

تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية "طلبة الجامعات الأردنية الخاصة
في العاصمة عمان"

Moral Values"Students of Jordanian Private Social Media on The Impact of the Quality of
Universities in Amman"

إعداد

مروة صلاح مهدي

إشراف

الدكتور أحمد السكر/مشرفا رئيسا

الدكتور هيثم العلي/مشرفا مشاركا

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير

في نظم المعلومات الادارية

كلية الأعمال

حزيران / 2017



نموذج (9)

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا

تفويض

نحن الموقعون أدناه، نتعهد بمنح جامعة عمان العربية حرية التصرف في نشر محتوى الرسالة الجامعية، بحيث تعود حقوق الملكية الفكرية لرسالة الماجستير الى الجامعة وفق القوانين والأنظمة والتعليمات المتعلقة بالملكية الفكرية وبراءة الاختراع.

الطالبة	المشرف المشارك	المشرف الرئيسي
مرورة صلاح مهدي	هيثم العلي	د. احمد السكر
التوقيع:	التوقيع:	التوقيع:
التاريخ:	التاريخ:	التاريخ:

قرار لجنة المناقشة

نُوقِشت هذه الرسالة والمقدمة من الطالبة: مروة صلاح مهدي

وعنوانها: تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية "طلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان"

وأجيزت بتاريخ: 2017/6/11

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع		الاسم
	مشرفاً / رئيساً	د. احمد السكر
	مشرفاً / مشاركاً	د. هيثم العلي
	عضواً / داخلياً	د. مفلح الجراح
	عضواً / خارجياً	د. فوزي الطعاني

مروة صلاح مهدي

شكر وتقدير

أشكر ربي على نعمتك وفضلك الذي مننت على به بأن وفقني في إنجاز هذا العمل.

أتقدم بالشكر والتقدير إلى أساتذتي الفاضلين الدكتور أحمد السكر والدكتور هيثم العلي على تفضلهما بالأشراف على هذه الرسالة.

كما أتقدم بالشكر والاحترام للسادة أعضاء لجنة المناقشة لما بذلوه من جهد في قراءة رسالتي هذه، وأعضاء الهيئة التدريسية وكافة العاملين الآخرين في جامعة عمان العربية.

متمنيةً للجميع الصحة الدائمة

الباحثة

الموضوعات

الموضوع
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1-1: المقدمة
2-1: مشكلة الدراسة
3-1: اسئلة الدراسة
4-1: فرضيات الدراسة
5-1: أمودج الدراسة
6-1: التعريفات الإجرائية
7-1: أهمية الدراسة
8-1: محددات الدراسة وحدودها
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
1-2: الإطار النظري
2-2: مواقع التواصل الاجتماعي
1-2-2: مساوى وفوائد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

3-2: الفيس بوك نشأة واستخداماته
1-3-2: تأثير الفيس بوك على الشباب من الناحية الدينية والثقافية والقيم
2-3-2: استخدام الفيس بوك في عملية التعليم
4-2: جودة مواقع التواصل الاجتماعي
5-2: جودة الموقع (جودة النظام)
1-5-2: معايير تقييم جودة الموقع الإلكتروني
6-2: جودة المحتوى (جودة المعلومات)
1-6-2: أنواع من المحتوى لتحويل المستخدمين الى عملاء
2-6-2: معايير تقويم جودة المحتوى في المواقع الإلكترونية من قبل المستخدم
7-2: جودة الخدمة
1-7-2: ابعاد جودة الخدمة الإلكترونية
8-2: الروابط الاجتماعية
1-8-2: اسباب ضعف العلاقات الاجتماعية
9-2: الثقافة
1-9-2: فوائد الثقافة
10-2: الاستخدام
11-2: الرضا

12-2:القيم الاخلاقية
1-12-2: اهمية وفوائد القيم الاخلاقية
13-2: الدراسات السابقة
1-13-2: دراسات باللغة العربية
2-13-2: دراسات باللغة الأجنبية
الفصل الثالث : منهجية الدراسة
1-3:منهج الدراسة
2-3:مصادر جمع البيانات والمعلومات
3-3:مجتمع الدراسة
4-3: عينة الدراسة
1-4-3: خصائص عينة الدراسة
5-3:أداة الدراسة
6-3: الأهمية النسبية
7-3: صدق الاستبانة
8-3: ثبات الاستبانة
9-3: الأساليب الإحصائية المستخدمة

