التخصص - عدد الساعات)
٢. **القسم الثاني:** وهو القسم الذي يعبر عن محاور ومتغيرات البحث حيث تكون من (٢٦) فقرة، موزعة على ثلاثة محاور موضحة في الجدو التالي:

جدول ١: محاور البحث بأبعادها فقرات كل محور

عدد الفقرات	المحور
١٠	المحور الأول: القيم الدينية والأخلاقية
٨	المحور الثاني: القيم الأسرية
٨	المحور الثالث: القيم الاقتصادية
٢٦	مجموع فقرات جميع محاور البحث

تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي؛ للإجابة على فقرات القسم الثاني، وكانت الإجابات على كل فقرة مكونة من ٥ إجابات حيث الدرجة "٥" تعني موافق بشدة والدرجة "١" تعني غير موافق بشدة وفق الجدول رقم (٢).

جدول ١: تصنيف مقياس ليكرت الخماسي (الوزن النسبي)

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

ولتحديد مستوى موافقة أفراد مجتمع البحث على فقرات ومحاور الاستبانة، يتم الاعتماد على قيمة المتوسط الحسابي المرجح لكل فقرة أو محور بشكل أساسي، كما هو موضح وفق الجدول رقم (٣):

جدول ٢: سلم المقياس المستخدم في البحث

مستوى الموافقة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الوسط الحسابي	أقل من 1.80	1.80 إلى 2.60	2.61 إلى 3.40	3.41 إلى 4.20	أكبر من أو يساوي 4.21

صدق أداة البحث:

قام الباحث بالتأكد من صدق وثبات الاستبانة بثلاث طرق:

الصدق الظاهري:

عرض الباحث الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من ٣ من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين وقد استجاب الباحث لآراء المحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية.

الصدق البنائي:

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات البحث بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة.

جدول ٤: محاور البحث ومعامل الارتباط لكل محور بالدرجة الكلية

النتيجة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	المحور
ارتباط طردي قوي	٠,٠٠٠	٠,٦٩٣	المحور الأول: القيم الدينية والأخلاقية
ارتباط طردي قوي	٠,٠٠٠	٠,٧٠٧	المحور الثاني: القيم الأسرية
ارتباط طردي قوي	٠,٠٠٠	٠,٧٩٥	المحور الثالث: القيم الاقتصادية

يتضح من خلال الجدول السابق أن معاملات الارتباط توضح أن جميع القيم الاحتمالية كانت أقل من مستوى الدلالة ٠,٠٥، بمعنى ان معاملات الارتباط كانت دالة إحصائياً. ونسب معامل الارتباط على التوالي هي (٠,٧٩٥)، (٠,٧٠٧)، (٠,٦٩٣).

ثبات الاستبانة:

تحقق الباحث من ثبات استبانة البحث من خلال طريقة معامل ألفا كرونباخ وذلك كما يلي:

معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient

استخدم الباحث طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات محاور الاستبانة، وكانت النتائج أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبانة أعلى من (٠,٧٠٠) وهو معامل ثبات مرتفع نسبياً، وتكون الاستبانة في صورتها النهائية قابلة للتوزيع. وبذلك يكون الباحث قد تأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة.

أساليب المعالجة الإحصائية:

تم إجراء التحليل الإحصائي لإجابات عينة البحث باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

١. التكرارات والنسب المئوية (Frequencies and Percentages): ويستخدم هذا الأمر للتعرف على تكرارات استجابات أفراد عينة البحث.
٢. معاملات الارتباط (Correlation coefficient): للتحقق من صدق الاستبانة وثباتها، والعلاقة بين المتغيرات.
٣. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha Coefficient): للتعرف على ثبات استبانة البحث.
٤. المتوسط الحسابي (Mean) والوزن النسبي: للتعرف على الوزن النسبي ومتوسط استجابات أفراد عينة البحث على فقرات الاستبانة.
٥. اختبار (Independent Samples T test): للتعرف على الفروق بين مجموعتين.
٦. اختبار (One Way ANOVAs): للتعرف على الفروق بين ثلاث مجموعات فأكثر.

نتائج تحليل البحث ومناقشتها:

أولاً: خصائص أفراد عينة البحث

فيما يلي عرض لعينة البحث وفق الخصائص الشخصية والديموغرافية لها (الجنس - التخصص - عدد

(الساعات)

١. توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير الجنس

جدول ٥: توزيع استجابات أفراد البحث تبعاً لمتغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	البيان
٥٧,٠%	٤٥٦	ذكر
٤٣,٠%	٣٤٤	أنثى
١٠٠%	٨٠٠	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الأكبر في عينة البحث كانت من الذكور حيث بلغت نسبتهم ٥٧,٠% من عينة البحث. بينما كانت النسبة الأقل للإناث حيث بلغت نسبتهم ٤٣,٠%.

٢. توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير التخصص

جدول ٦: توزيع استجابات أفراد البحث تبعاً لمتغير التخصص

النسبة المئوية	التكرار	البيان
٣٨,٧٥%	٣١٠	تخصص نظري
٢٢,٧٥%	١٨٢	تخصص علمي
٣٨,٥٠%	٣٠٨	تخصص شرعي
١٠٠%	٨٠٠	المجموع

يلاحظ من الجدول السابق أن النسبة الأكبر من عينة البحث كانت لذوي التخصص النظري، حيث بلغت نسبتهم ٣٨,٧٥% من عينة البحث، بينما النسبة الأقل كانت لذوي التخصص العملي، حيث بلغت نسبتهم ٢٢,٧٥% من عينة البحث.

