

درجة استخدام طلبية الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم

بتول جعفر محمد الرحاحلةⁱⁱ

تاريخ القبول

2024/7/6

أ.د هناء خالد سالم الرقادⁱ

تاريخ الاستلام

2024/5/5

الملخص

هدفت الدراسة الحالية التعرف إلى درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقيم الأخلاقية لدى عينة من طلبية الجامعة الأردنية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من طلبية الجامعة الأردنية من الكليات العلمية والإنسانية والبالغ عددهم (31454) وتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة المتيسرة من مجتمع الدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (600) طالب وطالبة من الكليات العلمية والإنسانية في الجامعة الأردنية، حيث قامت الباحثة بتطوير أدوات الدراسة بعد الرجوع إلى الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية. وتم التأكد من خصائصها السيكمترية، وتم جمع البيانات وتحليلها إحصائياً باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لكل سؤال من أسئلة الدراسة حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن مستوى استخدام طلبية الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي كان بدرجة متوسطة، ووجود مستوى مرتفع من القيم الأخلاقية لديهم، ووجود علاقة طردية ضعيفة بين المتغيرين، ووجود علاقة بين كل مجال من مجالات استخدام طلبية الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي وبين القيم الأخلاقية وهي علاقات طردية ضعيفة، وأوصت الدراسة بتوجيه طلبية الجامعات إلى الاستخدامات الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها الفعال في تنمية القيم الأخلاقية من خلال عقد ندوات داخل الجامعة لتسليط الضوء على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية، و تضمين المناهج الدراسية في الجامعات معلومات حول شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية التعامل معها للاستفادة منها لصالح العملية التعليمية والتعليمية.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، القيم الأخلاقية، طلبية الجامعة الأردنية.

ⁱ أستاذ دكتور في علم النفس والتربية الخاصة

ⁱⁱ طالبة ماجستير في علم النفس التربوي

The Degree to which University of Jordan Students Use Social Networking and Its Relationship to their Moral Values

Abstract

This current study aimed at identifying the degree of use of social media networks and its relationship to moral values among a sample of students at the University of Jordan. To achieve the study's objectives, the descriptive analytical method was used. The population of the study consisted of (31454) students from the scientific, and humanities colleges at the University of Jordan. The sample of the study was selected using the convenience sampling method from the study population, and consisted of (600) male and female students. The researcher developed the study instruments after reviewing previous studies related to the study topic. Their psychometric properties were confirmed, and the data were collected, and statistically analyzed using the appropriate statistical methods for each of the study questions. The results of the study showed that the level of use of social media by students of the University of Jordan was moderate, and that they had a high level of moral values, and that there was a weak positive relationship between the two variables. The study found a weak, positive relationship between each area of use of the social media and moral values. The study recommended guiding university students towards the positive uses of social media and its effective role in developing moral values through holding seminars at the university to highlight the importance of social media on moral values. The study also recommended that the university curricula should also include information about social media to be used in the teaching and learning process.

Keywords: social networking, moral values, University of Jordan students.

المقدمة

يعيش العالم نهضة علمية وتقدمًا في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، وبشكل أصبح معه التطور العلمي مقياساً للتنافس الدولي وذلك إيماناً بأهميته والاستفادة من مزاياه وتطبيقاته التفاعلية المتنوعة في مجال التعليم وصناعة المعرفة، ولتحقيق أهداف المنظومة التعليمية، وتلبية احتياجات المتعلم الذاتية، وتأهيله للتعامل مع متغيرات الحياة العصرية. حيث إن وجود شبكات التواصل الاجتماعي قد أحدث ثورة حقيقية في عالم الاتصال حيث انتشرت في جميع أنحاء المعمورة، فأصبح العالم قرية صغيرة، وأتاحت الفرصة للمجتمعات بالتقارب، وتبادل الأفكار، وباتت أهم ما يقصده الشباب وما يميزها استخداماته المتعددة.

وتؤدي شبكات التواصل الاجتماعي المتعددة دوراً مهماً وبارزاً في تعزيز البناء الفكري للطلبة وترسيخ منظومة الوعي لديهم، وتوفير مفاهيم متنوعة تقدم بدائل يتفاعل معها الطلبة في ظل نقاشات مستمرة، كما توفر حوارات بين الطلبة تؤدي إلى تقارب أو تباین آرائهم في مواقف معينة، وينتج عن هذا التقارب أو التباين رصيد فكري يمكن الاستفادة المجتمعات منه في بناء نظام أخلاقي وتربوي لديهم، وما يمكن أن توفره شبكات التواصل الاجتماعي من تعميق الوعي وترسيخ ثقافة إيجابية تسهم في تغيير السلوك النمطي السائد في المجتمعات وتحقيق التحول في سلوك الطلبة وتمكينه من استثمار الفرص المتاحة له. (المصري، ووشعث (2017)

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جميعها مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. (راضي، (2003

يرى ستيفن (Steven, 2007) أن أهمية شبكات التواصل قد تزايدت في الفترة الأخيرة، خاصة مع زيادة استخدام الرسائل الإلكترونية، والتخاطب الكتابي والصوتي الآني وغيرها من أدوات التواصل الإلكتروني، مما أدى إلى خلق لغة جديدة لتأكيد التواصل الحي بين الأفراد. وأكد النوبي (2001) على الفوائد العديدة لشبكات التواصل الاجتماعي إلا أنها لا تخلو من السلبيات التي لا تتوافق مع قيم المجتمع وبالتحديد قيم المجتمع المسلم، ومن هذه السلبيات الغزو الفكري وخصوصاً لأصحاب الفكر السطحي وإدمان التواصل الإلكتروني مع الآخرين بخاصة الجنس الآخر من دون وعي لتلك المخاطر.

وقد تحولت هذه المواقع في الآونة الأخيرة بكافة أنواعها إلى أداة للتأثير على الشباب بشكل خاص وعلى المجتمع بشكل عام من النواحي الاجتماعية، السياسية، البيئية، الأخلاقية والمعرفية، فهي تؤثر على الشباب سلباً أو إيجاباً، وأن القيم الأخلاقية تؤدي دوراً مهماً في حياة الفرد والمجتمع، حيث يعيش الأفراد حياتهم في بيئات متنوعة، لكل واحدة منها خصوصيتها بما تضمه من عناصر وأشياء مادية يتفاعلون معها فيؤثرون ويتأثرون بها، وضمن نسق من المعايير والقيم الاجتماعية التي يتحلى بها كل مجتمع على حدة فالإنسان يسعى دائماً إلى تحقيق ذاته وإشباع حاجاته ليتمكن من الاستمرار في هذه الحياة، وذلك من خلال نظام قيمى تتجسد به قناعاته الأساسية وتتحقق به رغباته، وبالتالي تتشكل الشخصية التي ينظر إليها العديد من الباحثين في المجال التربوي على أن النظام القيمي الأخلاقي للفرد يستطيع أن يوجه سلوكه نحو الأيدولوجيات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والأخلاقية، وغيرها من المعتقدات التي قد تنغرس وتنمو مع الفرد، فتحدد له الطريقة والمنهج الذي يقدم به

نفسه للآخرين وللمجتمع الذي يعيش فيه لما كانت القيم الأخلاقية ذات أهمية للمجتمع لأنها تستطيع أن تحدد أهدافه ومثله العليا، والتي تعتبر من أهم محددات السلوك الإنساني بامتلاكها القدرة على تحديد سلوك وأفكار الأفراد، وتحديد الأسلوب الأمثل للتفاعل مع البيئة، لذلك تعد القيم الأخلاقية من أهم المكونات التي يتفاعل بها الفرد والجماعات بشكل ميسر، حيث يتميز الإنسان عن باقي الكائنات بامتلاكه لتلك القيم. (العلي، 2004)

وتؤدي القيم الأخلاقية دوراً هاماً في العلوم الإنسانية والاجتماعية في تشكيل شخصية الفرد، وتحديد سلوكه وأهدافه، والتي تختلف هذه القيم من مجتمع إلى آخر، ومن فرد لآخر فهي مرتبطة بالضمير الحي في النسق الاجتماعي. (عبدالرؤوف، 2013)

وتعتبر معياراً مهماً نحدد من خلاله ما هو مرغوب، وما هو غير مرغوب. ومن مصادر القيم الأخلاقية: الفطرة، شخصية الفرد نفسه، الأديان السماوية، الأسرة، التربية المنزلية، تعاليم المدرسة، المعلمين، المواد الدراسية، والأصدقاء في البيئة المحيطة به سواء في البيئة الداخلية مع المجتمع الذي يعيش فيه أو في البيئة الخارجية، ووسائل الإعلام. ومن القيم الأخلاقية التي يسعى لها الدين الإسلامي لغرسها في نفوس الأفراد الأدب، وحسن الخلق، الصدق، الأمانة، النزاهة، الإخلاص، الصبر على البلاء، التسامح مع الآخرين عند المقدرة، حفظ العهد والوفاء به، كتم السر، ومقابلة الإساءة بالإحسان. وتختلف القيم الأخلاقية من مجتمع إلى آخر كما تختلف في المجتمع نفسه من طبقة اجتماعية إلى أخرى، ومن عصر إلى آخر. (الرؤوف، والمصري 2013)

والهدف من التعليم الجامعي هو الإسهام في تطوير شخصية الطلبة بجوانبها المختلفة، من خلال تقديم الخدمات والأنشطة التي تسهم في صقل شخصية الطلبة وإعداد المواطن الصالح الذي يسهم في تنمية المجتمع في شتى المجالات. (الكندري، 2008)

وتعد الطاقات الطلابية والشبابية من مقومات الارتقاء بالمجتمع وأساس تطوره ونموه وذلك من خلال ما تمتلكه هذه الشريحة من توجهات ودوافع وطموحات وقابليات ومواهب وقدرات: عقلية، مهارية، معرفية، سلوكية، حركية، بدنية، نفسية، وبتوجيهها نحو تحقيق الأهداف المرجوة. وتقوم الجامعات بدور كبير في تنظيم حياة الطلبة وصقل السلوكيات في مختلف الاختصاصات والمجالات التي تحتويها الحياة الجامعية من تربية وتعليم وتهذيب وتنظيم وتوجيه للطموحات والرغبات وما تحتويه من أهداف طويلة وقصيرة الأمد. وتهدف جميعها في النهاية إلى تربية الطلبة لتلبية احتياجاتهم النفسية والروحية والعقلية والبيئية والاجتماعية والعاطفية والصحية والنفسية، من خلال إكسابهم المعارف وغرس الاتجاهات الإيجابية فيهم. (النادر، 2017)

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي:

يؤثر التقدم التكنولوجي بشكل كبير على جوانب كثيرة من حياتنا، وكلما ازداد هذا التقدم كلما أثر في تغيير نمط حياة الأشخاص، ومع الاعتماد المتزايد على الإنترنت أصبح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً للتواصل اليومي واستقبال المعلومات لكثير من الأشخاص في العالم؛ فهناك من يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه وتقضية الوقت، وآخرون أدركوا مدى قوة شبكات التواصل الاجتماعي فاستخدموها بشكل فعال.

أحدث ظهور شبكات التواصل الاجتماعي ثورة في عملية الاتصال، حيث إن الفرد في المجتمع أصبح باستطاعته أن يرسل ويستقبل ليس هذا فحسب بل مكنته هذه الوسائل أيضاً من أن يتفاعل ويستفسر ويلق بكل حرية، وبسرعة فائقة أتاحت الفرصة للمستخدم لإنتاج المضمون والبيانات والرسائل باستخدام أشكال تعبيرية كالفيديو والتويت وواتساب والانستغرام، وغيرها من الوسائل الاجتماعية على شبكة الإنترنت التي أتاحت مساحة كبيرة للتعبير عن الرأي. (رضوان، ورمضان، وعبدالوهاب 2010)

وتقوم فكرة شبكات التواصل الاجتماعي على بناء وتفعيل المجتمعات الحية على الإنترنت، حيث يتشارك الناس اهتماماتهم، وأنشطتهم من خلال برمجيات تحقق صفة الاجتماعية، وهي تحقق اتصالات تفاعلية باتجاهين؛ فالتطبيقات الموجودة عليها تتيح نقل المعلومات الإلكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح، حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية، وبناءً عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية Virtual Communities. (جابر، 2013)

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، وتويتر، والانستغرام، أو تطبيقات مثل واتساب من أهم الوسائل التي ربما ميّزت العصر الحالي وساهمت في إحداث طفرة حقيقية في التواصل المباشر بين المسلمين وغير المسلمين وأتاحت فرصة قيمة للدعاة من أجل تعريف الدنيا بنور الهدى. (عمار، 2010)

إن مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي مثيراً للجدل، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، عكس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة وتشير أيضاً إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع. (مسلم، 2015)

إن شبكات التواصل الاجتماعي تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وقد كان في بداياته مجتمعاً افتراضياً على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المستخدمين واستجاباتهم بضغط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصية للفرد (السمعية والبصرية والحسية) باعتبار أن المتأثر محور مهم في عملية التأثير فالنمط السمعي سريع في قراراته لأن طاقته عالية ويتخيل ما يتحدث به أو يسمعه، والبصري حذر في قراراته لأنها مبنية على التحليل الدقيق للأوضاع، أما الحسي فيبني قراراته على مشاعره وعواطفه المستنبطة من التجارب التي يمر بها، في محاولة من أولئك المؤثرين لتغيير آرائهم، وأفكارهم، ومشاعرهم، ومواقفهم، وسلوكياتهم. (أمينة، 2009)

ويعرف العمر (2007) التواصل الاجتماعي بأنه الإجراء الذي يتم من خلاله تبادل التفاهم بين أفراد المجتمع، أو العملية التي يتم من خلالها تبادل البيانات والمعلومات من شخص لآخر أو من جماعة لأخرى، بينما يعني التواصل القدرة على إيصال الأفكار والمشاعر للآخرين، مع الإصغاء لهم وفق ما يقدمونه من أفكار مختلفة.

كما يعني التواصل أنه عملية تبادل الآراء والأفكار بين الأفراد من خلال نظام مشترك من العادات والتقاليد في علاقة اجتماعية قائمة بين الأفراد في إطار من المعايير والقواعد لإنجاز الأهداف. (شحاتة، 2011)

وعرف نصر (2013) شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مواقع تستهدف جمع الأصدقاء والمعارف والأقارب وزملاء الدراسة في مكان واحد على الإنترنت، والتشارك في آرائهم واهتماماتهم والتعليقات والأخبار وتكوين صداقات جديدة، وهي بديل افتراضي للجماعات الاجتماعية الحقيقية.

كما عرفها الشهري (2008) أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.

ويعرف سلطان (2012) شبكات التواصل الاجتماعي أنها مواقع على الإنترنت ذات طابع اجتماعي وتشاركي، وهي إعلام اجتماعي يهدف إلى تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين الرأي الصائب في مشكلة ما، وهذه الشبكات تعكس عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

ويعرفها شفيق (2011) بأنها شبكات على الإنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، وهي تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة، وتقوي الروابط بين أعضائها.

كما يعرفها فضلي (2010) بأنها مواقع على الإنترنت تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين منها: المحادثة الفورية والمشاركة بالملفات والعديد من الخدمات، وهي مواقع للاتصال والمشاركة وتبادل المعلومات.

وتعرف الباحثة شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: مواقع على شبكة الإنترنت تقدم خدمات للمستخدمين تقوم عليها شركات وفق بروتوكولات خاصة ومن هذه المواقع (فيسبوك، واتساب، تويتر) وغيرها الكثير من المواقع، التي يستخدمها طلبة الجامعة الأردنية للتواصل مع الآخرين والتفاعل معهم، ونشر آرائهم وأفكارهم ومعارفهم.

وتعتبر الأنشطة المتعددة التي يقوم بها ويمارسها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي سواء أكانت ثقافية، أم اجتماعية، أم فنية من الأمور المهمة لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى فئة الشباب من خلال تنمية القيم والمعايير الاجتماعية في نفوسهم، وتلعب القيم الأخلاقية دوراً هاماً في العلوم الإنسانية والاجتماعية في تشكيل شخصية الفرد وتحديد سلوكه وأهدافه والتي تختلف هذه القيم من مجتمع لآخر ومن فرد لآخر فهي مرتبطة بالضمير الحي للمستخدم. (عبدالرؤوف، 2013)

أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

نوع مغلق لا يمكن للناس عامة الدخول إليه، إلا الأفراد الذين تربطهم علاقات مهنية محددة، تتحكم في هذه المواقع شركات معينة.

ونوع مفتوح لكافة الناس مثل: Facebook و Twitter يمكن لأي شخص الانضمام إليه بشرط امتلاك البريد الإلكتروني Email وغيرها. (Fadallah 2015)

أهمية شبكات التواصل الاجتماعي:

تكمن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان

اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين ولا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان، وقد أثبتت الكثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية من دون التواصل مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات أما الحاجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساساً دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي ولذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده. (عبد الصادق، 2009)

والتواصل رحلة استكشافية لا نهاية لها، وجزء رئيسي من حياتنا، فالتواصل بأشكاله المختلفة الجزء الأكبر مما نقوم به، فبقوم الإنسان إلى هذه الحياة، يصبح التواصل من أهم العوامل التي تحدد العلاقات التي يقيمها مع الآخرين، بل وما سيتعرض له من أحداث في حياته.