الفصل الرابع: نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات
1-4: عرض نتائج الدراسة
1-1-4: نتائج الإحصاء الوصفي
2-4: مناقشة الفرضيات
الفصل الخامس : الاستنتاجات والتوصيات
1-5: مناقشة النتائج
2-5: الاستنتاجات
3-5: التوصيات
المراجع
المراجع العربية
المراجع الأجنبية
المصادر الإلكترونية

قائمة الجداول

الرقم	الجدول
1	مراجع بناء نموذج دراسة المتغير المستقل والوسيط والتابع
2	الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان
3	توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي
4	توزيع عينة الدراسة حسب العمر
5	يبين توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية
6	يبين توزيع عينة الدراسة حسب برنامج الدراسة الحالي
7	يبين توزيع عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة في استخدامك للفييس بوك
8	يبين توزيع عينة الدراسة حسب عدد مرات استخدام الفييس بوك
9	يبين توزيع عينة الدراسة حسب الهدف من استخدامك للفييس بوك
10	يبين توزيع عينة الدراسة حسب النشاطات التي يقومون بها اثناء استخدام الفييس بوك
11	مقياس ليكرت الخماسي
12	الأهمية النسبية

نتائج اختبار الفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة	13
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة مواقع التواصل الاجتماعي	14
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير جودة المعلومات (جودة المحتوى)	15
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير جودة الخدمة	16
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الروابط الاجتماعية	17
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الثقافة	18
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الاستخدام	19
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الرضا	20
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير القيم الاخلاقية	21
نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين جودة مواقع التواصل الاجتماعي بأبعادها (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) والقيم الأخلاقية	22
نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لقياس تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية	23

نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد بين جودة مواقع التواصل الاجتماعي بأبعادها والعوامل الشخصية (الاستخدام)	24
نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد، لقياس تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على العوامل الشخصية (الاستخدام)	25
نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين جودة مواقع التواصل الاجتماعي بأبعادها (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) والعوامل الشخصية (الرضا)	26
نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد، لقياس تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على العوامل الشخصية (الرضا)	27
نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين العوامل الشخصية والقيم الاخلاقية	28
نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد، لقياس تأثير العوامل الشخصية (الاستخدام، الرضا) على القيم الاخلاقية	29
أثر المتغيرات المستقلة (الكلي والغير المباشر) على المتغير التابع (القيم الاخلاقية) من خلال المتغيرين الوسيط (الرضا، الاستخدام)	30

قائمة الاشكال

الرقم	المحتوى
1	أهمودج الدراسة
2	التأثير المباشر لجودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية
3	التأثير غير المباشر لجودة مواقع التواصل لاجتماعي عن طريق الوسيط (الاستخدام، الرضا) على القيم الاخلاقية

قائمة الملاحق

الرقم	المحتوى
1	الاستبانة
2	اسماء المحكمين

تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية

"طلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان"

إعداد

مروة صلاح مهدي

إشراف

الدكتور أحمد السكر/مشرفا رئيسا

الدكتور هيثم العلي/مشرفا مشاركا

الملخص

هدفت الدراسة للتعرف على تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية لطلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان. تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة. تكونت عينة الدراسة من (200) طالب وطالبة. طورت الباحثة استبانة كأداة لجمع البيانات، حيث تم توزيع (200) استبانة واسترد منها (176) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي. وبعد إجراء عملية التحليل الإحصائي توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج وأبرزها:

1. لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة الخدمة) على الوسيط (الاستخدام).

2. يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة على الوسيط (الرضا).

3. يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي) جودة المحتوى (جودة المعلومات) ، الروابط الاجتماعية) على الوسيط (الاستخدام).

وقد أوصت الباحثة بضرورة إجراء مزيد من الدراسات في جودة مواقع التواصل الاجتماعي والعمل على تطويرها.