٣. توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير عدد الساعات

جدول ٧: توزيع استجابات أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير عدد الساعات

النسبة المئوية	التكرار	البيان
٤,٥٠%	٣٦	أقل من ساعة
١٠,٢٥%	٨٢	من ساعة - أقل من ساعتين
١٩,٣٨%	١٥٥	من ساعتين - أقل من ٣ ساعات
٢٠,٨٧%	١٦٧	من ٣ ساعات - أقل من ٤ ساعات
٤٥,٠٠%	٣٦٠	أكثر من ٤ ساعات
١٠٠%	٨٠٠	المجموع

يتضح من خلال الجدول السابق أن النسبة الأكبر من عينة البحث كانت لمن يقضون ساعات تزيد عن ٤ ساعات يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبتهم ٤٥,٠٠%، بينما كانت النسبة الأقل لمن يقضون أقل من ساعة يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبتهم ٤,٥٠% من عينة البحث.

ثانياً: مناقشة محاور البحث:

الإجابة عن السؤال الأول: ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية للطلاب الجامعي في جامعة أم القرى؟

وللإجابة عن السؤال الرئيسي الأول، قام الباحث بتحليل فقرات المحور الأول "القيم الدينية والأخلاقية"، وذلك لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث المرجح على فقرات المحور الأول قد وصلت لدرجة أعلى من درجة الحياد وهي ٣,٤. الجدول التالي يوضح هذه النتائج:

جدول ٣: التكرارات والنسب المئوية لإستجابات أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة بالمحور الأول

حسب مقياس ليكرت

القيمة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
دائماً أراقب الله عند استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي.	٢١٥	٢٦,٩%	٢٩٣	٣٦,٦%	٢١٨	٢٧,٣%	٦٣	٧,٩%	١١	١,٤%
أرى أن مواقع التواصل جعلتني أكثر جرأة على المحرمات	١٤٦	١٨,٣%	٢١٠	٢٦,٣%	١٧٥	٢١,٩%	١٥٦	١٩,٥%	١١٣	١٤,١%
مواقع التواصل أثارت لدي شبهةً إلهادية تشكك في الدين	٢٧	٣,٤%	٥٣	٦,٦%	٦٣	٧,٩%	١٧٨	٢٢,٣%	٤٧٩	٥٩,٩%
أحياناً استخدم حساباً وهمياً لكي أرى على الآخرين بعيداً عن أي قيود دينية أو أخلاقية	٣٧	٤,٦%	٤٤	٥,٥%	٥٥	٦,٩%	١٧٦	٢٢,٠%	٤٨٨	٦١,٠%
أتحرى الصدق في آرائي وشهادتي على الآخرين في مواقع التواصل	٣٠٣	٣٧,٩%	٢٩٣	٣٦,٦%	١٣٥	١٦,٩%	٣٤	٤,٣%	٣٥	٤,٤%
لا أنشر محتوى فيه محذور شرعي أو أخلاقي.	٥٣٩	٦٧,٤%	١٤٩	١٨,٦%	٥٩	٧,٤%	٢٧	٣,٤%	٢٦	٣,٣%
أعانتني مواقع التواصل على نشر الخير والنفع للناس.	٣١٣	٣٩,١%	٣٤١	٤٢,٦%	١٢٤	١٥,٥%	١٧	٢,١%	٥	٠,٦%
مواقع التواصل تحفز على الرياء حين ينشر الفرد الطاعات التي عملها.	١٦٧	٢٠,٩%	١٨٨	٢٣,٥%	٢٥٨	٣٢,٣%	١٢٤	١٥,٥%	٦٣	٧,٩%
أراعي قيمة الستر فلا أنشر فضائح الآخرين.	٥٦٣	٧٠,٤%	١٩٠	٢٣,٨%	٣١	٣,٩%	٧	٠,٩%	٩	١,١%
أتذكر دائماً بأنني مؤتمن في كل ما أكتبه وأنشره.	٤٤٨	٥٦,٠%	٢٦١	٣٢,٦%	٦٨	٨,٥%	١٦	٢,٠%	٧	٠,٩%

جدول ٩: المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة بالمحور

الأول مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

م	البيان	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	البيان	الترتيب
١	دائمًا أراقب الله عند استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي.	٣,٨٠	٧٦,٠%	٠,٩٧٠	موافق	٦
٢	أرى أن مواقع التواصل جعلتني أكثر جرأة على المخرمات	٣,١٥	٦٣,٠%	١,٣١٦	محايد	٨
٣	مواقع التواصل أثارت لدي شبهة إلهادية تشكك في الدين	١,٧١	٣٤,٢%	١,٠٨٠	غير موافق	٩
٤	أحياناً استخدم حساباً وهمياً لكي أرد على الآخرين بعيداً عن أي قيود دينية أو أخلاقية	١,٧١	٣٤,٢%	١,١٠٩	غير موافق مكرر	٩
٥	أتحرى الصدق في آرائي وشهادتي على الآخرين في مواقع التواصل	٣,٩٩	٧٩,٨%	١,٠٥٥	موافق	٥
٦	لا أنشر محتوى فيه محظور شرعي أو أخلاقي.	٤,٤٤	٨٨,٨%	٠,٩٩٣	موافق بشدة	٢
٧	أعانتني مواقع التواصل على نشر الخير والنفع للناس.	٤,١٨	٨٣,٦%	٠,٨١١	موافق	٤
٨	مواقع التواصل تحفز على الرياء حين ينشر الفرد الطاعات التي عملها.	٣,٣٤	٦٦,٨%	١,١٩٤	محايد	٧
٩	أراعي قيمة الستر فلا أنشر فضائح الآخرين.	٤,٦١	٩٢,٢%	٠,٧٠٩	موافق بشدة	١
١٠	أتذكر دائماً بأني مؤتمن في كل ما أكتبه وأنشره.	٤,٤١	٨٨,٢%	٠,٧٩٨	موافق بشدة	٣
	جميع فقرات المحور معاً	3.53	٧٠,٦%	0.387	موافق	

يوضح الجدولان السابقان متوسط استجابات أفراد عينة البحث على فقرات المحور الأول وترتيبها حسب

المتوسطات الحسابية من الأهم فالأقل أهمية من وجهة نظر أفراد عينة البحث.