(كول، 2010)

ما يميز شبكات التواصل الاجتماعي عن غيرها:

ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي العديد من الأفراد على إيجاد قاعدة مشتركة مع الآخرين عبر الإنترنت مما جعل العالم يبدو أكثر ترابطاً وفي متناول اليد، أيضاً تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً رئيسياً في استراتيجيات التسويق للشركات نظراً للوقت الهائل الذي يقضيه الأفراد كل يوم على شبكات التواصل الاجتماعي حيث تستخدم الشركات شبكات التواصل الاجتماعي للعثور على العملاء والتفاعل معهم، وزيادة المبيعات من خلال الإعلان والترويج ومعرفة اتجاهات المستهلكين، وتقديم خدمة العملاء أو الدعم، ومن خلال شبكات التواصل الاجتماعي من الممكن تعزيز تعليم الطلاب وبناء روابط تعليمية بطرق مبتكرة وفريدة.

(الحكيم، 2022)

ولشبكات التواصل الاجتماعي أيضاً أهمية بالغة وكبيرة فيما يخص موضوع تواصل المستخدمين مع بعضهم البعض عبر هذه الشبكات، وذلك من خلال إمكانية التواصل القوي والمباشر مع الأشخاص وفي أي مكان حول العالم، وذلك عبر العديد من التطبيقات التي تتيح ذلك كالفيسبوك أو تويتر وغيرها، ويُمكن التوجه لشبكات التواصل الاجتماعي بوصفها وسيلة جيدة للترفيه والمتعة فالعديد من الناس يستخدمون هذه الشبكات عندما يريدون الاسترخاء والتحرر من ضغوط العمل حيث أدى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي إلى تغيير مفهوم الصداقة بشكل جذري، فقديمياً تكوين الصداقات كان أمراً صعباً، أما في الوقت الحالي فقد يكون لدى المستخدم الواحد مئات الأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة كالفيسبوك مثلاً، وعلى الرغم من أن الشخص قد لا يكون يعرف هؤلاء الأصدقاء إلا عبر هذه الشبكات، إلا أن هذا الأمر لا يقلل من هذه العلاقة. (الدويكات، 2022)

أسباب استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي:

تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لسهولة التواصل بينهم، حيث تستخدم هذه المواقع لأغراض الدراسة: كإعداد المشاريع بين الطلبة، وتبادل المعلومات، وتساعد شبكات التواصل الاجتماعي في توسيع مدارك الطلبة بإطلاعهم على أحدث المستجدات في مجال دراستهم، وأيضاً تعد شبكات التواصل الاجتماعي الوسيلة الأهم لتعبير الأفراد عن آرائهم مما يساعدهم على الإبداع، وبعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ذات فائدة اجتماعية واقتصادية في خفض الإنفاق على قاعات الدراسة والوسائل التعليمية والحفاظ على البيئة بالتقليل من الاستخدام

الورقي والطباعة، وتعد شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر ثقافة التقنية. (حسني، 2012)

وحصر العيفة (2014) أهم استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي منها: تحقيق الذات، وتوسيع المعارف، والوصول إلى المعلومات، وتحقيق الانتماء الاجتماعي، والتخلص من الإحباط، وتمضية الوقت، وإقامة علاقات جديدة.

نماذج من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

انتشرت في السنوات الأخيرة وبشكل كبير مواقع التواصل الاجتماعي وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولا زالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع، فهي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات، وصور، ومقاطع أما أشهر تلك المواقع فهما: فيس بوك، وتويتر، وواتساب. (موقع ثورة الويب)

الفيس بوك Facebook

ترجع فكرة نشأة موقع (الفيس بوك) إلى صاحبه "مارك زوكربيرغ" الذي أخذ على عاتقه إنشاء موقع جديد على شبكة الإنترنت، وبالتالي يجمع زملائه في جامعة هارفرد الأمريكية، ويتم من خلاله تبادل الصور ومقاطع الفيديو والأخبار. ولم يقتصر مارك في تصميمه على أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات، ولكن كان هدفه جمع الشباب والتواصل مع بعضهم البعض، وكان له ما أراد في عام 2004، فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفرد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع، لتشمل طلبة جامعات أخرى، وكذلك طلبة المدارس الثانوية للتعرف على الحياة الجامعية. (المبيضين، 2010)

ويرى عفيفي (2018) أن فكرة الفيس بوك تتلخص في إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى وكذلك الأصدقاء الجدد، ونستطيع القول إن الفيس بوك يقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لزواره، تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل وهي خاصية يتيحها الفيس بوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء، كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفيس بوك أن يثبت المناسبات المهمة التي تخصه وعائلته، وثنار كثيراً مسألة الأصدقاء الجيدين وكذلك السيئين الذين يحتلون صفحة المستخدم فبإمكان صاحب الصفحة أن يضيف من يريد ويحذف من لا يريد من القائمة.

ويعرف بأنه موقع للتواصل الاجتماعي يهدف إلى تكوين شبكات اجتماعية من الأصدقاء وفقاً للميول أو جهة العمل أو الدراسة أو الاهتمامات، ويتم التسجيل في هذا الموقع من خلال البريد الإلكتروني (Gmail, Yahoo, Hotmail) الخاص بالمستخدم سواء أكان على مزود خدمة ومصطلح الفيس بوك هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها. (أمنة، 2009)

إن الفيس بوك قد استحوذ على اهتمام الكثير من الأدباء والفنانين وعامة المثقفين والباحثين والمفكرين إلى جانب المجاميع العديدة من الشباب بمختلف فئاتهم العمرية، وقد أثار حوله

الكاتب نصر (2010) العديد من الأسئلة وطرحها على عدد من الكتاب والشعراء ليسجلوا آراءهم بهذا الموقع (الفيس بوك) في جريدة (القبس الكويتية) منها رأي الشاعرة الدكتورة عالية شعيب التي ترى: "أن المثقف يشعر بوحشة وكآبة أحياناً بسبب فقر التواصل في النطاق العربي وتوزع المثقفين والكتاب والأصدقاء في الدول العربية والغربية، أيضاً بسبب ضالة مساحة النقد والتواصل والتبادل والتفاعل متاحاً، كما يتيح مساحات رحبة للعثور على أصدقاء فقدوا بسبب الدراسة أو السفر".

تويتر Twitter

كانت بداية هذه الخدمة (تويتر) أوائل عام 2006 عندما أقدمت شركة سان فرانسيسكو على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام (2007). (محمود، 2011)

وهو موقع تواصل اجتماعي يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه إرسال تغريدات برسالة لا تزيد عن (140) كلمة للرسالة الواحدة وذلك عن طريق موقع تويتر أو عن طريق برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات الأخرى مثل الفيسبوك، وتظهر على شكل رسالة نصية قصيرة SMS. تلك التحديثات في صفحة المستخدم تمكن الاصدقاء من زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني. (ويكيبيديا الموسوعة الحرة، 2012)

وأيضاً هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً مهماً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني التغريد، واتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) كلمة للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة. (عفيفي، 2018) كما قال إبراهيم (2011) أصبحت كلمة تويتر واحدة من الكلمات المميزة التي نسمعها كثيراً، كلما تصاعدت الأحداث في مكان ما من العالم، فكان تويتر هو الوسيلة التي اخترقت الحجب في إيران وتونس ومصر وغيرها، لتروي للعالم ما يحدث هناك بعيداً عن مقص الرقيب، وكان تويتر هو الوسيلة التي طافت العالم بسرعة خاطفة، لتروي ما يحدث كارثة (هايتي، وتشيلي، وسبول جدة) وغيرها من الكوارث لحظة وقوعها.

الواتساب Whatsapp

لا يخلو أي هاتف من الهواتف الذكية من تطبيق الواتساب الذي أحدث انقلاباً سريعاً في حياة البشرية، وخاصة في منطقتنا العربية، وكذلك أحدث انقلاباً ضد شركات الاتصالات، لما أمنتته من خسائر فادحة خاصة عبر وسائل الوسائط. وهو تطبيق تراسل فوري، محتكر، ومتعدد المنصات للهواتف الذكية، ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين، إرسال الصور، والرسائل الصوتية، والفيديو، والوسائط. وقد تأسس الواتساب عام 2009 من قبل موظفين كانا يعملان في موقع ياهو انفصلا عنه في نفس العام وهما الأمريكي بريان أكتون والأوكراني جان كوم، تم إرسال عشرة مليارات رسالة يومية على الواتساب في آب 2012، كما زادت مليارين

في نيسان 2012، ومليار في أكتوبر 2012، وفي 13 من يونيو أعلنت الواتساب على تويتر أنها قد وصلت سجلاتهم اليومية الجديدة إلى 27 مليار رسالة، وقد قامت شركة الفيس بوك بشراء الواتساب في 19 فبراير من العام 2014 بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي، والواتساب متاح على العديد من أجهزة الهواتف الذكية من الآيفون والأندرويد وغيرها وعلى أي باد بصورة رسمية، ويتزامن مع جهات الاتصال في الهاتف، لذلك لا يحتاج المستخدم لإضافة الأسماء في سجل منفصل. (الزمل، 2015)

ويتطلب البرنامج عند تثبيته لأول مرة رقم الهاتف الخاص بالمستخدم، والجهاز الذي سيعمل عليه البرنامج، يقوم حينها الاتصال بمزود الخدمة التابع له، ومن ثم إرسال رمز التفعيل، ليعمل بعدها التطبيق تلقائياً، وسيعرض البرنامج قائمة الأصدقاء الذين يمتلكون التطبيق نفسه.

الانستغرام Instagram:

إحدى منصات التواصل الاجتماعي أنشأت من قبل "كيفن سيستروم" و"مايك كرايغر" في أكتوبر 2010، ويجمع اسم البرنامج بين كلمة (Telegram) والتي تعني برقية، وكلمة (Instant) والتي تعني فورية، ويُسمح للأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن 13 عام استخدام هذا التطبيق عبر هواتفهم من خلال تحميله والتسجيل كمستخدم جديد ويسمح الانستغرام لمستخدميه إضافة علامة مرجعية على المنشورات التي يتم نشرها عبر الحسابات الخاصة بهم؛ كعلامات الهاشتاق والمواقع الجغرافية المستندة إلى الموقع وتظهر المشاركات التي يتم نشرها من المستخدم عبر الانستغرام من خلال ما يُعرف بـ (Feeds). ويوفر ميزة جعل الملف الشخصي الخاص بالمستخدم خاصاً بحيث لا يتمكن الأشخاص غير المتابعين لحساب المستخدم من مشاهدة ما ينشره. (بلعباس، ومزاري، 2022)

التأثيرات الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي:

1. نافذة مظة على العالم: حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للإطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.
2. منبر للرأي والرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكر ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير، مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمم المصيرية.
3. فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر فيه عن ذاته فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية يصبح له كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.
4. توفر فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة: حيث يمكن من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة.
5. تزيد من تقارب العائلة الواحدة: أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر شبكات التواصل الاجتماعي. (مسلم، 2015)

كما لخص الدخيل (2009) الآثار الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي على الشباب على النحو الآتي:

1. تحفز على التفكير الإبداعي بأنماط وطرق مختلفة.
 2. تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين.
 3. تساعد على التعلم من خلال تبادل المعلومات مع الآخرين.
 4. تساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم.
 5. تعد أداة لتبادل الآراء والأفكار، ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات بينها.
- مثلما يوجد آثار إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه لها آثار سلبية أيضاً فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية:
1. إضاعة الوقت: على الرغم من خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين، قد تكون جذابة جداً لدرجة تنسى معها الوقت.
 2. الصداقات قد تكون مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان: فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق؛ لأن الصداقة تتشكل مع الزمن وليس فوراً.
 3. الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي: إن استخدامها بسبب الفراغ يجعله أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل الفرد ترك هذا النشاط أو استبداله أمراً صعباً للغاية خاصة وأنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل.
 4. انعدام الخصوصية: مما يسبب الكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الأفراد وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية إضافة إلى ما يبثه من مشاكل قد تصل إلى أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير.
 5. انتحال الشخصيات: تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعاً أحياناً إلى استخدامها في الابتزاز، وانتحال الشخصية، ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة، أو في الجريمة، كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف.
- كما أن بعض شبكات التواصل الاجتماعي تعد أحد أسباب الطلاق بين الزوجين، وسبب أساسي في انخفاض التفاعل بين أفراد الأسرة، حيث ظهرت علاقات اجتماعية غير صحيحة أساسها الكذب والمبالغة غير الحقيقية بين المتحدثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وكم دلف السحرة والمشعوذين عبرها إلى الأسر، وكم تسبب نشر الفاحشة فيها إلى هدم البيوت، وكم من حسابات مشبوهة تُدار من جهات خارجية وداخلية موجهة للفساد. (الغامدي، 2009)
- وقد تبين أن عدم فرض رقابة على شبكة الإنترنت يؤدي إلى تفكك الروابط الاجتماعية ويصبح أفراد الأسرة الواحدة يعيشون بعزلة عن بعضهم وتتقطع فكرة التواصل بين الأفراد ويصبح هناك فاقد اجتماعي كبير. عن عبدالله بن عمر أنه سمع رسول الله يقول: "كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته" (رواه البخاري) فالأهل ملزمين بمراقبة أبنائهم وتعليمهم الصبح والخطأ والإشراف عليهم وإرشادهم إلى استغلال هذه التكنولوجيا بالدعوة للخير. (رحومة، 2007)
- وترى الباحثة أن شبكات التواصل الاجتماعي كانت السبب في إتاحة الفرصة للتعبير عن جميع الآراء والأفكار بحرية كاملة، بالإضافة إلى تقبل العديد من الأفكار التي تقع بين الرأي والرأي المعارض وعرض الأفكار الغريبة وغير الإعتيادية حتى يتعرف عليها الأفراد، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي قد أتاحت للعديد من أصحاب المواهب للظهور بالإضافة إلى إمكانية عرض مواهبهم وجذب انتباه الآخرين لهم، بالإضافة إلى انتشار عمليات التسويق الرقمي في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مما ساهمت في تحقيق العديد من المبيعات.

ثانياً: القيم الأخلاقية

تعتبر القيم الأخلاقية من الأسس المهمة من أجل إخراج مجتمع سوي وطبيعي خالٍ من الأمراض المجتمعية الشهيقة، لذلك لا بد من أن تكون هذه القيم الأخلاقية في نفوس الأطفال منذ الصغر، من خلال إكسابهم القيم الأساسية في الحياة والصفات التربوية التي تساعد في إنشاء مستقبل صالح يعيشون فيه.

تعد القيم الأخلاقية من القواعد المهمة التي شغلت مكاناً كبيراً من اهتمام المفكرين والباحثين، وذلك لأن موضوع القيم الأخلاقية له أهمية قصوى للعملية التربوية، وذلك يرجع لاهتمام علماء التربية والأخلاق بموضوع القيم الأخلاقية لاتصالها مباشرة بالأهداف التربوية التي تسعى وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية إلى تحقيقها في المتعلم. وتعد اللبنة الأساسية والجوهر الذي تقوم عليه المجتمعات البشرية بكل أشكالها، فهي الركيزة الأولى لبناء المجتمع المستقر والمتناسك والقوي، وهي التي تنظم العلاقات بين أفرادها، فتعم المحبة والإخاء والترابط والتماسك في نفوس أفرادها، وهي الضابط الذي يحفظ المجتمع من كل سوء وبغياها سينتفك المجتمع. (الجلاد، 2010)

وتعد الأخلاق ركناً مهماً من الأركان التي يقوم عليها المجتمع، فهي في دورها تتجاوز دور الموجّه على الصعيد الشخصي إلى دور الموجّه على الصعيد الاجتماعي، وقد تناولت جميع الديانات السماوية جميع مكارم الأخلاق والتعامل النزيه بين الناس، كما تلعب الأخلاق دوراً مهماً في تغيير سلوكيات الإنسان. (هيكال، 2011)

وهي مجموعة من المبادئ تدور حول أربعة محاور رئيسية هي: القيام بالعمل الهادف، وعدم إلحاق الضرر بالآخرين، وعدم الخداع في أي تعاملات، وعدم التحيز في القيام بأي عمل لصالح طرف دون الآخر، فإذا تميز أي نشاط في المجتمع بهذه المحاور يمكن في هذه الحالة الحكم بأخلاق هذا العمل. (أبو زيد، ومرعي، 2004)

مفهوم القيم الأخلاقية:

كلمة القيم في اللغة مفردتها قيمة، والقيمة من قَوْمٍ، والقاف والواو والميم أصلان صحيحان وجاءت في اللغة بمعان عديدة منها: (الزبيدي، 2005)

1. الاستقامة والاعتدال والتوازن؛ أي اعتدال الشيء واستوائه واتزانها، والملة القيمة أي المعتدلة، قال الله تعالى: "ذلك الدين القيم" (سورة التوبة، الآية: 36)، أي المستقيم الذي لا زيغ فيه ولا ميل عن الحق.

2. المدح والثناء، يقال استقام فلان بفلان، أي مدحه وأثنى عليه.

3. من القوام، وهو حسن الطول والقوام، يقال رجل قويم وقوام، أي حسن القامة، ويُقال خلق قِيم، أي خلق حسن.

ونجد من خلال المعاني اللغوية للقيمة أنها تدور حول الاستقامة، والاعتدال، والتوازن، والمدح، والثناء، وحسن القامة.