The Impact Of The Quality Of Social Media On Moral Values "Students Of Jordanian Private Universities In Amman"

Prepared by:

Marwah Salah Mahdi

Supervised by:

Dr. Ahmmad Al-Sokkar

Dr. Haitham Al-Ali

Abstract

The purpose of this study is to examine the impact of the quality of social media on moral values "students of Jordanian private universities in Amman". The population of the study includes students of Jordanian private universities in Amman. The sample of the study includes students of Jordanian private universities in Amman. The researcher developed a questionnaire for data collection. (200) questionnaires were distributed. Whereas, (176) were valid for the statistically analysis. The results of the study were as follows:

1. There is no impact with statistically significance at significance level ($\alpha=0.05$) of the quality of social media (system quality, Content quality (information quality), service quality, relationship, culture) on moral values.
2. There is no impact with statistically significance at significance level ($\alpha=0.05$) of the quality of social media (system quality, Content quality (information quality), service quality, relationship, culture) on personal factors (usage, satisfaction).
3. There is no impact with statistically significance at significance level ($\alpha=0.05$) of the personal factors (usage, satisfaction) on moral values.

In light of these findings, the researcher proposed a number of recommendations in order to develop the quality of social media on moral values.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة (Introduction)

يتخطى المجتمع المعاصر، والعالم الآن بداية عصر جديد يطلق عليه عصر المعلوماتية، ولقد تطورت المجتمعات المعاصرة الحديثة من مجرد مجتمعات تهتم بالسلع، والخدمات إلى مجتمعات تهتم بقطاع المعلومات، وإن النمو السريع لكمية المعلومات أدى إلى ظهور ثورة المعلومات، وقد صاحبت ثورة المعلوماتية هذه ثورة أخرى تسمى بثورة الاتصالات، وذلك من خلال ظهور الحاسبات الإلكترونية. (الجمال، 2013)

يعتبر الفضاء الافتراضي (الإنترنت) من أهم إنجازات ثورة المعلوماتية، والاتصالات التي شهدتها العالم في القرن الماضي. (المصليحي، 2012)، والتي ظهرت لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية. مع تنامي اعتماد الأفراد على الإنترنت، والتطور الكبير ظهرت ما يُسمى بمواقع الويب، والتي تعددت استخدامها، وذلك من خلال التصفح للبريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، والرسائل النصية، والفورية، والمنتديات، وهذا أدى إلى ظهور ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي التي تعد من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات، والأكثرها شعبية، وانتشاراً على الإنترنت لما تمتلك من خصائص تميزها. (جيوسي، 2015) كقصر الوقت للوصول إليها، والتكلفة الأقل.

وتعتبر أشهر مواقع التواصل الاجتماعي هي الفيس بوك، اليوتيوب، ماي سبيس، توتير، وانستجرام (السكر، 2013، ص5). وصولاً إلى ظهور تطبيقات الهاتف المحمول، والتي تأتي أكثرها انتشاراً الواتس آب، تانجو، فايبر، سكايب، ولينكد إن.

وفي الأردن تنتشر خمس مواقع للتواصل الاجتماعي بشكل كبير جداً بين المستخدمين، وعلى رأسها الفيس بوك، ومن ثم الواتس اب، اليوتيوب، الأنستجرام، وتوتير، واحتلت الأردن المرتبة الثانية في البلدان العربية في استخدام موقع الفيس بوك (<http://hashtagarabi.com/15799,2015>).