- أعلى فقرة كانت الفقرة رقم (٩) والتي تنص على "أراعي قيمة الستر فلا أنشر فضائح الآخرين." بمتوسط حسابي ٤,٦١ ووزن نسبي ٩٢,٢%، وتعكس هذه العبارة مدى الالتزام الديني والأخلاقي لدى شريحة كبيرة من أفراد عينة البحث، والذي يتضح منه كيفية تعاملهم مع فضائح الآخرين التي قد يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل هذا الالتزام ينبع من كون الإنسان المؤمن الصادق ليس فضاحاً، وبميل وفقاً لشريعتنا الإسلامية إلى الستر عن عيوب الآخرين، مثل هذا الستر حتى وإن كان عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، يساهم من ناحية أخلاقية وشرعية في تعزيز قيمة الستر لدى المجتمع.
- أقل فقرة كانت لكل من الفقرة رقم (٣) والتي تنص على "مواقع التواصل أثارت لدي شبهة إلهادية تشكك في الدين." والفقرة رقم (٤) والتي تنص على "أحياناً استخدم حساباً وهمياً لكي أرد على الآخرين بعيداً عن أي قيود دينية أو أخلاقية" بمتوسط حسابي ١,٧١ ووزن نسبي ٣٤,٢% لكل منهما،

ويتضح من العبارتين السابقتين أن نسبة قليلة من أفراد عينة الدراسة أثرت مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة على معتقداتهم الدينية والأخلاقية بطريقة أو بأخرى، هذا التأثير الذي يتناقض مع معتقداتهم الدينية التي نشأوا عليها منذ الصغر، الأمر الذي قد يدفعهم في بعض الأحيان إلى التنصل من شخصيتهم الحقيقية، واللجوء إلى شخصيات وحسابات أخرى وهمية، تساعدهم على التعبير عن آرائهم الشاذة عن القيم والمعتقدات المجتمعية، دون أن تكون أقوالهم أو شخصياتهم عرضة للنقد أو الهجوم من قبل الآخرين، أو تحت طائلة المحاسبة.

ويرى الباحث أن نسبة الانفتاح الذي توفره مواقع التواصل الاجتماعي على العديد من الثقافات والمعتقدات الدينية المختلفة عبر أنحاء العالم، قد تفتح له باب الاطلاع على وجهات نظر مختلفة عما نشأ عليه، الأمر الذي قد يزعزع معتقداتهم الدينية - عند الأشخاص ذوي الإيمان المهتز - ويدفعهم إلى محاولة الخوض أكثر لفهم هذه المعتقدات ومقارنتها بمعتقداته الدينية الخاصة بمجتمعهم، سيما إذا لم يكن الفرد محصناً شرعياً وفكرياً .

بصفة عامة يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات بلغ ٣,٥٣ والوزن النسبي يساوي ٧٠,٦% مما يدل على وجود موافقة من قبل أفراد العينة حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية للطالب الجامعي في جامعة أم القرى.

واتفقت هذه النتائج تقريباً مع نتائج دراسة التميمي (٢٠١٧) والتي بينت أن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم عند الطالبات تراوحت بين الكبيرة والمتوسطة، بينما اختلفت نتائج هذا البحث مع نتائج دراسة الشرعة (٢٠١٥) والتي بينت أن هناك ارتباطاً ضعيفاً بين أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الدينية والأخلاقية.

الإجابة عن السؤال الثاني: ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية للطالب الجامعي في جامعة أم القرى؟

تم تحليل فقرات المحور الثاني "القيم الأسرية"، وذلك لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث المرجح على فقرات المحور الثاني قد وصلت لدرجة أعلى من درجة الحياد وهي ٣,٤. الجدولان التاليان يوضحان هذه النتائج

جدول ٤: التكرارات والنسب المئوية لإستجابات أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة

بالمحور الثاني حسب مقياس ليكرت

الفقرة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
أثرت مواقع التواصل إيجابياً على مستوى الحوار داخل أسرتي.	١٧٠	٢١,٣%	٢١٩	٢٧,٤%	٢٤٣	٣٠,٤%	١١٣	١٤,١%
أقضي مع أسرتي وقتاً أطول من وقت تصفحي لمواقع التواصل الاجتماعي.	١٢٧	١٥,٩%	١٩١	٢٣,٩%	٢١٧	٢٧,١%	١٧٥	٢١,٩%
أفضل الحديث مع أفراد الأسرة حول موضوعاتهم ومشكلاتهم أكثر من انشغالي بمواقع التواصل الاجتماعي.	٢٢٨	٢٨,٥%	٢٢٣	٢٧,٩%	٢٣١	٢٨,٩%	٧٧	٩,٦%
أصبحت من خلال مواقع التواصل أكثر اهتماماً بقضايا أسرتي.	١٢٢	١٥,٣%	٢٢٠	٢٧,٥%	٢٥١	٣١,٤%	١٥٧	١٩,٦%
زادت مواقع التواصل من مستوى التواصل بين أفراد أسرتي	١١٠	١٣,٨%	٢٠٩	٢٦,١%	٢٠٢	٢٥,٣%	١٩١	٢٣,٩%
قلصت مواقع التواصل مشاركتي في المناسبات العائلية.	١٠٢	١٢,٨%	١٨٠	٢٢,٥%	١٦٩	٢١,١%	٢٢٩	٢٨,٦%
قللت مواقع التواصل من ولائي لأسرتي بسبب المقارنة بأسر أكثر سعادة وتربطاً.	٦٩	٨,٦%	٨٣	١٠,٤%	١٣٤	١٦,٨%	٢٣٠	٢٨,٧%
أثرت مواقع التواصل سلبيًا على قيامي بمهامي وواجباتي الأسرية.	٧٨	٩,٨%	١٩٤	٢٤,٣%	١٥٠	١٨,٨%	٢١٨	٢٧,٣%

جدول ٥: المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث على الفقرات

المتعلقة بالمحور الثاني مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	النتيجة	الترتيب
١	أثرت مواقع التواصل إيجابياً على مستوى الحوار داخل أسرتي.	٣,٤٢	٦٨,٤%	١,١٦٨	موافق	٢
٢	أقضي مع أسرتي وقتاً أطول من وقت تصفحي لمواقع التواصل الاجتماعي.	٣,١١	٦٢,٢%	١,٢٣٨	محايد	٥
٣	أفضل الحديث مع أفراد الأسرة حول موضوعاتهم ومشكلاتهم أكثر من انشغالي بمواقع التواصل الاجتماعي.	٣,٦٥	٧٣,٠%	١,١٤٠	موافق	١
٤	أصبحت من خلال مواقع التواصل أكثر اهتماماً بقضايا أسرتي.	٣,٢٦	٦٥,٢%	١,١٢٥	محايد	٣
٥	زادت مواقع التواصل من مستوى التواصل بين أفراد أسرتي	٣,٠٨	٦١,٦%	١,٢١٩	محايد	٤
٦	قلصت مواقع التواصل مشاركتي في المناسبات العائلية.	٢,٨٩	٥٧,٨%	١,٢٧٠	محايد	٦
٧	قللت مواقع التواصل من ولائي لأسرتي بسبب المقارنة بأسر أكثر سعادة وتربطاً.	٢,٢٨	٤٥,٦%	١,٢٨	غير موافق	٨
٨	أثرت مواقع التواصل سلبيًا على قيامي بمهامي وواجباتي الأسرية.	٢,٧٧	٥٥,٤%	١,٢٨٥	محايد	٧
جميع فقرات المحور معاً		٣,٠٦	٦١,٢%	٠,٥٩٦	محايد	

يوضح الجدولان السابقان استجابات أفراد عينة البحث على فقرات المحور الثاني وترتيبها حسب المتوسطات الحسابية من الأهم فالأقل أهمية من وجهة نظر أفراد عينة البحث.

١. أعلى فقرة كانت الفقرة رقم (٣) والتي تنص على "أفضل الحديث مع أفراد الأسرة حول موضوعاتهم ومشكلاتهم أكثر من انشغالي بمواقع التواصل الاجتماعي". بمتوسط حسابي ٣,٦٥ ووزن نسبي ٧٣,٠%، وتوضح هذه الفقرة مدى الاهتمام الذي يوليه نسبة كبيرة من أفراد عينة البحث تجاه أفراد أسرهم، من حيث تبادل أطراف الحديث ومناقشة أمور الحياة وذلك عوضاً عن انشغالهم واستغراقهم في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

ويرى الباحث أن الوقت الذي يخصصه الأشخاص لعلاقاتهم الأسرية، والمشاركة الحقيقية بين أفراد الأسرة الواحدة في النقاشات المختلفة واتخاذ القرارات المختلفة التي تتعلق بالأسرة، يساهم في توطيد العلاقة الأسرية ويساهم في استقرار الأسرة، والتي تعتبر الوحدة الرئيسية لتكوين المجتمع، ما يترتب على ذلك استقرار المجتمع ذاته، سيما أن مواقع التواصل الاجتماعي رسخت لدى الوعي الجمعي أنها مهدد للاستقرار الأسري، حين باتت تستقطع من الوقت الذي يقضي الفرد مع أسرته.

٢. أقل فقرة كانت الفقرة رقم (٧) والتي تنص على "قللت مواقع التواصل من ولائي لأسرتي بسبب المقارنة بأسر أكثر سعادة وتربطاً". بمتوسط حسابي ٢,٢٨ ووزن نسبي ٤٥,٦%، ويتضح من هذه العبارة أن نسبة منخفضة نسبياً من أفراد عينة الدراسة ترى ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد يترتب عليه في بعض الأحيان شعور بعدم الرضا لديهم نتيجة مقارنة وضعهم الأسري بوضع أسر أخرى أكثر استقراراً - سعادة - منهم.

ويفسر الباحث ذلك بأن طبيعة النفس البشرية تميل للمقارنة دوماً مع الآخرين، والتطلع الدائم لوضع أفضل من الوضع الحالي الخاص بهم، لذا يعتبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وما يوفره من معاينة مختلف المستويات المعيشية والعلاقات الأسرية المختلفة عبر أماكن مختلفة حول العالم، قد يترتب عليه عقد مقارنات وتطلعات قد تزيد عن الإمكانيات الأسرية المتاحة لدى الشخص المتطلع، الأمر الذي قد يؤثر سلباً على الاستقرار النفسي والأسري للشخص.