والقيم اصطلاحاً: يشير زاهر (1984) أن هناك اختلافات في تعريف القيم تتراوح بين التحديد الضيق للقيم على أنها اهتمامات أو رغبات غير ملزمة إلى تحديد واسع يعتبر أنها معايير مرادفة للثقافة ككل.

تعريف الأخلاق لغة: إن كلمة خُلِقَ جمعها أخلاق، وهي تعني المروءة والسجية والطبع، وفي القاموس المحيط ورد الخلق بأنه: الطبع والمروءة والدين. (أبادي، 1990)

أما الأخلاق اصطلاحاً: لأن للأخلاق مكانة عظيمة، ومنزلة عالية من الدين، بل هي الدين كله، فعرّفها الجاحظ في كتابه "تهذيب الأخلاق" بأنها حالة النفس، بها يفعل الإنسان أفعاله بلا روية، ولا اختيار، والخلق قد يكون في بعض الناس غريزة وطبع، وفي بعضهم لا يكون إلا بالاجتهاد. (الحاشدي، 2003)

ويرى محمد الياتي أن الأخلاق هي مجموعة من المعاني والصفات المستقرة في النفس، وعلى أثرها يحسن الفعل في نظر الفرد أو يقبح. (فريد، 2006)

إن الأخلاق تنجح إلى الحكم على أشكال السلوك الكثيرة المتفاوتة، فتحبذ موقفاً وتستحسنه، وتذم موقفاً آخر وتستقبحه، تأمر وتنهى؛ فتحدد بوجه الاجمال أنماط السلوك تحديداً منهجياً واعياً. (العوا، 2005)

عرّف المزين (2009) القيم الأخلاقية بأنها مجموعة من المبادئ والمعايير التي توجه الفرد وتضبط سلوكياته التي تكون منطلقة من المعايير الإسلامية والاجتماعية للمجتمع.

وعرف المانع (2005) القيم بأنها معيار اجتماعي متصل بالنهج الأخلاقي للفرد والجماعة يُقيم موازين السلوك ونهج الأفعال كما يتخذها دليلاً ومرشداً لمعرفة المرغوب فيه والمرغوب عنه والحسن والسيئ.

كما عرفها العوا (2005) بأنها قيمة التحديد المثالي، قيمة الشرع، القيمة التي تصبح عند تحقيقها في الواقع منحى الفضيلة. ومن الجائز تعريفها بأنها ما ينبغي فعله، بمعنى أن الفعل هو فعل شيء ما. فالقيمة الأخلاقية هي قيمة العمل، فإن العمل يصدر عن (الأنا) التي تعرف ذاتها في الإرادة، كما أن الحقيقة قيمة المعرفة، والجمال قيمة التخيل، والحب قيمة القلب.

ويرى الخطيب (2003) أن القيم عبارة عن مجموعة من المعايير للحكم على سلوك الفرد في المجتمع، والتي تعمل على توجيه سلوك الفرد وتحدد استجابته في مواقف الحياة المختلفة ويكتسبها في حياته كما يكتسب المهارات والعادات والمعارف من خلال الخبرة.

ويؤكد الجندي (1982) أنه ليس هناك وسيلة لتربية الخلق إلا الدين الإسلامي، بل الدين وحده، فالعلم والفلسفة لا يجديان في تربية النفوس وتركيب الأرواح إلا إذا استندا إلى الوازع الديني فالدين الإسلامي وحده هو القادر على تهذيب النفوس وتحقيق السعادة للفرد والمجتمع في الدنيا والآخرة.

وقد أشار محفوظ (1984) إلى أن تربية أولادنا منذ صغرهم على مبادئ ديننا الحنيف، وتعويدهم على مكارم الأخلاق من أهم الأهداف التي ينبغي على الأمة أن تلقى في سبيلها بكل نقلا فما الأمم إلا بالأخلاق وما الأخلاق إلا بالتربية الصحيحة.

أهمية القيم الأخلاقية بالنسبة للفرد والمجتمع:

وتأتي أهمية القيم الأخلاقية من كونها تشكل سلوكاً مهنيًا واجتماعيًا، وإذا كان الطلبة يمارسون عملهم في المجتمع على أساس ما تزودوا به من معارف ومهارات متخصصة، فإن للقيم الأخلاقية دوراً في تحديد سلوكهم واتجاهاتهم نحو الحياة ونحو المجتمع، ويعدد (عقل، 2006) بعض الجوانب لأهمية القيم على مستوى الفرد، وهي تتمحور في الآتي:

1. تساعد الفرد في بناء حياته، وتشكيل شخصيته.
2. تعد معياراً تقضيلاً يمثل إطاراً مرجعياً يحكم تصرفات الإنسان في حياته.
3. تعتبر القيم أحكاماً معيارية للحكم على تصرفات الآخرين وأفعالهم المرغوبة، وغير المرغوبة.
4. تلعب دوراً في حل الصراعات واتخاذ القرارات عند الأفراد، ووقاية الفرد من الانحراف.

والقيم الأخلاقية آءفظ الإنسان من الانآراف النفسي والاجآماعي والجسدي؁ وبدونها يكون الإنسان عبداً لغرائزه وشهواته؁ وآءآبر القيم موجهه لسلوك الفرد وضابطه لآصرفاته؁ مما يحقق له آياة سعيدة مآناسقة؁ وآعمل القيم الأخلاقية على آكوين روح الآير لى الفرد؁ آيآ يلتزم السلوك الآير ويتجنب سلوك الشر وآجنب وقوعه؁ وآآآي أهمية القيم كونهآ تمثل جوهر البناء الوجداني للفرد؁ وآلعب القيم دوراً مهماً في صفل وآشكيل شخصية الفرد وضبطها وآآتبؤ بسلوكاته؁ ولها دور فعال في آآقيق الآكيف وآآوافق النفسي والاجآماعي للفرد. (الآلا؁ 2007)

كما أآار الآلا (2013) إلى أهمية القيم الأخلاقية على مستوى المآآمع من آلال أنها آفظ للمآآمع بقاءه واستمراريته؁ من آلال آفظها لهويته؁ فهي آعمل على استقراريته؁ وإيجاد الآوازن والآآاب في الآياة الاجآماعية؛ لآفاظآتها عليه من السلوكيات الأخلاقية الفاسدة؁ فآضرورة آوافر القيم في المآآمع آآآل دوراً في آوجيه أبناء المآآمع إلى العمل الجماعي؁ فهي آساعد المآآمع على الآتبؤ بما سيكون آال أفراده في المآآآبل؛ فلا يمكن آآاهل أهمية القيم الأخلاقية ودورها الفآال في آربية الإنسان وآوجيه.

كما يرى المزين (2009) أن الأخلاق آير وسيلة لبناء آير الفرد وآير المآآمع وآير الدولة؁ وآآعل الفرد يطمئن إلى أخلاقيات الناس فيآعامل معهم؁ وآؤدي القيم الأخلاقية إلى قوة المآآمع من آلال الآب؁ والإآاء؁ وآرابط؁ والإيآار الآي آعرسه في نفوس أفراد المآآمع في آياتهم الاجآماعية.

والقيم الأخلاقية في الإسلام كثيرة ومنتعدة الأهداف منها: الأمانة؁ الصآق؁ الصبر؁ العآل؁ الآواضع؁ العفو؁ القناعة؁ الآبآعاد عن الهوى والشهوات. والعمل بهذه الأخلاق الكريمة والعناية بها في محيط الأسرة كفيل أن يجعل من الأسرة سداً منيعاً لمواجهة الآآديات ويآافظ على مبادئ الأسرة وأهدافها. (الآعدي؁ 2017)

كما أن أهمية القيم بالنسبة للمآآمع ضرورة كوسيلة لآآقيق السعادة بين أفراد المآآمع في آياتهم الاجآماعية؁ فهي المآرك الأساسي للمآآمع المسلم وبها تقوم الحضارة ويكون الرقي في المآآمع؁ وآآرود القيم أفراد المآآمع بمعنى الآياة؁ وبالأهدف الآي يآمعهم من أجل البقاء؁ وذلك لأنها آآآآم معابير يقاس بها العمل؁ ويقوم بمقتضاها السلوك؁ وبالقيم الأخلاقية يتم آآقيق أهداف الجماعة؛ لأنها آعمل على إيجاد نوع من الآوازن والآآاب للآياة الاجآماعية؁ كما آساعد المآآمع على مواجهة الآآغيرات الآي آآآث فيه بآآديدھا الاختيارات الصآيحة الآي آسهل للناس آياتهم وآفظ المآآمع استقراره وكيانه. (المزيني؁ 2001)

ومن القيم الأخلاقية الآي يسعى الدين الإسلامي لآرسها في نفوس الأفراد آسن الآلق؁ والصآق؁ والأمانة؁ والنزاهة؁ والصبر؁ والإآلاص؁ والعفو عآد المقآرة؁ ومقابلة الإساءة بالإآسان؁ وآآآلف القيم الأخلاقية من مآآمع لآر كما آآآلف القيم الأخلاقية في المآآمع نفسه. (المصري؁ 2013)

إن الآآديات الآي آواجه المسلمين كثيرة لذا يجب أن نمارس القيم الأخلاقية الآي آعمل على آآامل سلوك أفراد المآآمع إذ كنا اليوم رجالاً ونساء؁ كباراً وصغاراً في أشآ الآاجة إلى الآمسك بالقيم النابعة من الدين الإسلامي؁ فإن آاجة أبنائنا وبنائنا إليها أعظم وعلينا أن نأآذ بأيديهم الآي ما زالت قابلة للآشكيل والآآيير. (الرفاعي؁ 1980)

ويآبين مما سبق أهمية القيم الأخلاقية باعتبارها أساس بناء الشخصية المسلمة للآهوض بالفرد والمآآمع ذلك أن الأخلاق في الإسلام آكون جزءاً كبيراً من محتويات الدين الإسلامي؁ آآى أن

القرآن الكريم يعتبر من أهم المراجع في الأخلاق بالنسبة للفرد المسلم، والبيت المسلم، والمجتمع المسلم، فالقيم الأخلاقية هي ثمار الإسلام للإنسان. (فرحان، 1982)

مصادر القيم الأخلاقية:

1. **القرآن الكريم:** إن القرآن الكريم يعد منهجاً تربوياً متكاملأ، يحقق السعادة في الدنيا والآخرة للفرد، فهو كتاب يهدف إلى إعداد الشخصية السوية. (أبو دف، 2002)، ويتضمن جميع جوانب حياة الإنسان وعلاقته بالكون والحياة، كما تضمن إطاراً للقيم والمعارف وتصورات أساسية عن المجتمع مما يعد إطاراً عاماً للحياة والمجتمع. (علي، 1993)

2. السنة النبوية:

يشير بكر (1983) إلى أن القرآن الكريم يمثل الإطار النظري في الإسلام والسنة النبوية تمثل الترجمة العملية إلى واقع عملي.

3. الاجتهاد:

الاجتهاد مصدر مهم للقيم الأخلاقية نابع من مفكرين مسلمين ثقة، يجتهدون في الوصول إلى ما يحقق المنفعة العامة، ونشر الخير والعدل والمساواة. ويذكر النباهين (1995) أن اجتهاد المفكرين المسلمين مصدر هام يشتمل على قواعد ومبادئ تمثل تراثاً فكرياً هائلاً يستحق الوقوف والدراسة.

4. العرف:

يرى أبو العينين (1988) أنه يمكن اعتبار العرف من مصادر القيم في المجتمع المسلم خاصة العرف الصحيح وليس الفاسد، ويُشترط ألا يكون مخالفاً وأن يكون عرف شائع بين أهله معمولاً به من قبلهم، وأن يكون العاملون به أكثرية.

ويشير العثيمين (2003) إلى أن هناك عوامل تؤثر في السلوك الأخلاقي لدى الفرد وهي:
- البيئة الاجتماعية: تؤثر البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها الفرد بدءاً من المنزل مروراً بالأصحاب والعمل على سلوكيات الفرد واتجاهاته وقراراته، حيث إنها البيئة التي تجمع المنزل والعمل والمجتمع الذي يعيش فيه وما يسودها من عادات وتقاليده وأحوال اقتصادية واجتماعية وسياسية التي لها دور كبير في تشكيل سلوك الفرد إذ تتطور هذه الاتجاهات بتطور مراحل النمو التي يمر بها الفرد.

- البيئة الاقتصادية: تلعب مستويات المعيشة دوراً مهماً في تشكيل أخلاقيات الفرد التي يقوم بها في المجتمع الذي يعيش فيه، حيث إنها تثنى طبقات اجتماعية واقتصادية متعددة في المجتمع، الأمر الذي يجعل كل فرد أو مجموعة من الأفراد يتخذوا منهجاً معيناً للوصول إلى الأهداف الفردية أو الجماعية.

أشارت أبو لطيفة (1999) إلى تصنيف "وايت" والذي اعتمد الأهداف معياراً لها:

اجتماعية كالحب والصدقة، وعملية تهتم بالاقتصادية والعمل، وفسيولوجية كالطعام والجنس والصحة والراحة، وتحقيق الذات كالاستقلالية والإنجاز والسيطرة، ومعرفية تتمثل في المعرفة، والقيم المقدسة، والقيم الديمقراطية، والقيم الدينية وهي القيم التي توجه سلوك الفرد مثل قيم النجاح في العمل.

خصائص القيم الأخلاقية:

لقد اختلفت اتجاهات المفكرين والفلاسفة في تحديد خصائص وميزات القيم الأخلاقية وفقاً لدرجة تركيزهم على وسيلة محددة في سبيل تحقيق مفهوم القيم الأخلاقية لدى الطلبة ويمكن عرض هذه الاتجاهات حسب (يالجن، 1977).

الاتجاه الأول: تبني هذا الاتجاه عدداً من المفكرين والفلاسفة منهم أرسطو وجان جاك روسو وينظر هؤلاء إلى القيم الأخلاقية على أنها اعتياد على المبادئ الأخلاقية أي ممارستها لفترة من الزمن بحيث تصبح عادة تصدر عن الفرد تلقائياً دون تفكير كما تصدر الأفعال الطبيعية بحيث تصبح طبيعة ثانية للفرد.

الاتجاه الثاني: تبني هذا الاتجاه الفيلسوف كانط ويرى أن القيم الأخلاقية هي تكوين بصيرة أخلاقية عند الفرد يستطيع من خلالها التمييز بين الخير والشر مع إدراكه أن الخير يؤدي إلى السعادة وأن الشر يؤدي إلى الشقاء، وأن هذا الاتجاه له أهمية في تكوين وعي بأن الفضيلة ميزة النفس الإنسانية وبالتالي يجب أن تكون الأخلاق محور حياة الفرد.

الاتجاه الثالث: يرى أن القيم الأخلاقية عبارة عن تلقين المبادئ الأخلاقية باستخدام أسلوب الأمر والتحذير مع بيان أنواع الأخلاق وأنواع المحرمات دون تحديد المضار والمنافع لهم، وأنه اتجاه يغفل عن التعريف بحقائق المبادئ الأخلاقية ودرجة ضرورتها للحياة الإنسانية الفردية والاجتماعية وما يترتب عليها من فساد المجتمع.

الاتجاه الرابع: تبني هذا الاتجاه أنصار الاتجاه الاجتماعي أمثال أوجست كونت ويرى أن القيم الأخلاقية هي تكوين استعداد أخلاقي بحيث يتشعب هذا الاستعداد إلى سلوك أخلاقي بسهولة من تلقاء نفسه في المواقف التي تتطلب عملاً أخلاقياً ويرى أن تكوين الطفل أخلاقياً لا يعني غرس القيم واحدة تلو الأخرى وإنما يكون بالاستعداد لها وبمجرد وجود هذا الاستعداد فإنها تتشعب تبعاً لما تقتضيه طبيعة العلاقات الإنسانية

ومن خصائص القيم الأخلاقية ما يلي:

1. إلهية المصدر والمنهج والغاية: إن الغرض من المنهج هو الوصول إلى الغاية الربانية، لأن المنهج رباني من وحي الله تعالى إلى النبي _ صلى الله عليه وسلم _ وهذا المنهج لم يأت من أهواء فرد أو مجتمع وإنما نتيجة إرادة الله سبحانه وتعالى، فهو رحمة ونور وهدى للبشرية.
2. القيم ثابتة ومطلقة: بما أن القيم من الله _ عز وجل _ فهي ثابتة ولا تتغير بتغير الزمان أو المكان، وترداد ثباتاً كلما مرت الإنسانية بتجارب في حياتها، ولا يمكن وجود أي حياة مترنة ومستقرة إن لم تقم هذه الحياة على قيم ثابتة ومستقرة وهي القيم الأخلاقية التي جاء بها الإسلام (حقي، 1984).

3. الوضوح: وصف القرآن الكريم القيم الدينية بالوضوح لأن مصدرها الأول هو الكتاب المبين الذي يقدم الهدى والفرقان والبرهان للناس، لقوله تعالى: "يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ بُرْهَانٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَأُنزِلْنَا إِلَيْكُمْ نُورًا مُّبِينًا" (النساء: 174).

4. الوسطية: تعني الاعتدال وعدم التطرف في الدين، وأن القيم التي حثَّ الله سبحانه وتعالى على التمسك بها والتي مصدرها القرآن الكريم ليس فيها إفراط ولا تفريط وإنها تقف موقف الوسطية، فهي تتعامل مع الإنسان كما خلقه الله تعالى وعرف قدراته وإمكاناته ولذلك قال الله عز وجل: "تِلْكَ أُمَّةٌ قَدْ خَلَتْ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَلَكُمْ مَا كَسَبْتُمْ وَلَا تُسْئَلُونَ عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ" (البقرة: 134).