الهدف من وجود مواقع التواصل الاجتماعي هو الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور في العالم، وتفاعل الأشخاص مع غيرهم من خلال الأنشطة المتاحة. (المصيلحي، 2012) تبادل السلوك مع الآخرين، والتعلم لأنواع مختلفة من السلوك، الاكتساب للخبرات عند التعامل مع الجمهور سواء أكانت هذه الخبرات إيجابية أو سلبية، متابعة آخر الاخبار سواء أكانت أخبار الأصدقاء أو المشاهير أو أخبار العالم، ومشاركة الصور، ومشاهدة مواقع الفيديو، والاستماع إلى الموسيقى، وعلى ما سبق أن يكون لهذه المواقع الاجتماعية جودة عالية، وممتازة وذلك لأن للجودة وتحقيقها ودقتها دور كبير لتحقيق الرضا العالي لمستخدميها. تعتبر الأنشطة المتعددة الأشكال التي يقوم بها، ويمارسها المستخدمون في مواقع التواصل الاجتماعي سواء أكانت هذه الأنشطة أنشطة ثقافية أو أنشطة اجتماعية أو أنشطة فنية من الأمور المهمة جداً لإيجاد، وتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى فئة الشباب، وذلك من خلال القيام بغرس، وتنمية القيم، والمعايير الاجتماعية في نفوسهم، وتلعب القيم الأخلاقية دوراً هاماً في العلوم الإنسانية، والاجتماعية في تشكيل شخصية الفرد، وتحديد سلوكه، وأهدافه. (عبد الرؤوف، 2013)، والتي تختلف هذه القيم من مجتمع إلى آخر، ومن فرد لآخر فهي مرتبطة بالضمير الحي للمستخدم في النسق الاجتماعي.

2.1 مشكلة الدراسة (Research Problem):

مما لا شك فيه أن التكنولوجيا الحديثة، واستخداماتها، والانتشار الواسع لها خصوصاً مواقع، وبرامج التواصل الاجتماعي لها العديد من التأثيرات على اتجاهات، وسلوكيات المستخدمين بشكل عام، سواء كان تأثيراً سلبياً أو إيجابياً.

جاء موضوع الرسالة للبحث بشكل أعمق لتأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي، والروابط الاجتماعية، والثقافية على القيم الأخلاقية لطلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان. أن العديد من البحوث، والدراسات تطرقت لدراسة مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرها لكن القلة منها ذكر تأثيرها على القيم بشكل عام، ولم يتم التطرق الى مواقع، وبرامج التواصل الاجتماعي لا سيما الفيس بوك، وتويتر، وماي سبيس بين طلاب الجامعات؛ حيث انهم يتواصلون عبر هذه المواقع للتعرف على بعضهم البعض، ومعرفة أيضاً أهم الأخبار بجميع أنواعها. (إبراهيم، 2014)

وبالرغم من وجود الأنظمة، والضوابط الأخلاقية للمواقع الاجتماعية، وبرامج الاتصال فهي لا تعتبر ضوابط صريحة، حيث انه لا توجد طرق أو، وسائل أو مناهج محددة يحذر منها المستخدم للمساوئ التي قد تصل إليه عنوة، وتجنب المخاطر التي قد يتعرض لها (نفسية، اخلاقية، مادية)، وعدم، وجود إرشادات، وتعليمات صريحة لكيفية استخدام هذه المواقع بشكل غير مسيء للآخرين.

أن الغرض من هذه الدراسة هو التعرف على مدى تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية، والذي من خلاله نستطيع معرفة التأثيرات السلبية أو الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان، ومعرفة مدى تأثر الطلبة بمثل هذه المواقع من خلال معرفة مدى تأثير عناصر الدراسة على القيم الأخلاقية لدى المستخدمين، وكيفية توظيفها توظيفاً ايجابياً، وذلك من خلال النتائج، والتوصيات التي توصلت إليها الباحثة.

1-3 اسئلة الدراسة (Research Questions):

ولتحقيق غرض الدراسة سنحاول الاجابة على الأسئلة الآتية:

1) ما هو مدى تأثير جوده مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية للطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة؟

ما هو تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على الاستخدام؟

3)- ما هو تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على الرضا؟

4-1 فرضيات الدراسة (Research Hypothesis):

الفرضية الأولى: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) على القيم الأخلاقية.

الفرضية الثانية: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) على العوامل الشخصية (الاستخدام، الرضا).