بصفة عامة يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات بلغ ٣,٦٥ والوزن النسبي يساوي ٦١,٢% مما يدل على وجود موافقة حيادية من قبل أفراد العينة حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية للطالب الجامعي في جامعة أم القرى.

وتتفق نتائج البحث الحالي نوعاً ما مع دراسة البكار (٢٠١٧) والتي أوضحت أن لوسائل التواصل الاجتماعي أثراً كبيراً على قيم الأسرة الأردنية على مستوى القيم الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وطمحها الجانب السلي أكثر من الإيجابي، ودراسة علي (٢٠١٦) والتي أشارت إلى وجود علاقة سالبة بين درجة استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي وجودة الحياة الأسرية، فكلما زاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قل مستوى جودة الحياة.

الإجابة عن السؤال الثالث: مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاقتصادية للطالب الجامعي في جامعة أم القرى؟

قام الباحث بتحليل فقرات المحور الثالث " القيم الاقتصادية "، وذلك لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث المرشح على فقرات المحور الثالث قد وصلت لدرجة أعلى من درجة الحياد وهي ٣,٤. الجدولان التاليان يوضحان هذه النتائج

جدول ١٢: التكرارات والنسب المئوية لإستجابات أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة

بالمحور الثالث حسب مقياس ليكرت

الفقرة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
قللت مواقع التواصل من احترام قيمة الوقت كقيمة اقتصادية.	٢٣٥	٢٩,٤%	٢٦٨	٣٣,٥%	١٤٩	١٨,٦%	٥٧	٧,١%
أصبحت من خلال مواقع التواصل أكثر اهتماماً بالكماليات.	١٠٦	١٣,٣%	٢٢٢	٢٧,٨%	٢٢٤	٢٨,٠%	٦٩	٨,٦%
مواقع التواصل زادت من الأعباء الاقتصادية داخل أسرتي.	٨٧	١٠,٩%	١٨٤	٢٣,٠%	١٨٣	٢٢,٩%	١٢٥	١٥,٦%
لا أقارن بين ممتلكاتي وما أشاهده في مواقع التواصل من ممتلكات الآخرين.	٣٠٠	٣٧,٥%	٢٦٠	٣٢,٥%	١٣٥	١٦,٩%	٢٦	٣,٣%
زادت مواقع التواصل من اهتمامي بالادخار.	١٠٠	١٢,٥%	٢٠٤	٢٥,٥%	٢٥٢	٣١,٥%	٤٩	٦,١%
لا أتأثر بكثرة الدعايات والإعلانات التي أشاهدها في مواقع التواصل.	٣١٦	٣٩,٥%	٢٢٤	٢٨,٠%	١٤١	١٧,٦%	٤٤	٥,٥%
حفزتني مواقع التواصل لزيادة دخلي الشهري	١٢٤	١٥,٥%	١٨٩	٢٣,٦%	١٩٥	٢٤,٤%	٩٥	١١,٩%
حفزتني مواقع التواصل للاستثمار أو تأسيس مشروع خاص	١٦٤	٢٠,٥%	٢٣٦	٢٩,٥%	١٨٠	٢٢,٥%	٧٩	٩,٩%

جدول ١٣: نتائج اختبارات والمتوسطات الحسابية والوزن النسبي لإجابات أفراد عينة البحث على الفقرات

المتعلقة بالمحور الثالث مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	النتيجة	الترتيب
١.	قللت مواقع التواصل من احترام قيمة الوقت كقيمة اقتصادية.	٣,٦٧	٧٣,٤%	١,٢١١	موافق	٣
٢.	أصبحت من خلال مواقع التواصل أكثر اهتماماً بالكماليات.	٣,١٥	٦٣,٠%	١,١٦٥	محايد	٥
٣.	مواقع التواصل زادت من الأعباء الاقتصادية داخل أسرتي.	٢,٨٦	٥٧,٢%	١,٢٤٤	محايد	٨
٤.	لا أقارن بين ممتلكاتي وما أشاهده في مواقع التواصل من ممتلكات الآخرين.	٣,٩١	٧٨,٢%	١,١٠٧	موافق	١
٥.	زادت مواقع التواصل من اهتمامي بالادخار.	٣,١٤	٦٢,٨%	١,١٠٧	محايد	٦
٦.	لا أتأثر بكثرة الدعايات والإعلانات التي أشاهدها في مواقع التواصل.	٣,٨٧	٧٧,٤%	١,١٩٤	موافق	٢
٧.	حفزتني مواقع التواصل لزيادة دخلي الشهري	٣,٠٦	٦١,٢%	١,٢٥٥	محايد	٧
٨.	حفزتني مواقع التواصل للاستثمار أو تأسيس مشروع خاص	٣,٣٣	٦٦,٦%	١,٢٥٦	محايد	٤
	جميع فقرات المحور معاً	٣,٣٧	٦٧,٤%	٠,٥٨٢	محايد	

توضح الجدولان السابقان استجابات أفراد عينة البحث على فقرات المحور الثالث وترتيبها حسب المتوسطات الحسابية من الأهم فالأقل أهمية من وجهة نظر أفراد عينة البحث.