وهناك عدة جوانب مهمة للقيم الأخلاقية للمجتمع ومنها أن القيم الأخلاقية تقيم مجتمعا قويا البنيان، مترابط الأطراف هادئ تسوده المودة والرحمة بين أفرادها، وهي وسيلة لمساعدة المجتمع على التقدم وتساعد الناس على تحديد الهدف من هذا التقدم، والمجتمع الذي يهتم بالأخلاق تسود بين أفرادها روح التعلق بالمجتمع، فالأخلاق تعطي للحياة الاجتماعية صفة الإنسانية تميزها لها عن باقي الكائنات. (بالجن، 1977)، فالأخلاق طريق السعادة في الدنيا والثواب والمكافأة في الآخرة، وسوء الأخلاق تحمل أسباب الشقاوة في الدنيا والعقاب في الآخرة. (ناصر، 2004)

وترى الباحثة أن القيم الأخلاقية لها أثر كبير في تنمية سلوك الفرد والمجتمع، لما تزرعه في نفس صاحبها من الرحمة، والصدق، والعدل، والأمانة، والعفة، والتعاون، والتكافل، والإخلاص، وغيرها من القيم الحميدة والأخلاق الفاضلة التي تدفع الفرد إلى اتخاذ مواقف إيجابية والمبادرة لتحقيق النفع الخاص والعام.

شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الأخلاقية:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ذات مصدر قوة لها أبعادها الاجتماعية بمقدار ما لها من قوة سياسية واقتصادية وثقافية، فتقوم شبكات التواصل الاجتماعي بنقل المعلومات والاتجاهات من خلال نشاطها الاتصالي وأيضاً يتم نقل العادات والتقاليد ويتم تعزيز القيم السائدة في المجتمع كما تقوم بهدم قيم وخلق قيم جديدة. وحظيت باهتمام كبير من كافة فئات المجتمع وخاصة الشباب، وتحولت إلى أدوات لتبادل ونشر النماذج السلوكية والأفكار ووجهات النظر والآراء، كما أصبحت عاملاً متغيراً على جميع المستويات والمجالات واتخاذ القرار، ونتيجة لذلك فقد الجيل الشاب القدرة على التمييز بين الصواب والخطأ، وهذا بدوره خلق أزمة وأدى إلى الانحرافات السلوكية والتطرف والإرهاب والتكفير، فالقيم الأخلاقية هي وحدات معيارية لسلوكيات معينة متفق عليها في مجتمعات معينة يتم فيها تمييز الحق عن الخطأ، وهذه المعايير تحترم الذات والآخر ويتم تحديد بعض الأخلاق من خلال اختيار الأفراد لسلوكيات معينة بناء على معتقداته، إذا حدثت صراعات القيم حدثت أزمة أخلاقية، فالقيم الأخلاقية هي تلك القيم الحقيقية التي تحكم السلوكيات مثل الصدق والتعاون. (رمضان، 2022)

وتعد القيم الأخلاقية من أهم الأمور في وسائط الإعلام وهي العنصر الجوهري في عملية الاتصال والتواصل، بحيث تسهم في زيادة الأمانة والمصداقية عند المجتمع، وتعزز من المحافظة على الآداب العامة، كما أنه يجب استخدام لغة سليمة يحدد فيها الواقعة المراد نشره من دون اللجوء إلى السب أو الذم أو القذف تجاه الآخرين، وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي أشعة مقطعية على الأخلاق في مجتمعاتنا، ومرآة كاشفة للمخفي من الميل الأخلاقي بشكل كامل، وفاضحة للكبت الذي تعيشه هذه المجتمعات وحالة الانجراف الأكبر وراء ما تعرضه هذه الشبكات من خدمات تشوش على الناس القيم الأخلاقية، وذلك من خلال كيفية انتقائهم ما يودون إطلاع الآخرين عليه. (بن عودة، 2021)

وللقيم الأخلاقية في المجتمع أهمية كبيرة، فلكل مجتمع حاجة إلى مجموعة من القيم التي تحقق أهدافه ومثله العليا التي تقوم عليها حياته ونشاطه وعلاقاته، كما أن القيم الأخلاقية تضمن للمجتمع الحفاظ على تماسكه ووجود حياة اجتماعية مستقرة، والقدرة على مواجهة التغيرات التي تحدث في المجتمع من خلال الاختيار الصحيح الذي يحفظ للمجتمع استقراره. (الموسى، 2020)

الدراسات السابقة

يتناول هذا الفصل الدراسات السابقة التي تناولت موضوع شبكات التواصل الاجتماعي، والقيم الاخلاقية وسيتم استعراض بعض من هذه الدراسات:

الدراسات التي تتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي:

هدفت دراسة العلي، (2023) لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الشباب، واعتمدت الدراسة على تفسير المعلومات والبيانات بطريقة علمية تساهم في عكس ذلك الدور الذي يساهم في بناء قدرات الشباب الفكرية والثقافية حسب العادات والتقاليد والعقيدة الدينية، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، وتم استخدام أداة الاستبيان لتحقيق هدف الدراسة، وشملت الدراسة ثلاثة مباحث: المبحث الأول يتناول مواقع التواصل الاجتماعي، والمبحث الثاني يتناول أهم مواقع التواصل الاجتماعي، والمبحث الثالث يتناول مفهوم الثقافة والمبحث الرابع يتناول الوعي الثقافي لدى الشباب. وخرجت الدراسة بعدد من النتائج أهمها: أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في توفير المعلومات لدى المجتمعات بصورة عامة ومجتمع الشباب بصفة خاصة، وأن معظم الشباب الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في رفع قدراتهم الفكرية ووعيهم الثقافي.

أما دراسة (Ronak, Kemp, 2014) فقد أوضحت أن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى تغييرات في طبيعة علاقاتنا الاجتماعية، وكذلك كيفية تقديمنا وإدراكنا لأنفسنا. كان الهدف من هذه الدراسة هو التحقيق في العلاقة بين الأشخاص البالغين واستخدام أحد مواقع التواصل الاجتماعي ذات الشعبية الكبيرة مثل الفيسبوك والتعاطف والنجسية. أشارت النتائج إلى أن بعض أنشطة فيسبوك مثل الدردشة كانت مرتبطة بجوانب مثل القلق التعاطفي لدى الذكور، وتم ربط ميزة الصور في فيسبوك أيضاً بقدرة أفضل على وضع أنفسهم في مواقف خيالية لدى الإناث فقط، كما أشارت البيانات إلى أن جوانب معينة من استخدام فيسبوك مثل ميزة الصور مرتبطة بالنجسية، ومع ذلك يشير النمط العام للنتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي هي في الأساس أداة للبقاء على اتصال وليس للترويج الذاتي.

الدراسات التي تتعلق بالقيم الأخلاقية:

هدفت دراسة أحمد، وشفيق (2023) الى اختبار أثر برنامج تدريبي من منظور الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية لتعزيز القيم الاخلاقية لدى الطلاب الجدد بجامعة الأزهر واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي واستخدمت مقياس القيم الاخلاقية من إعداد الباحثين، وتكونت عينة الدراسة من مجموعتين أحدهما ضابطة والأخرى تجريبية، وعدد كل مجموعة (30) طالب من طلاب شعبة المكتبات والمعلومات وتكنولوجيا التعليم بكلية التربية جامعة الأزهر للعام 2022/2023، وأسفرت نتائج الدراسة عن فاعلية البرنامج التدريبي من منظور الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية لتعزيز القيم الاخلاقية لدى الطلاب الجدد بجامعة الأزهر، حيث أثبتت النتائج فاعلية البرنامج التدريبي لصالح التطبيق البعدي للقيم ككل حيث بلغ متوسط التطبيق القبلي للمقياس ككل (96,37) بينما بلغ متوسط التطبيق البعدي للمقياس ككل (194,37).

في دراسة (Kedra, 2020) يتم تقديم ممارسة تعليمية جديدة حول تدريس أخلاقيات علم الأحياء على أساس التعلم التحويلي ويتم تحقيقه من خلال المناقشات. تم إجراء البحث في يونيو 2016 في قسم البيولوجيا الجزيئية وعلم الوراثة بجامعة ديموقريطوس في تراقيا باليونان ويركز على المخاوف المتعلقة بنظام قيمهم والمعضلات الأخلاقية التي يعاني منها الطلاب

تحت الأرض في مجال العلوم الحيوية. حدثت تأملات بعد تجربة المناظرة التي شاركوا فيها خلال هذه الدورة. اتبع البحث المنهج النوعي وتم جمع البيانات من خلال سؤال واحد تم طرحه على الطلاب، مطالباً منهم بالتفكير النقدي في تجربة المناظرة. تم استخدام تحليل المحتوى لتحليل ردودهم. يبدو أن المناظرات هي ممارسة جيدة لتدريس أخلاقيات البيولوجيا، لأنها دفعتهم إلى التفكير النقدي في قيمهم وأخلاقهم فيما يتعلق بدورهم كعلماء أحياء في المستقبل. يبدو أنهم حريصون على التفكير والتساؤل والتعامل مع العضلات الأخلاقية المتعلقة بالمسألة الأخلاقية الصعبة لأخلاقيات البيولوجيا، وهي نقطة أساسية لكل عالم مبتدئ.

اسم الدراسة	الهدف	المنهج	الأداة	العلاقة مع الدراسة الحالية
العلي (2023)	معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الشباب	وصفي	استبانة	متغير شبكات التواصل الاجتماعي
Ronak, Kemp (2014)	معرفة العلاقة بين الأشخاص البالغين واستخدام أحد مواقع التواصل الاجتماعي ذات الشعبية الكبيرة والتعاطف والنجسية	وصفي	استبانة	متغير شبكات التواصل الاجتماعي
أحمد، وشفيق (2023)	اختبار أثر برنامج تدريبي من منظور الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية لتعزيز القيم الأخلاقية لدى الطلاب الجدد لجامعة الأزهر	المنهج التجريبي	مقياس القيم الأخلاقية من إعداد الباحثين	متغير القيم الأخلاقية
Kedrak (2020)	تقديم ممارسة جديدة حول تدريس أخلاقيات علم الأحياء على أساس التعلم التحويلي ويتم تحقيقه من خلال المناقشات	المنهج النوعي	استبانة	متغير القيم الأخلاقية

مشكلة الدراسة:

شهدت المجتمعات الحديثة في الوقت الحالي تنامي ظاهرة استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني وظهور جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني يسمى بالجيل الشبكي أو جيل الإنترنت، وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي متعددة مثل التويتر، الفيسبوك، والانستغرام، والواتس أب، وغيرها. تتسم بعناصر الفورية والتفاعلية وتعدد الوسائط والتحديث وأن توفر تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي بيد الطلبة، على مدار الساعة وقدرتهم على امتلاكها، وبما تحمله هذه الشبكات من إيجابيات تعمل على تقريب وجهات النظر وتبادل الآراء، والتواصل بين الطلبة، وكذلك تفعيل شبكات التواصل من خلال عمل مجموعات طلابية يتشاركون المساق الأكاديمي والعلمي والواجبات وغيرها فيما بينهم، وإن ساهمت شبكات التواصل على نشر الثقافة الفكرية والأخلاقية المتنوعة بين الطلبة إلا أن لشبكات التواصل الاجتماعي إيجابيات لا يمكن أن نستهيّن بها ويوجد لها سلبيات

ومخاطر ممكن أن تؤثر على الشباب في المجالات الفكرية والاجتماعية والتربوية، من خلال بث الأفكار الهدامة، والدعوات المنحرفة، والمواد الإباحية، والتشهير، وانتهاك حقوق المستخدمين، وترويج الشائعات، مع قلة الضوابط التي تعمل على ضبط ما ينشر عبر شبكات التواصل، على الرغم من وجود مراقبة لحسابات بعض المستخدمين إلا أن مراقبة حسابات العديد من المستخدمين في مختلف أنحاء العالم فهذا فيه الشيء الكثير من الصعوبة. بالإضافة إلى ما تمتاز به فئة الطلبة الشباب من خصائص القوة العقلية والفكرية إلا أن تأثير الرفقة والأصحاب ومحدودية التجربة وقلة الحكمة ووجود وقت الفراغ والفصل الحكم في الاستفادة من إيجابيات شبكات التواصل والبعد عن السلبيات هو تنمية القيم الأخلاقية في نفوس الطلبة، لأن الطالب إذا لم يمتلك تلك القيم الأخلاقية فستأثر على سلوكياته في أثناء استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي، لا تستطيع قوانين الجماعات أن تمنعه حينما يختلي بنفسه من استخدامها سلباً. وهذا ما جعل الباحثة تدرك أهمية البحث في معرفة درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم.

أسئلة الدراسة:

وعليه تحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية؟
- هل تختلف درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف متغيرات الجنس، والتخصص، والسنة الدراسية؟
- هل يختلف مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية باختلاف متغيرات الجنس، والتخصص، والسنة الدراسية؟
- هل هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية في درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات
- التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية فيما يأتي:

الأهمية النظرية: تتبع أهمية الدراسة في إثراء البحث العلمي والدراسات التي تختص في شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الأخلاقية، ومن أهمية الموضوع وحداثته حيث يُعد من الدراسات النادرة -على حد علم الباحثة- والذي يربط بين متغيرات الدراسة: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الأخلاقية، فضلاً عن أن هذه الدراسة ستتضمن عينة مهمة من المجتمع والمتمثلة بشريحة من طلبة الجامعة الأردنية الذين يمثلون دوراً مهماً في المجتمع الأردني. وتكمن الأهمية أيضاً بإثراء المكتبات العربية بما ستوفره من أدب نظري ومعلومات حول موضوع القيم الأخلاقية.

الأهمية التطبيقية: تكمن في نتائج الدراسة وتوصياتها وما ستقدمه من فوائد في الميدان التربوي للجهات ذات العلاقة منهم وزارة التعليم العالي وطلبة الجامعات والباحثين. كما تكمن الأهمية فيما ستوفره من أدوات تطبيقية مناسبة لقياس مستوى استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي ومستوى القيم الأخلاقية يتميزان بدلالة صدق وثبات يمكن الاستفادة منها والرجوع إليها.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى:

1. معرفة مستوى استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي.
2. معرفة مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية.
3. معرفة ما إذا كانت هناك فروق دالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي لديهم تعزى لمتغيرات (الجنس، التخصص، السنة الدراسية).
4. معرفة ما إذا كانت هناك فروق دالة إحصائية في مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية تعزى لمتغيرات (الجنس، التخصص، السنة الدراسية).
5. الكشف عن طبيعة العلاقة الارتباطية العلاقة الدالة إحصائية بين مستوى استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى القيم الأخلاقية لديهم.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الاجرائية:

شبكات التواصل الاجتماعي: يعرفها إيلسون وستينفيلد ولامب بأنها: مواقع إلكترونية تتيح للفرد إنشاء صفحة شخصية أو عامة أو شبه عامة من خلال نظام محدد، بحيث تشتمل هذه الصفحة على قائمة الاتصالات الخاصة به، والخاصة بالمستخدمين الآخرين الذين يشاركونه الاتصال من خلال نفس النظام (Steinfeld, Ellison & Lamp, 2007:1143).

وتعرف إجرائياً: هي الدرجة التي حصل عليها الطلبة على مقياس شبكات التواصل الاجتماعي والذي قامت الباحثة بتطويره في هذه الدراسة.

القيم الأخلاقية: مجموعة من المعتقدات، والقناعات، والتعاليم، والضوابط الأخلاقية المتعارف عليها مثل الصدق، الأمانة، النزاهة، والاخلاص، والصبر، وتعد القيم معياراً مهماً نحدد من خلاله ما هو مرغوب، وما هو غير مرغوب (عماد، 2006).

وتعرف إجرائياً: هي الدرجة التي حصل عليها الطلبة على مقياس القيم الأخلاقية والذي قامت الباحثة بتطويره في هذه الدراسة.

طلبة الجامعة الأردنية: ويقصد بهم طلبة الجامعة الأردنية الذكور والإناث من الكليات العلمية والإنسانية من مختلف المستويات والتخصصات.

حدود الدراسة ومحدداتها:

تحدد الدراسة الحالية بالمفاهيم والمصطلحات الواردة في الدراسة:

حدود بشرية: اقتصرت الدراسة على عينة من طلبة الجامعة الأردنية ذكورا وإناثاً، في التخصصات الإنسانية والعلمية.

حدود زمنية: طبقت اجراءات هذه الدراسة على الطلبة المسجلين للفصل الدراسي الثاني 2022/2023.

حدود مكانية: طبقت الدراسة في الجامعة الأردنية.

المحددات: تتحدد نتائج هذه الدراسة بدلالة صدق أدوات الدراسة، وثباتها، وتكيفها مع بيئة البحث وصدق استجابة أفراد العينة عن فقراتها، وإمكانية تعميم نتائجها.