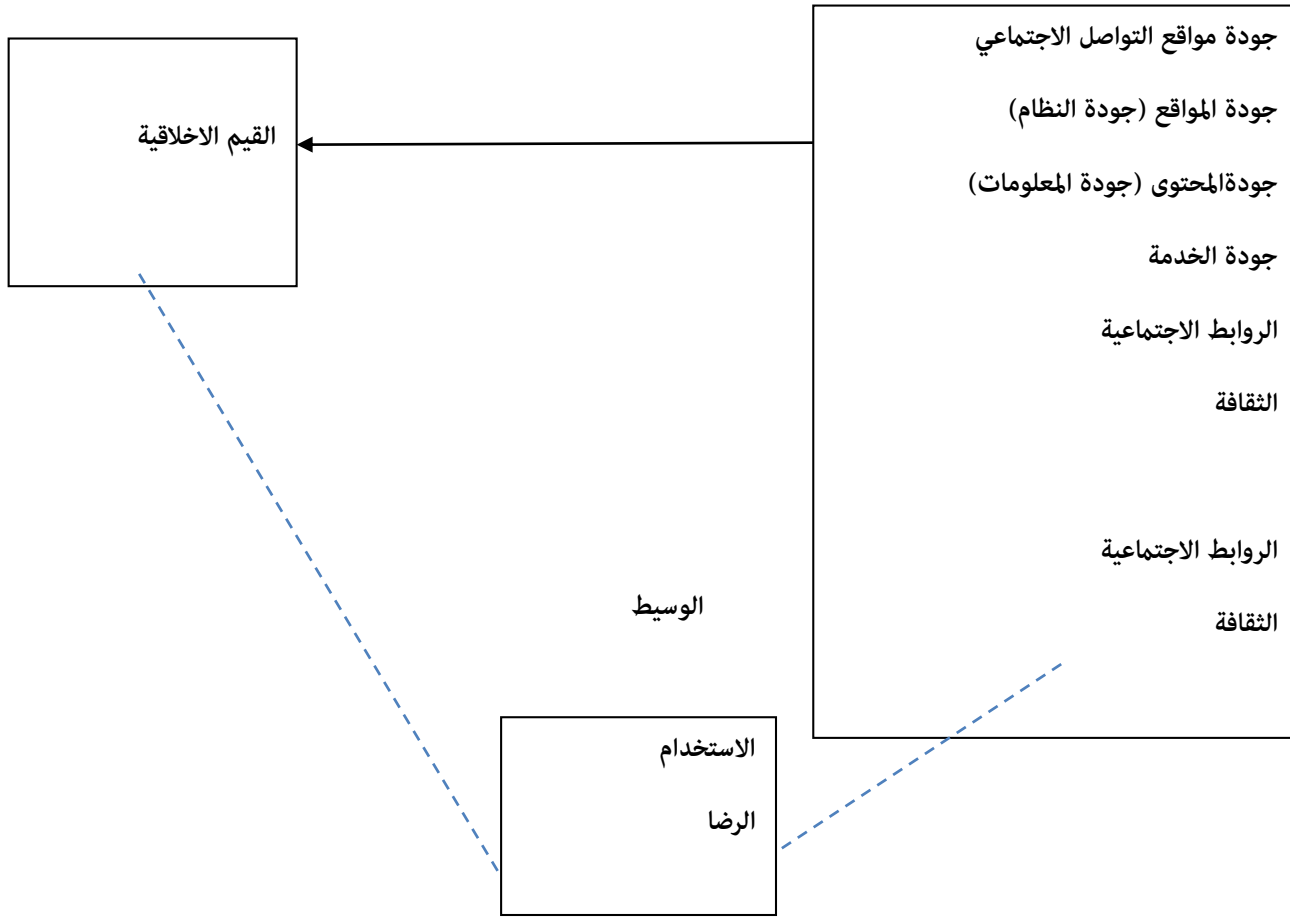
الفرضية الثالثة: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) للعوامل الشخصية (الاستخدام، الرضا) على القيم الاخلاقية.

5-1 (Research Model) :أهمودج الدراسة

يوضح شكل رقم (1) نموذج الدراسة الذي أعدته الباحثة كما يلي:

الشكل (1): نموذج الدراسة من إعداد الباحثة بالاعتماد على جدول رقم (1)

المتغير المستقل المتغير التابع



الجدول (1) مراجع بناء نموذج دراسة المتغير المستقل، والوسيط، والتابع

متغيرات الدراسة	المراجع، والدراسات
المتغير المستقل: عوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي	الطاهر (1988). دافيدوف (2000). نور الدين (2007). الطراونة (2011). عبدة (2012). العزة (2012). العدواني (2015). عماد (2015). Delone (2003). Edward (1871). Seddon (2011). Perez-Mira (2012). Delone (2004).
المتغير الوسيط: الاستخدام، والرضا	نور الدين (2007)، الطراونة (2011)، عبدة (2012)، العدواني (2015)، Seddon (2011)، Perez-Mira (2012)
المتغير التابع: القيم الاخلاقية	العاجز (1999)، مرتجي (2004).