١. أعلى فقرة كانت الفقرة رقم (٤) والتي تنص على " لا أقارن بين ممتلكاتي وما أشاهده في مواقع التواصل من ممتلكات الآخرين." بمتوسط حسابي ٣,٩١ ووزن نسبي ٧٨,٢%، وتوضح هذه العبارة أن نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة تشعر بالرضا تجاه وضعهم الاقتصادي وسائر ممتلكاتهم المختلفة، وهذا انعكس على عدم حاجتهم إلى عقد مقارنات بين وضعهم الاقتصادي الخاص ووضع الآخرين الذين يشاهدونهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

ويرى الباحث أن عملية المقارنة خاصة في الجانب الاقتصادي قد تسبب بعض الضغوطات النفسية لدى الأفراد، حيث تولد لديهم الرغبة بالمواكبة والتغيير حتى وإن كانت هذه المواكبة خارج نطاق امكانياتهم، الأمر الذي قد يوقعهم في العديد من المشاكل الاقتصادية والنفسية، سيما أن مواقع التواصل الاجتماعي تجمع أفراداً من سائر الطبقات الاجتماعية والاقتصادية .

٢. أقل فقرة كانت الفقرة رقم (٣) والتي تنص على " مواقع التواصل زادت من الأعباء الاقتصادية داخل أسرتي." بمتوسط حسابي ٢,٨٦ ووزن نسبي ٥٧,٢%، ويتضح من هذه العبارة أن نسبة حيادية تزيد عن نصف افراد عينة الدراسة بقليل، ترى أن مواقع التواصل تعتبر من أهم الأسباب التي قد تزيد من مسؤولياتهم وأعبائهم الاقتصادية، وذلك نتيجة مواكبة مستوى معيشة الآخرين الذين ينشرون بشكل دوري معلومات حول مستواهم وامكانياتهم المادية والاقتصادية.

بصفة عامة يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات بلغ ٣,٣٧ والوزن النسبي يساوي ٦٧,٤% مما يدل على وجود موافقة حيادية من قبل أفراد العينة حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاقتصادية للطالب الجامعي في جامعة أم القرى.

وتتفق نتائج البحث الحالي نوعاً ما مع دراسة البكار (٢٠١٧) والتي أوضحت أن لوسائل التواصل الاجتماعي أثراً كبيراً على قيم الأسرة الأردنية على مستوى القيم الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وطمح عليها الجانب السلبي أكثر من الإيجابي.

الجدول التالي يلخص اهم نتائج مناقشة محاور البحث الثلاثة

جدول ١٤: المتوسطات الحسابية والوزن النسبي لإجابات أفراد العينة على محاور البحث

م	المحور	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	النتيجة	الترتيب
١	المحور الأول: القيم الدينية والأخلاقية	٣,٣٥	٧٠,٦%	٠,٣٨٧	موافق	١
٢	المحور الثاني: القيم الأسرية	٣,٠٦	٦١,٢%	٠,٥٩٦	محايد	٣
٣	المحور الثالث: القيم الاقتصادية	٣,٣٧	٦٧,٤%	٠,٥٨٢	محايد	٢

الإجابة عن السؤال الرابع: هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى تعزى لمتغيرات (الجنس، التخصص، عدد الساعات)؟.

أولاً: متغير الجنس

وللإجابة عن السؤال قام الباحث بحساب المتوسط الحسابي وإجراء اختبار (T-test) للفروق بين المتوسطات بهدف فحص الفروق بين الذكور والإناث، ويبين الجدول التالي هذه النتائج:

جدول ١٥: المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة ونتائج اختبار T تبعاً لمتغير الجنس في جميع محاور البحث

الدلالة	مستوى الدلالة Sig	قيمة T	درجة الحرية	المتوسط الحسابي	متغير الجنس	المحاور الرئيسية
غير دالة	٠,٦٦٨٥	٠,٤٢٨	٧٩٨	٣٥,٣٨	ذكر	المحور الأول: القيم الدينية والأخلاقية
				٣٥,٢٦	أنثى	
دالة	٠,٠٢٠٩	٢,٣١٥-	٧٩٨	٢٤,١١	ذكر	المحور الثاني: القيم الأسرية
				٢٤,٩٠	أنثى	
دالة	٠,٠١٣٨	٢,٥١٩-	٧٩٨	٢٦,٦٢	ذكر	المحور الثالث: القيم الاقتصادية
				٢٤,٤٤	أنثى	
دالة	٠,٠٤٠٢	٢,٠٥-	٧٩٨	٨٦,١٣	ذكر	المقياس الكلي
				٨٧,٦١	أنثى	

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى للمقياس الكلي تعزى لمتغير الجنس لصالح الطالبات، وذلك بعد الرجوع إلى المتوسطات الحسابية
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى في المحور الأول القيم الدينية والأخلاقية تعزى لمتغير الجنس
- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى في المحور الثاني القيم الأسرية تعزى لمتغير الجنس لصالح الطالبات، وذلك بعد الرجوع إلى المتوسطات الحسابية
- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى في المحور الثالث القيم الاقتصادية تعزى لمتغير الجنس لصالح الطالبات، وذلك بعد الرجوع إلى المتوسطات الحسابية

ثانياً: متغير التخصص

وللإجابة عن السؤال قام الباحث بحساب المتوسط الحسابي ومجموع المربعات ومتوسط المربعات وقيمة "ف" ودلالاتها وذلك بإجراء اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين المجموعات الثلاث، ويبين الجدولين التاليين هذه النتائج:

جدول ١٦: المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير التخصص في جميع محاور البحث

المتوسطات الحسابية			المقياس الكلي
تخصص نظري	تخصص علمي	تخصص شرعي	
٨٦,٤٣	٨٧,٣٧	٨٦,٧٥	

جدول ١٧: نتائج اختبار تحليل التباين تبعاً لمتغير التخصص في جميع محاور البحث

مستوى الدلالة Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	التخصص	المحاور الرئيسية
٠,٦١٠	٠,٤٩	٥٠,٨٥١	٢	١٠١,٧	بين المجموعات	المقياس الكلي
		١٠٢,٩٩	٧٩٧	٨٢٠٨٨,٨٩	داخل المجموعات	
			٧٩٩	٨٢١٩٠,٥٩	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في المقياس الكلي تعزى لمتغير التخصص .