منهجية الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الذي تمّ من خلاله وصف الظاهرة موضوع الدراسة، وتحليل بياناتها والعلاقة بين مكوناتها.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من عينة من طلبة الجامعة الأردنية من الكليات العلمية والإنسانية والبالغ عددهم (31454)، وذلك في الفصل الدراسي الثاني من العام 2022-2023م. وقد تكونت عينة الدراسة من (600) طالب وطالبة تم اختيارهم بالطريقة المتيسرة في الجامعة الأردنية، منهم (276) طالباً لتشكل ما نسبته (46.0) لعينة الدراسة، (324) طالبة أي ما نسبته (54.0) لعينة الدراسة من طلبة الجامعة الأردنية، لتشكل العينة ما نسبته (2%) من مجتمع الدراسة كما في الجدول رقم (1):

خصائص عينة الدراسة:

فيما يلي جدول يوضح نتائج التكرارات والنسبة المئوية لخصائص عينة الدراسة:

الجدول (1): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغيرات الجنس والتخصص والسنة الدراسية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	276	46.0
	أنثى	324	54.0
	المجموع	600	100.0
التخصص في كليات	إنسانية	300	50.0
	علمية	300	50.0
	المجموع	600	100.0
السنة الدراسية	أولى	148	24.7
	ثانية	174	29.0
	ثالثة	144	24.0
	رابعة	134	22.3
	المجموع	600	100.0

أولاً: فيما يتعلق بمتغير الجنس: يشير الجدول إلى أن 46% من عينة الدراسة من الذكور، بينما 54% من عينة الدراسة من الإناث.

ثانياً: فيما يتعلق بمتغير التخصص في كليات: يشير الجدول إلى أن 50% من العينة يدرسون في كليات إنسانية و 50% من العينة يدرسون في كليات علمية.

ثالثاً: فيما يتعلق بمتغير السنة الدراسية: يشير الجدول أعلاه إلى أن 24.7% من طلبة سنة أولى، و 29% من العينة من طلبة سنة ثانية، و 24% من العينة من طلبة سنة ثالثة و (22.3) من طلبة سنة رابعة.

أدوات الدراسة:

طورت الباحثة لأغراض الدراسة الحالية مقياس شبكات التواصل الاجتماعي وفق الخطوات التالية:

أولاً: تحديد مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعاً وتحديد السلوكيات الأكثر استخداماً للإشارة إلى تلك المجالات من خلال تجزئتها إلى سلوكيات بسيطة يسهل الاستدلال عليها، وباستناد إلى الأدب السابق في الموضوع، وضحت الباحثة السلوكيات الدالة على تلك المجالات، وهي: المجال المتعلق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المجال الديني لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المجال النفسي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المجال التربوي والتعليمي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المجال الاجتماعي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: اقتباس فقرات المقياس من مقياس كل من: (الخطيب، 2017)، ومقياس (المهدي، 2017)، ومقياس (العامر، 2017)، ومقياس (حمدان، 2022)، ومقياس (الكريغ، 2015)، ومقياس (الربابعة، 2016)

صدق المقياس:

استخرجت دلالات الصدق بالطرق التالية:

أ-صدق المحتوى:

تم تطوير هذا المقياس اعتماداً على خطوات إجرائية محددة، واستناداً إلى تحليل الأدب السابق والإطار النظري والمقاييس المستخدمة، وباستفادة من الأدب النظري الخاص بموضوع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ثم صياغة تلك الفقرات، ليتكون في صورته الأولية من (42) فقرة، عرضت على أربعة عشر من أعضاء هيئة التدريس في علم النفس التربوي، وعلم النفس الإكلينيكي، والإرشاد والصحة النفسية، والتربية الخاصة، والمناهج وأساليب التدريس، من أساتذة كلية الأميرة عالية الجامعية التابعة لجامعة البلقاء التطبيقية، والأساتذة الأفاضل من الجامعات الحكومية والخاصة. (ملحق رقم (3) يتضمن أسماء المحكمين)، وذلك لإبداء ملاحظاتهم وآرائهم وتعديلاتهم حول فقرات المقياس من حيث مدى وضوح الصياغة ودقتها، ومدى ملائمة كل فقرة للبعد الذي تنتمي إليه، وإضافة وحذف ما يرونها مناسباً، واقتراح التعديلات التي يرونها مناسبة. وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين بنسبة (85%) وتم إجراء التعديلات المطلوبة.

ب- الصدق البنائي لمقياس شبكات التواصل الاجتماعي:

تم التأكد من الصدق البنائي للمقياس من خلال استخراج قيمة معامل الارتباط (بيرسون) والذي يظهر قدرة كل فقرة من فقرات المقياس ومدى ارتباطها بالدرجة الكلية، وتعتبر الفقرات التي يقل معامل ارتباطها عن (0.25) متدنية ويفضل حذفها، وقد تم استخراج الصدق البنائي من خلال تطبيق المقياس على عينة استطلاعية مؤلفة من (30) طالباً وطالبة. ونتيجة الصدق البنائي موضحة في الجدول التالي:

الجدول (2): معاملات ارتباط فقرات مقياس شبكات التواصل الاجتماعي بالدرجة الكلية

المجال الاجتماعي للاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	المجال التربوي للاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	المجال النفسي للاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	المجال الديني للاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	الارتباط بالمقياس ككل	الفقرة
				.769**	.821**	Q1
				0.494**	.527**	Q2
				.844**	.715**	Q3
				.544**	.677**	Q4
				0.42**	.734**	Q5
				.748**	.661**	Q6
			.722**		.822**	Q7
			.859**		.558**	Q8
			.770**		.507**	Q9
			.769**		.612**	Q10
			.803**		.879**	Q11
			.836**		.519**	Q12
			.812**		.639**	Q13
			.718**		.821**	Q14
			.667**		.701**	Q15
			.798**		.777**	Q16
		.894**			.721**	Q17
		.588**			.612**	Q18
		.889**			.632**	Q19
		.678**			.821**	Q20
		.889**			.895**	Q21
	.766**				.841**	Q22
	.698**				.717**	Q23
	.785**				.832**	Q24
	.887**				.817**	Q25
	.754**				.564**	Q26
	.681**				.811**	Q27
	.792**				.822**	Q28
	.638**				.555**	Q29
	.667**				.601**	Q30
.781**					.678**	Q31
.697**					.638**	Q32
.565**					.704**	Q33
.787**					.621**	Q34
.874**					.815**	Q35
.821**					.492**	Q36
.802**					.813**	Q37
.598**					.703**	Q38
.537**					.629**	Q39
.592**					.812**	Q40
.508**					.833**	Q41

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01

نلاحظ من الجدول السابق أن قيم معامل الارتباط لفقرات شبكات التواصل الاجتماعي تزيد عن (0.30) وهذا ينطبق على جميع أبعاد المقياس، وهذه النتيجة مؤشر على تميز جيد لفقرات المقياس وعليه تعتبر صادقة بنائياً.

ثبات مقياس شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد تم استخراج كرونباخ ألفا لاختبار الثبات من خلال تطبيق المقياس على عينة استطلاعية مؤلفة من (30) طالباً وطالبة ونتيجة هذا الاختبار موضحة في الجدول التالي:

الجدول (3): ثبات مقياس شبكات التواصل الاجتماعي بالاعتماد على (Cronbach Alpha)

البيان	Cronbach Alpha
استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	0.838
المجال الديني لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	0.956
المجال النفسي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	0.911
المجال التربوي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	0.897
المجال الاجتماعي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	0.922
المقياس ككل	0.958

بالنظر إلى البيانات الواردة في الجدول أعلاه، نجد أن نتيجة ألفا كرونباخ لمقياس شبكات التواصل الاجتماعي بلغ (0.958)، كما أن قيمة ألفا بالنسبة لأبعاد المقياس تراوحت ما بين (0.838_0.922)، لذا يمكن وصف هذا المقياس بالثبات، وأن البيانات التي تم الحصول عليها مناسبة وتخضع لدرجة اعتمادية كونها أكبر من (0.70).

إجراءات تطبيق المقاييس:

طبقت الباحثة المقاييس على الطلبة بشكل جماعي، حيث تم تحديد طلبة الجامعة الأردنية وهي الفئة المستهدفة بالدراسة، وكان عددهم (600) طالباً وطالبة، تم الذهاب إلى القاعات الدراسية والاجتماع بمجموعات عشوائية من الطلبة ثم تم شرح المقياس من قبل الباحثة وبالتعاون مع أعضاء الهيئة التدريسية، كما تأكدت الباحثة من توفير الجو والوقت لتعبئة المقياس، بالشكل المناسب وبالطريقة الملائمة، والتأكيد على الإجابة عنه بكل موضوعية ومصداقية وبعيداً عن التسرع، وتوزع الطلبة إلى مجموعتين الذكور وعددهم (276) طالباً، والإناث وعددهم (324) طالبة وذلك بشكل عشوائي.

طرق استخراج الدرجات على المقياس:**تصحيح فقرات المقياس:**

تمت الإجابة على عبارات المقياس بواسطة سلم ليكرت خماسي التدرج حيث أعطيت الفقرات الإيجابية الأوزان الآتية: (دائماً: 5، غالباً: 4، أحياناً: 3، نادراً: 2، أبداً: 1)، كما تم عكس هذه الأوزان للفقرات السلبية على النحو الآتي: (دائماً: 1، غالباً: 2، أحياناً: 3، نادراً: 4، أبداً: 5).

ومعايير الحكم على الدرجات هي كما يلي:

تم اعتماد المعيار الآتي للحكم على درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حسب المتوسطات الحسابية: المتوسطات الحسابية التي تتراوح بين (1- أقل من 1.8 = درجة منخفضة جداً؛ من 1.8- أقل من 2.6 = درجة منخفضة؛ من 2.6- أقل من 3.4 = درجة متوسطة؛ من 3.4- أقل من 4.2 = درجة مرتفعة؛ من 4.2- 5 = درجة مرتفعة جداً).

الفقرات الإيجابية: 5، 6، 7، 8، 9، 10، 17، 18، 20، 21، 22، 23، 24، 25، 26،

27، 28، 29، 30، 31، 32، 34، 35، 36، 37، 38.

الفقرات السلبية: 1، 2، 3، 4، 11، 12، 13، 14، 15، 16، 19، 33، 39، 40، 41.

ثانياً: مقياس القيم الأخلاقية:

أولاً: قامت الباحثة بمراجعة الأدب النظري والدراسات السابقة لتطوير مقياس القيم الأخلاقية، وذلك من خلال إعداد الصورة الأولية للمقياس وتم عرضه على مجموعة من المحكمين من الأساتذة للأخذ بأرائهم في فقرات المقياس.

ثانياً: تم اقتباس فقرات مقياس القيم الأخلاقية من مقياس كل من: مقياس مرتجي (2004)، ومقياس حتاحت (2004)، ومقياس حمود (2011)، ومقياس القرني (2011).

الفقرات الإيجابية	(2.33-1) درجة منخفضة	(3.66-2.34) درجة متوسطة	(5-3.67) درجة مرتفعة
----------------------	-------------------------	----------------------------	-------------------------

وصف المقياس:

يهدف المقياس إلى التعرف على درجة القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية، ويتضمن المقياس في صورته الأولية (38) فقرة تم وضعها بعد الاطلاع عليها من قبل عدد من المحكمين، كما هو موضح في ملحق رقم (1) وقد تم الأخذ بأراء المحكمين، حيث تم تعديل بعض الفقرات، وتمت إعادة صياغة بعضها الآخر، وتم حذف بعض الفقرات (يساهم استخدام أفراد المجتمع لأسلوب الموعظة الحسنة دوراً كبيراً في علاج القيم الأخلاقية)، وبذلك بقي عدد الفقرات (35) فقرة ارتبطت بمقياس القيم الأخلاقية وقد وضعت الباحثة أمام كل عبارة الإجابات وهي: (دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً، أبداً).

أ.صدق المحتوى

تم عرض المقياس في صورته الأولية على (14) من أعضاء هيئة التدريس في مختلف التخصصات الأكاديمية المختلفة المتعلقة بموضوع الدراسة بهدف الوقوف على مدى ملائمتها وانتمائها من أجل تحقيق الغاية المنشودة منها، والتأكد من وضوح وملائمة صياغة الفقرات

وصلاحيته لقياس ما صُممت لقياسه، وطلب من المحكمين تقديم أي اقتراحات يرونها مناسبة تساعد في تطوير المقياس وإجراء أي تعديل أو حذف أو إضافة وبناءً على تعديلات أعضاء الهيئة التدريسية (المحكمين)، واعتماد الباحثة نسبة الاتفاق (80%) فأكثر كميّار لقبول الفقرة وصلاحيته عُدّت صياغة بعض الفقرات وأصبح عددها (35) وبذلك تكونت الصورة النهائية للمقياس والتي تم تطبيقها على العينة الاستطلاعية.

ب. الصدق البنائي لمقياس القيم الأخلاقية:

لقد تم التأكد من الصدق البنائي للمقياس من خلال استخراج قيمة معامل الارتباط (بيرسون) والذي يظهر قدرة كل فقرة من فقرات المقياس ومدى ارتباطها بالدرجة الكلية، وتعتبر الفقرات التي يقل معامل ارتباطها عن (0.25) متدنية ويفضل حذفها، وقد تم استخراج الصدق البنائي خلال تطبيق المقياس على عينة استطلاعية مؤلفة من (30) طالباً وطالبة. ونتيجة الصدق البنائي موضحة في الجدول التالي:

الجدول (4): معاملات ارتباط فقرات مقياس القيم الأخلاقية بالدرجة الكلية

الارتباط بالمقياس ككل	الفقرة	الارتباط بالمقياس ككل	الفقرة
.801**	Q19	.666**	Q1
.695**	Q20	.721**	Q2
.621**	Q21	.823**	Q3
.551**	Q22	.591**	Q4
.692**	Q23	.489**	Q5
.631**	Q24	.689**	Q6
.590**	Q25	.623**	Q7
.478**	Q26	.852**	Q8
.709**	Q27	.753**	Q9
.637**	Q28	.741**	Q10
.692**	Q29	.692**	Q11
.821**	Q30	.842**	Q12
.844**	Q31	.891**	Q13
.555**	Q32	.623**	Q14
.789**	Q33	.542**	Q15
.656**	Q34	.692**	Q16
.807**	Q35	.714**	Q17
		.874**	Q18

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01

نلاحظ من الجدول السابق أن قيم معامل الارتباط لفقرات القيم الأخلاقية تزيد عن (0.30) وهذا ينطبق على جميع أبعاد المقياس، وهذه النتيجة مؤشر على تميز جيد لفقرات المقياس وعليه تعتبر صادقة بنائياً.

ثبات المقياس:

لقد تم استخراج كرونباخ ألفا لاختبار الثبات من خلال تطبيق المقياس على عينة استطلاعية مؤلفة من (30) طالباً وطالبة، وبلغت قيمة ألفا للمقياس 0.943 وهي نسبة ممتازة تعكس ثبات المقياس كونها أعلى من النسبة المقبولة (0.70) كما هو مشار إليه في الجدول رقم (6).

تصحيح المقياس:

اعتمدت الباحثة البدائل التي تتدرج كالآتي: (دائماً) وتساهي (خمسة)، (غالباً) وتساهي (أربعة)، (أحياناً) وتساهي (ثلاثة)، (نادراً) وتساهي (درجتان)، (أبداً) وتساهي (درجة واحدة)، وتعتبر الدرجة المرتفعة التي يحصل عليها الطالب دليلاً على درجة مرتفعة من القيم الأخلاقية، بينما اعتبرت الدرجة المنخفضة دليلاً على درجة منخفضة من القيم الأخلاقية.

الفقرات الإيجابية: 1، 3، 4، 5، 6، 7، 8، 9، 10، 11، 12، 13، 14، 15، 16، 17، 18، 19، 20، 21، 22، 23، 24، 25، 26، 27، 28، 29، 30، 31، 32، 33، 34، 35.

الفقرات السلبية: 2.

إجراءات الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة تم اتباع الخطوات والإجراءات التالية:

1. تحديد مشكلة الدراسة وأسئلتها وأهدافها.
2. تطوير مقياس شبكات التواصل الاجتماعي لطلبة الجامعة الأردنية.
3. تطوير مقياس القيم الأخلاقية لطلبة الجامعة الأردنية.
4. توزيع مقياسي الدراسة على عينة الدراسة لغايات جمع البيانات من خلال الاستعانة بأعضاء الهيئة التدريسية لتوزيع المقياس على الطلبة.
5. تقريغ نتائج الاستبانات في برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ثم معالجتها واستخراج النتائج.
6. عرض النتائج التي توصلت لها الدراسة.
7. الخروج بالمقترحات والتوصيات.

متغيرات الدراسة:**-المتغيرات الرئيسية:**

شبكات التواصل الاجتماعي: وينبثق منه المجالات التالية: (استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المجال الديني، المجال النفسي، والمجال التربوي والتعليمي، والمجال الاجتماعي).

-المتغيرات التابعة: القيم الأخلاقية.

المتغيرات الديمغرافية: الجنس: (ذكر، أنثى)

-التخصص في كليات: (علمية، إنسانية)

-السنة الدراسية: (أولى، ثانية، ثالثة، رابعة)

المعالجة الإحصائية:

قامت الباحثة بإدخال النتائج إلى برنامج الرزم الإحصائية (SPSS) ثم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات أفراد عينة الدراسة على مقياسي الدراسة، وذلك لإيجاد درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة القيم الأخلاقية لدى أفراد عينة الدراسة.

ولفحص العلاقة الارتباطية بين درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة القيم الأخلاقية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون بين كل واحدة من المجالات والقيم الأخلاقية.

نتائج الدراسة

1. ما درجة استخدام طلبية الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي؟ أولاً: مجال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الجدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات درجة استخدام طلبية الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي للفقرة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	درجة الاستخدام
a5	زادت شبكات التواصل الاجتماعي من علاقتي الاجتماعية	3.81	.933	76.2%	مرتفعة
a2	يقلل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من تقديدي بمواعيدي اليومية	3.79	.993	75.8%	مرتفعة
a3	أقضي وقتاً في الحديث مع أصدقائي عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي أقضيه مع أسرتي	3.32	.847	66.4%	متوسطة
a4	تشكو أسرتي من طول الوقت الذي أقضيه مشغولاً باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	3.10	.937	62%	متوسطة
a1	الوقت الذي أقضيه في الحديث مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي أقضيه معهم وجهاً لوجه	3.01	.897	60.2%	متوسطة
a6	أشعر أن استخدامي لشبكات التواصل الاجتماعي زادت من رغيتي في تقليد الآخرين	2.56	1.19	51.2%	منخفضة
	الدرجة الكلية	3.15	.357	63%	متوسطة

نلاحظ أن المتوسط الكلي للمتغير أعلاه البالغ 3.15 يعكس مستوى متوسط من الاستخدام، كما تبين أن الفقرة "زادت شبكات التواصل الاجتماعي من علاقتي الاجتماعية" هي أكثر الفقرات موافقة بينما كانت الفقرة "أشعر أن استخدامي لشبكات التواصل الاجتماعي زادت من رغيتي في تقليد الآخرين" هي أقل الفقرات موافقة.

ثانياً: المجال الديني لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات المجال الديني لاستخدام طلبية الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي للفقرة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	درجة الاستخدام
b8	أدخل على مواقع محرمة دينياً	4.50	.751	90%	مرتفعة جداً
b2	أقوم بتهنئة الأصدقاء في المناسبات الدينية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	4.37	.810	87.4%	مرتفعة جداً

b9	أسمح بمرور مقاطع منافية للأخلاق لأصدقائي	4.23	.947	84.6%	مرتفعة جداً
b6	تفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي يعيق أداء واجباتي الدينية	3.98	.946	79.6%	مرتفعة
b4	أعتقد أن بعض المواقع تعمل على نشر التعاليم الدينية	3.64	.906	72.8%	مرتفعة
b1	أستفيد من مقاطع الفيديو الدعوية التي يتم تداولها بين الأصدقاء في الالتزام بالتعاليم الدينية	3.58	1.053	71.6%	مرتفعة
b10	تعمل بعض المواقع التي تدعي التدين على نشر الفكر المظلل	3.22	.888	64.4%	متوسطة
b5	أشك ببعض ما يتم تداوله من معلومات دينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي	3.15	.929	63%	متوسطة
b3	أشارك مع أصدقائي بتلاوة سور من القرآن الكريم	2.95	1.233	59%	متوسطة
b7	تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الإشاعات بسرعة كبيرة	2.25	.906	45%	منخفضة
	الدرجة الكلية	3.58	.400	71.6%	مرتفعة

نلاحظ أن المتوسط الكلي للمتغير أعلاه البالغ 3.58 يعكس مستوى مرتفع من الاستخدام، كما تبين أن الفقرة "أدخل على مواقع محرمة دينياً" هي أكثر الفقرات موافقة بينما كانت الفقرة "تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الإشاعات بسرعة كبيرة" هي أقل الفقرات موافقة.

ثالثاً: المجال النفسي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات المجال النفسي لاستخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي للفقرة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	درجة الاستخدام
c3	أشعر بالحزن في معظم الأحيان عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	3.83	1.03	76.6%	مرتفعة
c5	يساعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على ابتكار أفكار جديدة وحلول إبداعية	3.82	1.020	76.4%	مرتفعة
c4	تخفف شبكات التواصل الاجتماعي من الضغوط الحياتية لديّ	3.45	.884	69%	مرتفعة
c1	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يقلل من شعوري بالملل والوحدة	3.37	.965	67.4%	متوسطة
c2	أشعر بتقدير ذاتي عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	3.24	.945	64.8%	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.54	.507	70.8%	مرتفعة

نلاحظ أن المتوسط الكلي للمتغير أعلاه البالغ 3.54 يعكس مستوى مرتفع من الاستخدام، كما تبين أن الفقرة "أشعر بالحزن في معظم الأحيان عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي" هي أكثر الفقرات موافقة بينما كانت الفقرة "أشعر بتقدير ذاتي عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي" هي أقل الفقرات موافقة.

رابعاً: المجال التربوي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات المجال التربوي لاستخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي للفقرة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	درجة الاستخدام
d9	أقوم باستلام وتسليم الواجبات والمهام الدراسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي	4.46	.737	89.2 %	مرتفعة جداً
d5	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي من أجل متابعة كل ما هو جديد في مجال دراستي	4.15	.867	83 %	مرتفعة
d1	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي من أجل الاطلاع على البحوث والدراسات العلمية	4.02	.909	80.4 %	مرتفعة
d8	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للاستفادة من البرمجيات المتوفرة عبر المواقع التعليمية	3.91	.819	78.2 %	مرتفعة
d4	تساعدني شبكات التواصل الاجتماعي لمناقشة مختلف القضايا التربوية التي تهمني	3.52	1.03	70.4 %	مرتفعة
d3	أدخل بحوارات متنوعة على شبكات التواصل الاجتماعي مع زملائي الطلبة	3.07	.978	61.4 %	متوسطة
d7	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التعليمية	2.93	1.00	58.6 %	متوسطة
d2	أقوم بمشاركة المنشورات والفيديوهات والصور التي تعالج المشكلات التربوية المتنوعة	2.81	1.02	56.2 %	متوسطة
d6	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لترسيخ مبدأ التعلم التعاوني بيني وبين زملائي الطلبة	2.60	.997	52 %	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.50	.516	70 %	مرتفعة

نلاحظ أن المتوسط الكلي للمتغير أعلاه البالغ 3.50 يعكس مستوى مرتفع من الاستخدام، كما تبين أن الفقرة "أقوم باستلام وتسليم الواجبات والمهام الدراسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي" هي أكثر الفقرات موافقة بينما كانت الفقرة "استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لترسيخ مبدأ التعلم التعاوني بيني وبين زملائي الطلبة" هي أقل الفقرات موافقة.

خامساً: المجال الاجتماعي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات المجال الاجتماعي لاستخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي للفقرة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	درجة الاستخدام
e5	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي في مناسبات الأفراح والأعراس للتهنئة والتعزية	4.35	.859	87 %	مرتفعة جداً
e10	أضعف التواصل الاجتماعي علاقتي المباشرة مع أسرتي	4.10	.913	82 %	مرتفعة
e9	أسارع في نشر ما يصلني من أخبار دون التحقق من صحتها	4.07	.832	81.4 %	مرتفعة
e3	جعلتني شبكات التواصل الاجتماعي شخص انطوائي	4.01	.948	80.2 %	مرتفعة
e1	أتعرف إلى أصدقاء جدد عبر العالم ومن ثقافات متعددة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	3.70	1.100	74 %	مرتفعة

e11	أفضل التواجد في العالم الافتراضي أكثر من العالم الحقيقي	3.56	1.017	71.2%	مرتفعة
e6	أشارك أصدقائي حساباتي الموضوعة أو الرياضة أو المشاهير	3.45	1.049	69%	مرتفعة
e8	تعطيني شبكات التواصل الاجتماعي حرية اختيار الأصدقاء والوقت للتواصل أكثر من الواقع	3.36	.967	67.2%	متوسطة
e2	تساعدني شبكات التواصل الاجتماعي في قضاء وقت فراغي بالأطمئنان على أصدقائي	3.28	1.093	65.6%	متوسطة
e7	أطلب المشورة ممن أثق بهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي لعدم تمكني من زيارتهم	2.80	.972	56%	متوسطة
e4	أثق بالأشخاص الذين حصلت على صداقتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي	2.76	.932	55.2%	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.58	.339	71.6%	مرتفعة

نلاحظ أن المتوسط الكلي للمتغير أعلاه البالغ 3.58 يعكس مستوى مرتفع من الاستخدام، كما تبين أن الفقرة "استخدم شبكات التواصل الاجتماعي في مناسبات الأفراح والأفراح للتهنئة والتعزية" هي أكثر الفقرات موافقة بينما كانت الفقرة "أثق بالأشخاص الذين حصلت على صداقتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي" هي أقل الفقرات موافقة.

2. ما مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية؟

الجدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية للدرجات على فقرات مقياس القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي للفقرة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	درجة الاستخدام
q21	أشارك زملائي في أفراحهم وأحزانهم	4.59	.662	91.8%	مرتفعة جداً
q28	ألتزم بأداء العبادات وأداء الصلاة في وقتها	4.47	.762	89.4%	مرتفعة جداً
q1	أرى أن ضعف الوازع الديني له دور في ضعف القيم الأخلاقية	4.45	.725	89%	مرتفعة جداً
q35	أقف بجانب زملائي الذين يحتاجون إلى المساعدة	4.41	.673	88.2%	مرتفعة جداً
q19	أحفظ أسرار زملائي ولا أفشيها	4.39	.728	87.8%	مرتفعة جداً
q33	أتوجه إلى فعل الخير وتجنب الشر	4.33	.725	86.6%	مرتفعة جداً
q7	ألتزم الصدق في التعامل مع الآخرين	4.31	.764	86.2%	مرتفعة جداً
q27	أحرص على التواصل وتجنب الغرور بالنفس	4.22	.751	84.4%	مرتفعة جداً
q30	أثبرع وأصدق طوعاً ورغبة في نيل الأجر والثواب	4.11	.780	82.2%	مرتفعة
q3	يلعب التزام الأسرة بالقنوة الحسنة دوراً كبيراً في تنمية القيم الأخلاقية	4.10	.753	82%	مرتفعة
q20	أقدم النصيحة لزميلي إذا شعرت بضرورة ذلك	4.09	.806	81.8%	مرتفعة
q18	أحرص على مصاحبتني للزملاء الأخيار	4.08	.815	81.6%	مرتفعة

q6	أعتقد أن أسلوب الموعدة الحسنة ذات دور مهم في علاج ضعف القيم الأخلاقية	4.08	.771	81.6%	مرتفعة
q26	أحرص على أداء مهامي بإتقان	4.05	.762	81%	مرتفعة
q13	أحافظ على الممتلكات العامة	4.00	.749	80%	مرتفعة
q9	أقدر جهود الآخرين وأشكرهم	3.98	.844	79.6%	مرتفعة
q22	أهتم بتنمية قيم المحبة والاحترام لدي بشكل مستمر	3.93	.789	78.6%	مرتفعة
q16	أتجنب إيذاء زملائي ما أمكن	3.73	.722	74.6%	مرتفعة
q25	أحرص على احترام القوانين والتعليمات	3.73	.770	74.6%	مرتفعة
q24	ألتزم بمواعيدي اليومية	3.71	.797	74.2%	مرتفعة
q17	أتجنب التدخل في شؤون زملائي الخاصة	3.66	.758	73.2%	مرتفعة
q10	أتجنب الألفاظ النابية والبذيئة	3.55	1.008	71%	مرتفعة
q31	أتجنب ذكر عيوب زملائي أمام بعضهم البعض	3.53	.777	70.6%	مرتفعة
q29	أحرص على معاملة الآخرين بعدل ومساواة	3.53	.781	70.6%	مرتفعة
q34	أذكر محاسن الآخرين الأخيار أثناء غيابهم	3.50	.871	70%	مرتفعة
q5	يعتبر الرفاق في الجامعة عاملاً مهماً في علاج ضعف القيم الأخلاقية	3.45	.722	69%	مرتفعة
q15	أصدر الأحكام على زملائي بتأني وروية بعيداً عن الاهواء	3.42	.830	68.4%	مرتفعة
q32	أسعى لاكتساب مفهوم إدارة الوقت والالتزام به	3.41	.826	68.2%	مرتفعة
q12	أتسامح مع الآخرين إذا أسأوا إليّ بقصد أو بدون قصد	3.38	.826	67.6%	متوسطة
q8	أعتذر لمن أسأت التعامل معهم من دون قصد	3.32	.913	66.4%	متوسطة
q2	تقليد الآخرين في سلوكياتهم غير الأخلاقية تعتبر سبباً في ضعف القيم الأخلاقية	3.29	.869	65.8%	متوسطة
q14	أحترم مشاعر زملائي حتى لو اختلفوا معي في الرأي	3.23	.827	64.6%	متوسطة
q23	أعرف زملائي بالمفاهيم المتعلقة بالبعد الأخلاقي	3.12	.795	62.4%	متوسطة
q11	أذكر محاسن أصدقائي أثناء غيابهم	3.11	.881	62.2%	متوسطة
q4	يشكل استخدام الأساتذة في الجامعة لأسلوب المناقشة والحوار دوراً هاماً في تنمية القيم الأخلاقية	3.06	.839	61.2%	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.81	.340	76.2%	مرتفعة

نلاحظ أن المتوسط الكلي للمتغير أعلاه البالغ 3.81 يعكس مستوى مرتفع من الموافقة، كما تبين أن الفقرة "أشارك زملائي في أفراحهم وأحزانهم" هي أكثر الفقرات موافقة بينما كانت الفقرة "يشكل استخدام الأساتذة في الجامعة لأسلوب المناقشة والحوار دوراً هاماً في تنمية القيم الأخلاقية" هي أقل الفقرات موافقة.

3. هل تختلف درجة استخدام طلبية الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف متغيرات الجنس، والتخصص، والسنة الدراسية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجات الكلية على المجالات الفرعية على مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغيرات الجنس والتخصص والسنة الدراسية، وتالياً جداول المتوسطات الحسابية المعدلة والأخطاء المعيارية منفصلة حسب كل متغير مستقل من متغيرات الدراسة، كما مبين في الجداول (13، 14، 15)، ولمعرفة فيما إذا كانت هناك فروق بين المتوسطات الحسابية على الدرجات الكلية للمجالات الفرعية على لمقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أجري تحليل التباين الثلاثي المتعدد (3-Way MANOVA) على التصميم العاملي (2×2×4) على اعتبار أن متغيرات: (الجنس: ذكور، إناث)، (التخصص: علمي، إنساني)، والسنة الدراسية (أولى، ثانية، ثالثة،

رابعة) متغيرات تصنيفية مستقلة والتفاعلات الممكنة بينها، حيث تقع على المستوى الأسمي، والدرجات الكلية على مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (استخدام شبكات التواصل، والمجال الديني، والمجال النفسي، والمجال التربوي، والمجال الاجتماعي) مستويات للمتغير التابع، وتقع على المستوى الفئوي، كما هو مبين في الجدول (16).

الجدول (11): والمتوسطات المعدلة والأخطاء المعيارية للدرجات الكلية على مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس

الخطأ المعياري	المتوسط الحسابي المعدل	الجنس	مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
.021	3.073	1ذكور	1-الاستخدام
.019	3.232	2إناث	
.021	3.361	1ذكور	2-المجال الديني
.019	3.781	2إناث	
.028	3.311	1ذكور	3-المجال النفسي
.026	3.745	2إناث	
.032	3.417	1ذكور	4-المجال التربوي
.029	3.562	2إناث	
.020	3.480	1ذكور	5-المجال الاجتماعي
.018	3.671	2إناث	

يشير الجدول أعلاه إلى أن هنالك فروقاً ظاهرية بين مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس حيث نلاحظ أن الفروقات تميل لصالح الإناث في كل مجال من المجالات أعلاه، إذ تبين أن المتوسط الحسابي لعينة الإناث في كل مجال من المجالات أعلى من المتوسط الحسابي لعينة الذكور في كل مجال من المجالات المذكورة.

الجدول (12): والمتوسطات المعدلة والأخطاء المعيارية للدرجات الكلية على مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير التخصص

الخطأ المعياري	المتوسط الحسابي المعدل	التخصص	مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
.020	3.125	علمي	الاستخدام
.020	3.180	إنساني	
.020	3.521	علمي	المجال الديني
.020	3.621	إنساني	
.027	3.480	علمي	المجال النفسي
.027	3.576	إنساني	
.030	3.502	علمي	المجال التربوي
.030	3.477	إنساني	
.019	3.540	علمي	المجال الاجتماعي
.019	3.611	إنساني	

يشير الجدول أعلاه إلى أن هنالك فروقاً ظاهرية بين مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير التخصص حيث نلاحظ أن الفروقات تميل لصالح عينة التخصص الإنساني في كل مجال من المجالات أعلاه ما عدا المجال التربوي، إذ تبين أن المتوسط الحسابي لعينة التخصص الإنساني في كل مجال من المجالات أعلى من المتوسط الحسابي لعينة

التخصص العلمي في كل مجال من المجالات المذكورة ما عدا المجال التربوي والذي تبين أن المتوسط الحسابي لعينة التخصص العلمي أعلى من المتوسط الحسابي لعينة التخصص الإنساني.