ثالثاً: متغير عدد الساعات

وللإجابة عن السؤال قام الباحث بحساب المتوسط الحسابي ومجموع المربعات ومتوسط المربعات وقيمة "ف" ودلالاتها وذلك بإجراء اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA لمعرفة الفروق بين المجموعات الثلاث، ويبيّن الجدولين التاليين هذه النتائج:

جدول ١٨: المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

في جميع محاور البحث

المتوسطات الحسابية					المحاور الرئيسية
أقل من ساعة	من ساعة - أقل من ساعتين	من ساعتين - أقل من ٣ ساعات	من ٣ - أقل من ٤ ساعات	أكثر من ٤ ساعات	
٣٧,٨٠	٣٥,٨٤	٣٥,١٧	٣٥,٣٥	٣٥,٠٣	المحور الأول: القيم الدينية والأخلاقية
٢٩,١٦	٢٥,٧٨	٢٤,١٨	٢٤,٣٩	٢٣,٨٢	المحور الثاني: القيم الأسرية
٢٩,٠٨	٢٦,٣٧	٢٦,٣٦	٢٦,٨٨	٢٧,٢١	المحور الثالث: القيم الاقتصادية
٩٦,٠٥	٨٨,٠٠	٨٥,٧٢	٨٦,٦٢	٨٦,٠٨	المقياس الكلي

جدول ١٩: نتائج اختبار تحليل التباين تبعاً لمتغير عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في جميع محاور البحث

مستوى الدلالة Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	المحاور الرئيسية
٠,٠٠٠٠٩	٤,٧١٤	٦٩,٣٩٧	٤	٢٢٧,٥٨٩	بين المجموعات	المحور الأول: القيم الدينية والأخلاقية
		١٤,٧٢٠	٧٩٥	١١٧٠,٦٣٠	داخل المجموعات	
			٧٩٩	١١٩٨,٢٢٠	المجموع	
٠,٠٠٠٠١	١٢,٧٨٩	٢٧٤,١٥١	٤	١٠٩٦,٦٠٧	بين المجموعات	المحور الثاني: القيم الأسرية
		٢١,٤٣٦	٧٩٥	١٧٠٤١,٨٦١	داخل المجموعات	
			٧٩٩	١٨١٣٨,٤٦٨	المجموع	
٠,٠١٤٢	٣,١٣٦	٦٧,٣٤٥	٤	٢٦٩,٣٨٠	بين المجموعات	المحور الثالث: القيم الاقتصادية
		٢١,٤٧٣	٧٩٥	١٧٠٧١,٣٣٧	داخل المجموعات	
			٧٩٩	١٧٣٤٠,٧١٨	المجموع	
٠,٠٠٠٠٢	١٤,١٩	١٤٣٥,١٦	٤	١٤٣٥,٦١	بين المجموعات	المقياس الكلي
		١٠١,١٩	٧٩٥	٨٠٧٥٤,٩٧	داخل المجموعات	
			٧٩٩	٨٢١٩٠,٥٩	المجموع	

يتضح من الجدولين السابقين ما يلي:

- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى في المقياس الكلي تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل أقل من ساعة يومياً، وذلك بعد الرجوع لجدول المتوسطات الحسابية.
- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى في المحور الأول القيم الدينية والأخلاقية تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل أقل من ساعة يومياً، وذلك بعد الرجوع لجدول المتوسطات الحسابية.
- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى في المحور الثاني القيم الأسرية تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل أقل من ساعة يومياً، وذلك بعد الرجوع لجدول المتوسطات الحسابية.

توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى في المحور الأول القيم الاقتصادية تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل أقل من ساعة يومياً، وذلك بعد الرجوع لجدول المتوسطات الحسابية.

ملخص نتائج وتوصيات ومقترحات البحث:

من خلال العرض السابق للإطار النظري للدراسة ونتائج التحليل الإحصائي لمجالات ومحاور البحث يمكن تلخيص أهم النتائج كالتالي:

أولاً: نتائج البحث:

بعد مناقشة محاور البحث بشكل عام، أظهر البحث النتائج التالية:

١. وجود موافقة من قبل أفراد العينة حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية للطالب الجامعي في جامعة أم القرى بوزن نسبي ٧٠,٦%.
٢. وجود موافقة حيادية من قبل أفراد العينة حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية للطالب الجامعي في جامعة أم القرى بوزن نسبي ٦١,٢%.
٣. وجود موافقة حيادية من قبل أفراد العينة حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاقتصادية للطالب الجامعي في جامعة أم القرى بمتوسط حسابي ٦٧,٤%.
٤. توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى تعزى لمتغير الجنس .
٥. لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي تعزى لمتغير التخصص.
٦. توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى تعزى لخاصية أفراد عينة البحث الديموغرافية - عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل أقل من ساعة يومياً .