الجدول (13): والمتوسطات المعدلة والأخطاء المعيارية للدرجات الكلية على مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير السنة الدراسية

الخطأ المعياري	المتوسط الحسابي المعدل	السنة الدراسية	مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
.029	3.189	1 أولى	الاستخدام
.026	3.117	2 ثانية	
.029	3.140	3 ثالثة	
.030	3.163	4 رابعة	
.029	3.584	1 أولى	المجال الديني
.026	3.599	2 ثانية	
.028	3.580	3 ثالثة	
.029	3.522	4 رابعة	
.039	3.522	1 أولى	المجال النفسي
.035	3.489	2 ثانية	
.039	3.570	3 ثالثة	
.040	3.531	4 رابعة	
.044	3.489	1 أولى	المجال التربوي
.039	3.479	2 ثانية	
.043	3.496	3 ثالثة	
.045	3.495	4 رابعة	
.028	3.517	1 أولى	المجال الاجتماعي
.025	3.585	2 ثانية	
.027	3.594	3 ثالثة	
.028	3.606	4 رابعة	

يشير الجدول أعلاه إلى أن هنالك فروقاً ظاهرية بين مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير السنة الدراسية حيث نلاحظ أن الفروقات تميل في مجال الاستخدام لصالح عينة سنة أولى ذات المتوسط الحسابي الأعلى من باقي العينات، كما أن الفروقات تميل في المجال الديني لصالح عينة سنة ثانية ذات المتوسط الحسابي الأعلى من باقي العينات، كما أن الفروقات تميل في المجال النفسي لصالح عينة سنة ثالثة ذات المتوسط الحسابي الأعلى من باقي العينات، كما أن الفروقات تميل في المجال التربوي لصالح عينة سنة ثالثة ذات المتوسط الحسابي الأعلى من باقي العينات، وتبين أن الفروقات تميل في المجال الاجتماعي لصالح عينة سنة ثالثة ذات المتوسط الحسابي الأعلى من باقي العينات.

الجدول (14): نتائج تحليل التباين الثلاثي المتعدد (3-Way MANOVA) لمتوسطات الدرجات الكلية على المجالات الفرعية لمجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعا لمتغيرات الجنس والتخصص والسنة الدراسية والتفاعلات بينها

الدالة الإحصائية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مستويات المتغير التابع (مجالات استخدام شبكات التواصل)	مصادر التباين
.000*	30.105	3.632	1	3.632	الاستخدام	الجنس قيمة هوتنغ=0.542 Sig= 0.000
.000*	223.686	25.555	1	25.555	المجال الديني	
.000*	129.564	27.325	1	27.325	المجال النفسي	
.001*	11.475	3.050	1	3.050	المجال التربوي	
.000*	50.172	5.282	1	5.282	المجال الاجتماعي	
.054	3.721	.449	1	.449	الاستخدام	الكلية قيمة هوتنغ=.0330 2Sig= 0.00
.000*	12.556	1.434	1	1.434	المجال الديني	
.012*	6.313	1.331	1	1.331	المجال النفسي	
.554	.351	.093	1	.093	المجال التربوي	
.009*	6.939	.730	1	.730	المجال الاجتماعي	
.299	1.227	.148	3	.444	الاستخدام	السنة الدراسية قيمة وليكس لميدا= 0.967 Sig= 0.202
.245	1.389	.159	3	.476	المجال الديني	
.479	.827	.174	3	.523	المجال النفسي	
.992	.034	.009	3	.027	المجال التربوي	
.100	2.095	.221	3	.662	المجال الاجتماعي	
.616	.252	.030	1	.030	الاستخدام	الجنس * الكلية
.576	.314	.036	1	.036	المجال الديني	
.045*	4.053	.855	1	.855	المجال النفسي	
.483	.493	.131	1	.131	المجال التربوي	
.226	1.470	.155	1	.155	المجال الاجتماعي	
.019*	3.325	.401	3	1.204	الاستخدام	الجنس * السنة الدراسية
.198	1.562	.178	3	.535	المجال الديني	
.475	.834	.176	3	.528	المجال النفسي	
.653	.543	.144	3	.433	المجال التربوي	
.462	.859	.090	3	.271	المجال الاجتماعي	
.897	.199	.024	3	.072	الاستخدام	الكلية * السنة الدراسية
.126	1.912	.218	3	.655	المجال الديني	
.824	.302	.064	3	.191	المجال النفسي	
.579	.657	.175	3	.524	المجال التربوي	
.239	1.411	.149	3	.446	المجال الاجتماعي	
.519	.756	.091	3	.274	الاستخدام	الجنس * الكلية * السنة الدراسية
.653	.543	.062	3	.186	المجال الديني	
.689	.490	.103	3	.310	المجال النفسي	
.605	.616	.164	3	.491	المجال التربوي	
.156	1.750	.184	3	.553	المجال الاجتماعي	
		.121	584	70.461	الاستخدام	الخطأ
		.114	584	66.718	المجال الديني	
		.211	584	123.164	المجال النفسي	
		.266	584	155.203	المجال التربوي	
		.105	584	61.479	المجال الاجتماعي	
			599	76.553	الاستخدام	الكلية المصحح
			599	96.010	المجال الديني	
			599	154.428	المجال النفسي	
			599	159.746	المجال التربوي	
			599	69.074	المجال الاجتماعي	

*دال إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$)

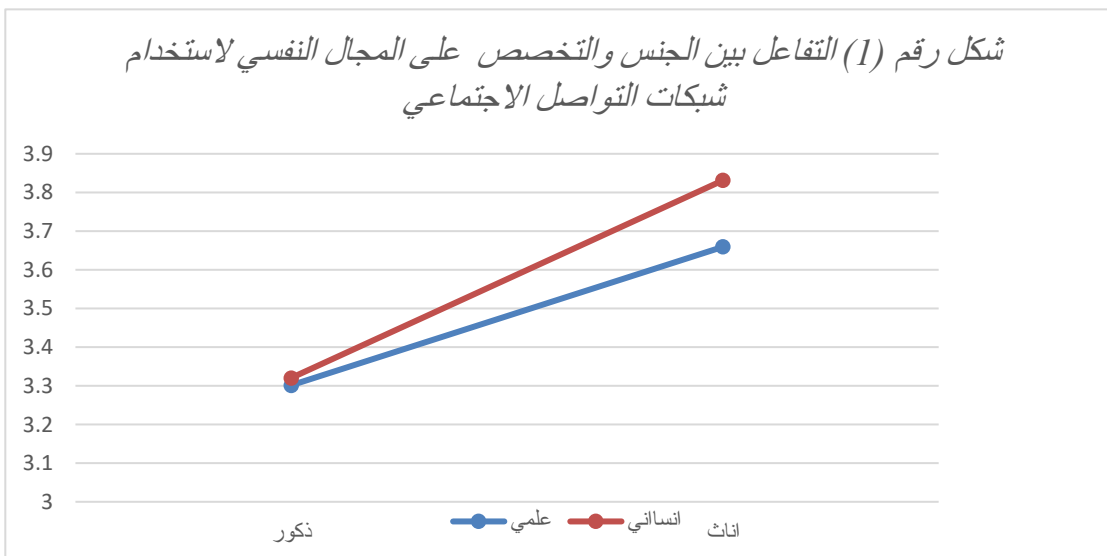
الجنس تبين أن قيمة (ف) البالغة 30.105 ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 مما يدل على وجود فروقات في درجة استخدام طلبية الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس، كما تبين وجود فروقات في الأبعاد (المجال الديني لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المجال النفسي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المجال التربوي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والمجال الاجتماعي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي)

الاجتماعي) تعزى لمتغير الجنس، وتميل الفروقات لصالح الإناث في كل بعد كون المتوسط الحسابي للإناث أعلى منه لدى الذكور.

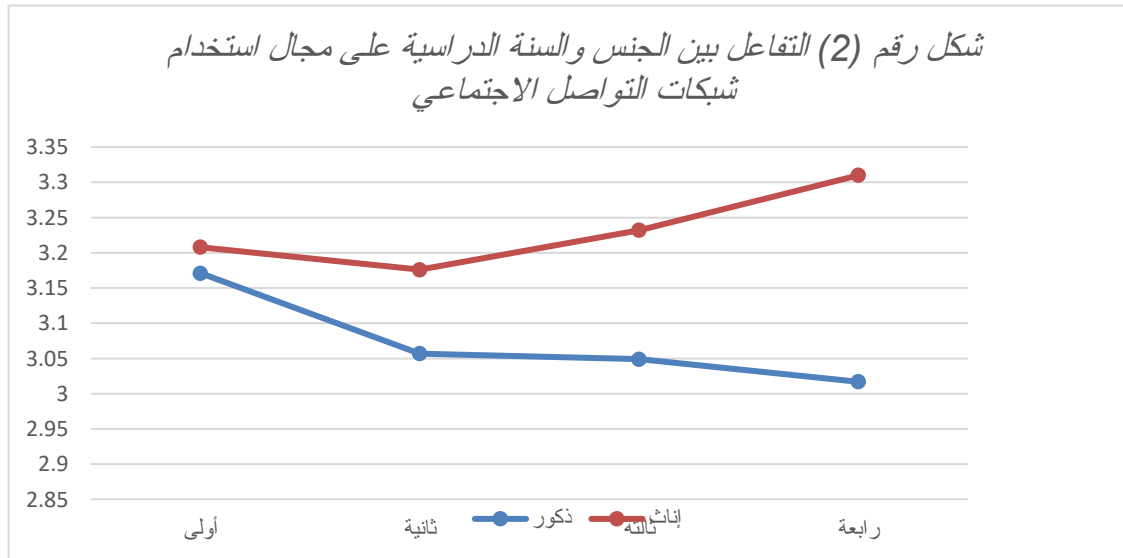
التخصص تبين أن قيمة (ف) البالغة 3.721 ليس ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبما يدل على عدم وجود فروقات في درجة استخدام طلبية الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التخصص، كما تبين وجود فروقات في الأبعاد (المجال الديني لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والمجال الاجتماعي والمجال النفسي) فيما عدا بعد (المجال التربوي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي) تعزى لمتغير التخصص، وتميل الفروقات لصالح طلبية الكليات الإنسانية في كل بعد كون المتوسط الحسابي لطلبة الكليات الإنسانية أعلى منه لدى طلبية الكليات العلمية.

السنة الدراسية تبين أن قيمة (ف) البالغة 1.227 ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبما يدل على عدم وجود فروقات في درجة استخدام طلبية الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السنة الدراسية وهذا ينطبق أيضا على أبعاد المقياس، ونلاحظ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية درجة استخدام طلبية الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السنة الدراسية.

شكل رقم (1) التفاعل بين الجنس والتخصص على المجال النفسي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي



يظهر شكل التفاعل بين الجنس والتخصص على المجال النفسي أن متوسطات الذكور في التخصصات العلمية أقل من متوسطات الإناث، في حين جاءت متوسطات الإناث في التخصصات الإنسانية أعلى من الذكور، وجاءت متوسطات الذكور في التخصصات العلمية والإنسانية أقل من الإناث. (الإناث في التخصصات الإنسانية والعلمية على التوالي أكثر تأثراً في المجال النفسي) مقارنة بالذكور في التخصصات العلمية والإنسانية.



في شكل التفاعل بين الجنس والسنة الدراسية، عند الإناث في السنة الثالثة والرابعة أكثر تأثراً من الذكور ويلاحظ زيادة متوسطات الإناث في السنة الثالثة والرابعة وانخفاض متوسطات الذكور وبمقارنة متوسطات الذكور والإناث يلاحظ زيادة في متوسطات الذكور وانخفاض في متوسطات الإناث (الذكور في السنة الأولى يميلون للتأثر أكثر من الإناث في السنة الأولى).

4. هل يختلف مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية باختلاف متغيرات الجنس، التخصص والسنة الدراسية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجات الكلية على مقياس القيم الأخلاقية تبعاً لمتغيرات الجنس والتخصص والسنة الدراسية، كما مبين في جدول (17)، كما أجري تحليل التباين الثلاثي أحادي المتغيرات (3-Way ANOVA) على التصميم العاملي (4×2×2) على اعتبار أن متغيرات: (الجنس: ذكور، إناث)، (التخصص: علمي، إنساني)، والسنة الدراسية (أولى، ثاني، ثالث، رابعة) متغيرات تصنيفية مستقلة والتفاعلات الممكنة بينها، حيث تقع على المستوى الأسمي، والدرجات الكلية على مقياس القيم الأخلاقية متغيراً تابعاً والذي يقع على المستوى الفئوي. وكما مبين في الجدول (17).

الجدول (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجات الكلية على مقياس القيم الأخلاقية تبعاً لمتغيرات الجنس والتخصص والسنة الدراسية

الجنس	التخصص	السنة الدراسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد
1 ذكور	1 علمية	1 أولى	3.7305	.40263	37
		2 ثانية	3.7278	.31472	38
		3 ثالثة	3.6891	.37111	34
		4 رابعة	3.6296	.28234	27
		Total	3.6994	.34769	136
	2 إنسانية	1 أولى	3.7298	.27340	24
		2 ثانية	3.7495	.33834	43
		3 ثالثة	3.7129	.32660	40
		4 رابعة	3.6528	.34220	33
		Total	3.7129	.32429	140
	Total	1 أولى	3.7302	.35485	61
		2 ثانية	3.7393	.32562	81
		3 ثالثة	3.7019	.34552	74
		4 رابعة	3.6424	.31429	60
		Total	3.7062	.33548	276
2 إناث	1 علمية	1 أولى	3.8632	.42290	47
		2 ثانية	3.8647	.31884	49
		3 ثالثة	3.8700	.26412	31
		4 رابعة	3.9112	.22795	37
		Total	3.8758	.32419	164
	2 إنسانية	1 أولى	3.9300	.32383	40
		2 ثانية	3.9422	.26674	45
		3 ثالثة	3.8865	.33289	37
		4 رابعة	3.9150	.34800	38
		Total	3.9198	.31482	160
	Total	1 أولى	3.8939	.37992	87
		2 ثانية	3.9018	.29605	94
		3 ثالثة	3.8790	.30141	68
		4 رابعة	3.9131	.29297	75
		Total	3.8975	.31986	324
Total	1 علمية	1 أولى	3.8048	.41692	84
		2 ثانية	3.8049	.32252	87
		3 ثالثة	3.7754	.33468	65
		4 رابعة	3.7924	.28677	64
		Total	3.7958	.34585	300
	2 إنسانية	1 أولى	3.8549	.31898	64
		2 ثانية	3.8481	.31723	88
		3 ثالثة	3.7963	.33890	77
		4 رابعة	3.7932	.36728	71
		Total	3.8232	.33510	300
	Total	1 أولى	3.8264	.37733	148
		2 ثانية	3.8266	.31968	175
		3 ثالثة	3.7867	.33594	142
		4 رابعة	3.7928	.33035	135
		Total	3.8095	.34051	600

يشير الجدول أعلاه إلى أن هنالك فروقاً ظاهرية على مقياس القيم الأخلاقية وتميل الفروقات لصالح عينة سنة ثانية من طلبة الكليات الإنسانية في عينة الذكور، ولصالح عينة سنة رابعة في الكليات الإنسانية في عينة الإناث.

الجدول (16): نتائج تحليل التباين الثلاثي أحادي المتغيرات (3-Way ANOVA) لمتوسطات الدرجات الكلية على مقياس القيم الأخلاقية تبعا لمتغيرات الجنس والتخصص والسنة الدراسية والتفاعلات الممكنة بينها

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	الدلالة الإحصائية
الجنس	5.518	1	5.518	50.901	.000*
الكلية	.122	1	.122	1.129	.288
السنة الدراسية	.184	3	.061	.567	.637
الجنس * الكلية	.021	1	.021	.195	.659
الجنس * السنة الدراسية	.274	3	.091	.842	.471
الكلية * السنة الدراسية	.029	3	.010	.090	.965
الجنس * الكلية * السنة الدراسية	.051	3	.017	.158	.924
الخطأ	63.313	584	.108		
الكلية المصحح	69.453	599			

*دال إحصائياً عند مستوى ($\alpha=0.05$)

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة (ف) البالغة 50.901 ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبما يدل على وجود فروقات في مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية تعزى لمتغير الجنس، وتميل الفروقات لصالح الإناث في كل بعد كون المتوسط الحسابي للإناث أعلى منه لدى الذكور، كما تبين أن قيمة (ف) البالغة 1.129 ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبما يدل على عدم وجود فروقات في مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية تعزى لمتغير التخصص، وتبين أن قيمة (ف) البالغة 0.567 ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبما يدل على عدم وجود فروقات في مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية تعزى لمتغير السنة الدراسية.

5. هل هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم؟

المجالات	الاستخدام	المجال الديني	المجال النفسي	المجال التربوي	المجال الاجتماعي
القيم الأخلاقية	.111**	.156**	.177**	.243**	.235**

**دال إحصائياً عند مستوى ($\alpha=0.01$)

نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط (r) بين درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم بلغت 0.111 وهي علاقة طردية ضعيفة، كما تبين وجود علاقة بين كل مجال من مجالات استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي وبين القيم الأخلاقية، وتراوح قوة العلاقة ما بين (0.156-0.243) وهي علاقات طردية ضعيفة.

مناقشة النتائج

يتناول هذا الفصل عرضاً لمناقشة نتائج الدراسة
مناقشة نتائج السؤال الأول والذي نص على: ما درجة استخدام طلبية الجامعة الأردنية
شبكات التواصل الاجتماعي؟

أظهرت نتائج الدراسة أن (3.15) من أفراد عينة الدراسة من طلبية الجامعة الأردنية يتأثرون باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة وتعزو الباحثة السبب في ذلك إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تعزز التواصل بين الطلبة، وتقرب المسافات الجغرافية، وتقاسم المعرفة والمعلومات بسهولة، وخلق فرص جديدة للتعليم والتطوير الشخصي، وتعزيز الانفتاح والتفاعل الثقافي بين الطلبة وأن شبكات التواصل الاجتماعي تعد جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية؛ حيث تساهم في بناء العلاقات الاجتماعية والتواصل وتعزز الانتماء الاجتماعي والاندماج في المجتمع.