ثانياً: توصيات البحث ومقترحاته:

- في ضوء النتائج التي أسفر عنها البحث، وبعد الرجوع إلى مناقشة محاور البحث الثلاثة المختلفة، يقترح الباحث عدة توصيات وذلك على النحو التالي:
١. تحفيز طلبة الجامعات على إثراء المحتوى النافع في مواقع التواصل الاجتماعي؛ عبر المسابقات والتوجيه والإرشاد، والدعم المادي والمعنوي.
 ٢. إجراء دراسات تنبؤية لمآلات التأثير الحالي لمواقع التواصل الاجتماعي على شخصية الطالب، ومستواه الأكاديمي والمعرفي.
 ٣. دراسة جوانب أخرى لمنظومة القيم لطلبة جامعة أم القرى، كالقيم المعرفية، والقيم الفكرية، والقيم الاجتماعية.
 ٤. عقد ورشات توعوية لطلبة جامعة أم القرى حول أهمية احترام الوقت كقيمة اقتصادية يمكن الاستفادة منها في نواحي الحياة المختلفة.
 ٥. عمل دورات تدريبية وعقد ورشات مهنية من قبل المختصين لأعضاء هيئة التدريس؛ من أجل توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، لتعزيز الاستفادة المثلى منها.

المراجع:

- إسماعيل، علي سعيد. (٢٠٠٠م). الأصول الفلسفية للتربية. القاهرة: دار الفكر العربي .
- إسماعيل، محمود حسن. (٢٠٠٣). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع
- البكار، محمد، عبدالقادر. (٢٠١٧). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم في الأسرة الأردنية: دراسة اجتماعية ميدانية. مجلة كلية الآداب: جامعة القاهرة - كلية الآداب، مج ٧٧(٧)، ١٦١ - ٢١٨ .
- التميمي، إيمان محمد رضا. (٢٠١٧). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية لدى طالبات قسم الدراسات الإسلامية في جامعة الدمام وعلاقتها ببعض المتغيرات، دراسات العلوم التربوية: الجامعة الأردنية - عمادة البحث العلمي، ١٩٣، ٤٤-٢١٠.
- الجلاد، ماجد زكي محمد. (٢٠٠٨). المنظومة القيمية لدى طلبة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا في ضوء بعض المتغيرات. مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية، جامعة أم القرى، ٢٠(٢)، ٣٦٦-٤٣٠
- حمدي، محمد الفاتح. (٢٠١٥). أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب العربي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي المتصفح لموقع الفاييس بوك. جامعة زيان عاشور بالجلفة، مجلة التراث، (٢٠)، ١٧٨-٢٠٥.
- الخزاعلة، محمد؛ والخلفان، عيسى. (٢٠١٥). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الجامعية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، مجلة كلية التربية: جامعة الإسكندرية - كلية التربية، ٢٥(٣)، ١٨٩-٢٢٨ .
- دياب، فوزية. (١٩٦٦). القيم والعادات الاجتماعية. القاهرة: دار الكتاب العربي .
- ديفلر، مليفين؛ وروكيتش، ساندر. (١٩٩٥). نظريات وسائل الإعلام. ترجمة: كمال عبدالرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع .
- الراوي، بشرى جميل. (٢٠١٢). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري. المجلة الدولية للآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية: المؤسسة العربية للبحث العلمي والتنمية البشرية، (١٠)، ٦٣-٣٤ .
- السعيد، حنان؛ وضيف، عائشة. (٢٠١٥). استخدام مواقع التواصل وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي: الجزائر .
- السيد، إبراهيم السيد أحمد (٢٠٠٥). البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز. رسالة دكتوراه غير منشورة، مصر: جامعة الزقازيق .

الشرعة، ممدوح منيزل فليح. (٢٠١٥). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن. " في المؤتمر العالمي الثاني عشر للندوة العالمية للشباب الإسلامي: الشباب في عالم متغير، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، مراكش، ٣، ١٥٨٩ -

١٦٣٧

عبدالعزیز، خالد إبراهيم. (٢٠١٥). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي: دراسة ميدانية على طلاب جامعة غرب كردفان. مجلة العلوم الإسلامية واللغة العربية، جامعة غرب كردفان - كلية العلوم الإسلامية واللغة، (١)، ٦٩-٩٦.

علي، هناء السيد محمد. (٢٠١٦). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على جودة الحياة الأسرية لدى الشباب الجامعي في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية. جامعة القاهرة - كلية الإعلام - المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (٧)، ١٨١-٢٣٤.

غرينفيلد، سوزان. (٢٠١٧). تغير العقل. ترجمة: إيهاب إبراهيم علي، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

القول، ريم. (٢٠١٦). أثر استخدام مختلف الوسائط الجديدة على توافق الطلبة الجزائريين من الجانب الأسري: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجزائر، جامعة مصراته، كلية الآداب، (٧)، ٢٠٥-٢٤٣.

القادر، ماجد محمد شمدين. (٢٠١٧). علاقة مشاهير برامج التواصل الاجتماعي بالأثر الأخلاقي. جامعة عين شمس، ٦، (١٨)، ٢٧٧-٢٩٣.

مسعودان، أحمد؛ والعيد، ورم. (٢٠١٢). استخدام وسائل الاتصال و الإعلام الجديدة و علاقته بالعزلة الاجتماعية: دراسة تحليلية لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التواصل الأسري. مجلة التربية: جامعة الأزهر - كلية التربية، (١٥١)، ٧٣٩-٧٦٧.

مكاوي، حسن عماد؛ والسيد، ليلي حسين. (١٩٩٨). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

نومار، مريم. (٢٠١٢). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر: الجزائر

وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، (٢٠١٧).

http://www.citc.gov.sa/ar/mediacentxy5er/annualreport/Documents/PR_REP_013A.pdf