أما فيما يتعلق بالمجال الديني فنلاحظ أن المتوسط الكلي للمتغير البالغ (3.58) يعكس مستوى مرتفع من الاستخدام وتعود هذه النتيجة إلى القيم والمبادئ الدينية التي ينشأ عليها الطلبة ولذلك فإن القيم الدينية هي التي تحدد أنماط سلوك الفرد وتحركه باعتبارها مرجعاً في الحكم على أفعاله، وإطاراً يحقق تماسك المجتمع، حيث إن المجتمع يهتم بالتواصل بين أفراد الأسرة الواحدة والتواصل مع الأصدقاء والمعارف من مختلف دول العالم ومن ثقافات متعددة.

أما فيما يتعلق بالمجال النفسي نلاحظ أن المتوسط الكلي للمتغير البالغ (3.54) يعكس مستوى مرتفع من الاستخدام وتعود النتيجة إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يعزز الاحساس بالحضور الاجتماعي، حيث ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في إضافة الكثير من النضج على تصرفات مستخدميها، وساعدت شبكات التواصل الاجتماعي الكثير ممن يعانون من مشكلات نفسية في التعامل مع الآخرين والتغلب على هذه المشكلات، وهذا إذا تم استخدام هذه الشبكات بأسلوب إيجابي ومعتدل إلا أنه قد يتخذ منحى آخر غير ذلك إذا زاد استخدام هذه المواقع عن معدل القبول والتحول إلى الإفراط في الاستخدام، وهنا يتحول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى سلوك مرضي وتكون بصدد ظاهرة سلبية خطيرة على حياة الطالب.

وفيما يتعلق بالمجال التربوي والتعليمي نلاحظ أن المتوسط الكلي للمتغير البالغ (3.50) يعكس مستوى مرتفعاً من الاستخدام وتعزو الباحثة السبب في ذلك إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت الطلبة على مشاركة أفكارهم وتسمح لهم بالتعبير بعدة طرق مثل نشر الصور، والمدونات، والمقالات الفردية، ويمكن لطلاب الجامعات أخذ دروس من مواقع التعلم الإلكترونية ومناقشة تعلمهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث يمكن للطلاب الاستفادة من الفيديو المباشر الذي يعد جزءاً من بنائية مواقع هذه الشبكات الاجتماعية للمشاركة في الفصول الدراسية، ويمكن للطلبة مشاركة المواد الدراسية من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك، والواتساب، وهذا يساعد الطالب على أن يتعلم حسب قدرته الفردية وحسب مستواه التعليمي وحسب ظروفه الخاصة، وتبادل المادة العلمية بسهولة بين الطلاب بعضهم البعض، وتساعد عضو هيئة التدريس على التوجيه التعليمي الفوري والمباشر لطلابه خارج فصول الدراسة، وزيادة شعور الطالب بالإنجاز من خلال مساعدته لزملائه الآخرين، وسرعة واستمرارية الاتصال بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس حتى خارج أوقات العمل الرسمية وكذلك بين الطلاب بعضهم البعض.

أما فيما يتعلق بالمجال الاجتماعي فنلاحظ أن المتوسط الكلي للمتغير البالغ (3.58) يعكس مستوى مرتفعاً من الاستخدام وتعزو الباحثة السبب في ذلك إلى أنه من المهم أن يبقى الطلاب على اتصال مع أقرانهم، كذلك يمكن للطلاب تكوين صداقات مع أصدقاء الأصدقاء وإنشاء شبكة قوية ويمكنهم التعرف على العديد من الأصدقاء الجدد والبدء في بناء اتصالات جديدة معهم، علاوة على ذلك فالتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي سيساعد الطلبة في التعرف على الأنشطة والأحداث التي تحدث داخل مؤسساتهم التعليمية والكثير من الفعاليات الثقافية التي تهمهم ويمكنهم المشاركة فيها.

وتتفق الدراسة مع دراسة (عامر، 2017) وقد أظهرت النتائج أن درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي متوسط، واختلفت مع دراسة (العباسية، 2016) أظهرت النتائج أن درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً،

مناقشة نتائج السؤال الثاني والذي نص على: ما مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية؟

أشارت نتائج السؤال الثاني إلى وجود مستوى مرتفع من القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية ويعود السبب في ذلك إلى التزام الأسرة والتنشئة الاجتماعية التي تقوم في كثير من ممارساتها على ترسيخ القيم الأخلاقية في عقول ونفوس الأجيال، وكذلك تظهر هذه النتيجة حجم الدعم والمساندة الاجتماعية التي يحظى بها الطلبة في هذه المرحلة العمرية مما يساهم في تشكيل النظام القيمي للطلبة، كما تدل على تنامي الوعي الأخلاقي لديهم بشكل عام. وقد أشارت النتائج إلى أن القيم الأخلاقية كانت متوسطة في بعض الفقرات ومرتفعة في فقرات أخرى، حيث أشارت النتائج إلى أن القيم الأخلاقية لدى الطلبة كانت متوسطة في الفقرة (8) "أعذر لمن أسأت التعامل معهم دون قصد"، والفقرة (14) "أحترم مشاعر زملائي حتى لو اختلفوا معي في الرأي"، وجاءت مرتفعة في الفقرة (3) "يلعب التزام الأسرة بالقوة الحسنة دوراً كبيراً في تنمية القيم الأخلاقية"، وجاءت مرتفعة جداً في الفقرة (1) أرى أن ضعف الوازع الديني له دور في ضعف القيم الأخلاقية"، وتعزو الباحثة السبب في ذلك إلى أن مجتمعنا مجتمع مسلم ومحافظ، حيث تتشكل كثير من قناعات الفرد وأفكاره وفقاً لمعتقداته الدينية التي يؤمن بها، كما أن طبيعة التنشئة الاجتماعية للطلبة منذ طفولتهم والتي تعمقت معهم حتى مرحلة التعليم الجامعي قامت على الأفكار والمعتقدات الدينية، لذلك يحرص الآباء على تمسك أبنائهم بها، ليجعلوا منها منطلقاً لهم في تحديد أهدافهم وسلوكياتهم في جميع مناحي الحياة، كما يعود ذلك إلى دور الجامعة في تأكيد أهمية التنشئة على المعتقدات الدينية التي تهدف إلى تنمية شخصية الطلبة بصورة شاملة من خلال بعض المساقات التي تعزز القيم الأخلاقية وتعتبر متطلبات إجبارية لجميع التخصصات.

مناقشة نتائج السؤال الثالث والذي نص على: هل تختلف درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف متغيرات الجنس، التخصص، السنة الدراسية؟

فيما يتعلق بمتغير الجنس:

تم إجراء تحليل التباين الثلاثي المتعدد (3-Way MANOVA) تبين أن قيمة (ف) البالغة 30.105 ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبما يدل على وجود فروقات في درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس، كما تبين وجود فروقات في الأبعاد (المجال الديني، والمجال النفسي، والمجال التربوي، والمجال

الاجتماعي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي) تعزى لمتغير الجنس وتميل الفروقات لصالح الإناث في كل مجال كون المتوسط الحسابي للإناث أعلى منه لدى الذكور ويعود السبب في ذلك إلى رغبة الإناث في تمضية الوقت مع صديقاتهن لينتشاركن الأسرار، ويتحدثن عن الموضة، وبالتالي زيادة فرص الإناث في المشاركة، والاهتمام، والمقارنة التي لطالما شكلت محور اهتمام لهن.

فيما يتعلق بالتخصص:

تم إجراء تحليل التباين الثلاثي المتعدد (3-Way MANOVA) تبين أن قيمة (ف) البالغة 3.721 ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 ويدل ذلك على عدم وجود فروقات في درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التخصص، كما تبين وجود فروقات في الأبعاد (المجال الديني لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي)، (والمجال النفسي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي) تعزى لمتغير التخصص وتميل الفروقات لصالح طلبة الكليات الإنسانية في كل مجال كون المتوسط الحسابي لطلبة الكليات الإنسانية أعلى منه لدى طلبة الكليات العلمية ويرجع سبب ذلك إلى طبيعة التخصصات الدراسية بالنسبة لهم، حيث إن طبيعة المقررات في الخطط الدراسية للكليات الإنسانية أقرب إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أن التخصصات العلمية تتضمن مواد علمية بحتة، فالاختلاف في طبيعة الاهتمامات والأهداف التي يسعى كل من الطلبة في الكليات الإنسانية والعلمية لتحقيقها، أما بالنسبة لبُعد المجال التربوي تبين عدم وجود فروقات تعزى لمتغير التخصص وتعزو الباحثة السبب في ذلك إلى أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور كبير في خلق التواصل بين أعداد كبيرة من الناس، إلا أن طبيعة هذا التواصل افتراضي؛ أي غير وجاهي، ولا يتضمن تفاعلاً حقيقياً بينهم، مما يؤثر سلباً على المهارات الاجتماعية عند الطلاب المستخدمين لهذه الشبكات في العملية التعليمية، مما يؤدي إلى إضعاف قدرتهم على التفاعل مع الآخرين وجاهياً وبفعالية، كما أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قِبل الطلاب يلهيهم عن حياتهم الواقعية، وواجباتهم، ومسؤولياتهم التي يتحتم عليهم القيام بها تجاه العائلة أو الأصدقاء.

فيما يتعلق بالمستوى الدراسي:

تم إجراء تحليل التباين الثلاثي (3-Way MANOVA) تبين أن قيمة (ف) البالغة 1.227 ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبما يدل على عدم وجود فروقات في درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى الدراسي، وهذا ينطبق على أبعاد المقياس، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن الطلبة على اختلاف السنوات الدراسية يعيشون ظروفاً تعليمية متشابهة في طبيعتها ومقوماتها، مما يجعلهم يتشابهون في درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

مناقشة نتائج السؤال الرابع والذي نص على: هل يختلف مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية باختلاف متغيرات الجنس، والتخصص، والسنة الدراسية؟

فيما يتعلق بالجنس:

تم إجراء تحليل التباين الثلاثي أحادي المتغيرات (3- WAY ANOVA) تبين أن قيمة (ف) البالغة 50.901 ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبما يدل على وجود فروقات في مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية تعزى لمتغير الجنس، وتميل الفروقات لصالح الإناث في كل مجال كون المتوسط الحسابي للإناث أعلى منه لدى الذكور، ويرجع سبب ذلك إلى تعاضد القيم الأخلاقية عند الإناث وشعورهن بأهميتها، فطبيعة توجه الإناث نحو القيم الأخلاقية يعود لشدة الارتباط والتأثر بالبيئة الأسرية التي تتسم بالعلاقات الاجتماعية والترابط الأسري القوي في المجتمع الأردني، مما ينعكس أثره على الإناث بصورة أكبر لمكوّنهن في البيت بشكل أكبر من الذكور وربما تلعب عملية التنشئة الاجتماعية دوراً واضحاً في ذلك.

فيما يتعلق بالتخصص:

تم إجراء تحليل التباين الثلاثي أحادي المتغيرات (3- WAY ANOVA) تبين أن قيمة (ف) البالغة 1.129 ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبما يدل على عدم وجود فروقات في مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية تعزى لمتغير التخصص ويعود ذلك إلى التنشئة الأسرية والتعليم الجامعي وما له من دور بالغ الأهمية في إكساب الفرد القيم والأخلاق الرفيعة، ووضع الجامعة معايير أخلاقية خاصة بسلوك الطلبة داخل الحرم الجامعي، وحرص الأساتذة الذين يمثلون القدوة في الالتزام الأخلاقي لطلبتهم على وضع معايير تساهم في تشكيل شخصية الطلبة وتقويم سلوكهم.

فيما يتعلق بالمستوى الدراسي:

تم إجراء تحليل التباين الثلاثي أحادي المتغيرات (3- WAY ANOVA) تبين أن قيمة (ف) البالغة 0.567 ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبما يدل على عدم وجود فروقات في مستوى القيم الأخلاقية لدى طلبة الجامعة الأردنية تعزى لمتغير المستوى الدراسي، وهذا ينطبق أيضاً على أبعاد المقياس، لما لها من أثر عظيم على الأفراد فهي تدعو لنشر المحبة والود بين أبناء المجتمع الواحد، وتحض على نبذ الشر والحق والظلم والكرهية، وتدفع الفرد إلى المشاركة في الأعمال الخيرية والتطوعية، والوقوف بجانب الآخرين في السراء والضراء، وتدعو إلى الالتزام بحسن الخلق في تعامله مع البشر جميعهم دون تفرقة بينهم على أساس الأصل، أو الدين، أو اللون، أو العرق، أو الجنس.

مناقشة نتائج السؤال الخامس والذي نص على: هل هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم؟

إن قيمة معامل الارتباط (r) بين درجة استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم بلغت 0.111 وهي علاقة طردية ضعيفة، كما تبين وجود علاقة بين كل مجال من مجالات استخدام طلبة الجامعة الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي تراوحت بين (0.156-0.243) وهي علاقات طردية ضعيفة ويعود السبب في ذلك إلى الإقبال المتزايد في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والذي يؤدي إلى إحداث تأثير على القيم الأخلاقية والتي تعتبر أحد المحددات الرئيسية للشخصية من خلال التأثير على السلوك، كما أنها تتصل بالعديد من جوانب السلوك الأخرى كالاتجاهات والمواقف، بالإضافة

إلى أنها توفر قدراً كبيراً من الحرية دون رقابة أو قيود مما يجعلها مواقع مفتوحة للتعبير عن الآراء السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية بكل صراحة وديمقراطية حيث يمكن لأي شخص أن يعبر عما يجول في نفسه من مشاعر وآراء وأن يتلقى ردود القراء بحيث يشعر أن صوته يمكن أن يصل لجمهور كبير وبالتالي ينمو لديه شعور بالتحقيق الذاتي.

التوصيات:

1. توجيه طلبة الجامعات إلى الاستخدامات الايجابية لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها الفعال في تنمية القيم الأخلاقية من خلال عقد ندوات داخل الجامعة لتسليط الضوء على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية.
2. تفعيل دور الأسرة من خلال قيامها بمراقبة ما يشاهده الشباب من برامج عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتوعيتهم بمدى خطورة الكثير مما يقدم من برامج ودعايات إباحية.
3. إجراء الدراسات التي تتعلق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمتغيرات أخرى مثل: (الاغتراب النفسي، المرونة النفسية).
4. تضمين المناهج الدراسية في الجامعات معلومات حول شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية التعامل معها للاستفادة منها لصالح العملية التعليمية والتعليمية.

المراجع العربية:

الأبيض، محمد وزكي، حسام (2023) دور الجامعة في تعزيز القيم الأخلاقية لدى الشباب وعلاقته بالأمن الفكري لديهم، مجلة العلوم التربوية والإنسانية، جامعة منيا، جمهورية مصر العربية.

بن عودة، سميرة (2021) ما مصير القيم الأخلاقية في ظل خدمات الشبكات الاجتماعية، موسوعة ستانفورد للفلسفة، عُمان.

الجلاد، ماجد (2007) تعلم القيم وتعليمها، ط(2)، دار المسيرة، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية.

ال رضوان، حنان أحمد ورمضان، صلاح أحمد وعبدالوهاب، إيمان (2010) دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنمية حرية التعبير عن الرأي لدى طلاب الجامعة في ضوء المجتمع ما بعد الحداثة، بحث متقدم للمؤتمر العلمي الأول لقسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة بنما، باناما.

رمضان، هالة (2022) أخلاق جديدة تصنعها شبكات التواصل الاجتماعي، الدار المصرية، القاهرة.

جلاد، ماجد (2010) تعلم القيم وتعليمها، ط (4)، دار المسيرة، عمان.

العلي، عقية (2023) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الشباب دراسة تحليلية على عينة عشوائية من طلاب جامعة دمشق، أطروحة دكتوراة، جامعة دمشق، سوريا.

المزين، خالد محمد (2009) القيم الأخلاقية المتضمنة في كتب لغتنا الجميلة للمرحلة الأساسية الدنيا ومدى اكتساب تلاميذ الصف الرابع الاساسي لها، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية بغزة، كلية التربية، غزة، فلسطين.

المصري، إيهاب (2013) القيم التربوية والأخلاقية "مفهومها- أسسها- مصادرها، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.

الموسى، ميمونة عبدالرحمن (2020) واقع المناهج في تزويد الطالب بقيم أخلاقية حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، إدارة البحوث والنشر العلمي (المجلة العلمية)، م(35)، ع(11)، السعودية.

النوبي، م(2011) إدمان الإنترنت ودوافع استخدامه وعلاقتها بالتفاعل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة الموهوبين المصريين والسعوديين (دراسة عبر ثقافية)، مجلة كلية التربية، (ع) 152، جامعة الأزهر.

المراجع الأجنبية:

-Filison, N Steinfield& Lampe (2007) **The benefits of facebook friend; social capital and college students use of online social networks sites**, journal of computer mediated communication, 12(u), (pp) 1143-1168.

-Kedra, K. (2020) **students values and ethical concerns in a biosciences course in higher education**, Democritus University of Greece.

-Kemp, G. and Rachel, R. (2014) **Is facebook linked selfishness? Investigating the relationship among social media us, Empathy and narcissism**, university of North Florida, jacksonville, USA.