(Procedural Definitions) : التعريفات الإجرائية 6-1

جودة الموقع (جودة النظام): هو الاختلاف بين ما هو موجود فعلياً من خصائص كوضوح المعلومات، والتعليمات، ووضوح كتابتها، سرعة التحميل للصفحة، الموثوقية، وإمكانية الوصول إلى الموقع على مدار 24 ساعة، وبينما يجب أن يكون عليه.

جودة المعلومات (جودة المحتوى): هو الاختلاف بين ما هو موجود فعلياً من جودة للمعلومات المنشورة (كنصوص، صور، أصوات، دقة، صحة، وتغطية)، وبينما يجب أن يكون عليه.

جودة الخدمة: درجة الخدمات التي يمكن الحصول عليها إلكترونياً، والتي تسهم في إشباع رغبات، وحاجات، ومتطلبات المستخدم، وتصل إلى توقعاته.

الروابط الاجتماعية: العلاقات المختلفة الموجودة بين أفراد المجتمعات من (إعجاب، حب، أخوة، مساعدة، احترام، التفقد، والزيارة).

الثقافة: مجموعة من العادات، التقاليد، المعتقدات، والافكار التي توجه سلوك الفرد، والمجتمع، والتي أطلق عليها الموروث الاجتماعي أو المخزون الثقافي. (عماد، 2006)

الاستخدام: مدى اعتماد المستفيدين على مخرجات النظام في إدائهم لمهامهم، وقدرة الموقع على توفير تلك المخرجات بشكل كفوء.

الرضا: العنصر الأكثر أهمية في قبول ما هو موجود من مواصفات، ومحتوى، ونتائج الموقع، وبينما هو عليه لإرضاء توقعات المستخدم.

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

7-1 أهمية الدراسة (Significance of the Study):

تبرز أهمية الدراسة في جانبين هما الجانب النظري، والجانب العملي (التطبيقي):

الأهمية النظرية: إثراء البحث العلمي، والدراسات التي تختص في مواقع التواصل الاجتماعي، وجودتها، وخاصةً فيما يتعلق بأثرها على القيم الأخلاقية للمستخدمين.

الأهمية العملية: معرفة أهم المتغيرات التي تؤثر في جودة مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي التركيز عليها، والتي ترتبط ارتباطاً مباشراً بتأثيرها على القيم الأخلاقية للأفراد من الناحية الإيجابية حيث تسهم هذه الدراسة في التركيز على أهم العوامل سواء كانت عوامل تقنية أو ثقافية أو اجتماعية في تنمية، وصقل الجانب الأخلاقي الإيجابي لدى المستخدمين.

8-1 محددات الدراسة، وحدودها (Limitations and Delimitations of the Study):

الحدود الزمنية: سوف تجرى الدراسة خلال العام 2016/2017.

الحدود المكانية: سيتم تطبيق الدراسة على الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمّان، وبالباغ عددھا (8) جامعات.

الحدود البشرية: سيتم تطبيق الدراسة على الطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمّان.

الحدود العملية: يتحدد بأدوات البحث، وهي أثر جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) على القيم الأخلاقية.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الإطار النظري: 1-2

يتناول هذا الفصل الأدب النظري المتعلق بجودة مواقع التواصل الاجتماعي مفهومها، ومتغيراتها، وعناصرها، كما يتناول القيم الأخلاقية مفهومها، ومصادرها، وخصائصها من خلال الدراسات، والأدب السابق، والمراجع العلمية.

مواقع التواصل الاجتماعي: 2-2

بدأت ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي في منتصف التسعينيات عن طريق ظهور موقع SixDegress.com عام 1997 وكان أول موقع يتيح الفرصة بوضع ملفات شخصية لمستخدمي الرسائل مع باقي المشتركين في الموقع، ومن ثم ظهرت مواقع التواصل الأخرى بالتدريج، ويمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الإلكترونية. (نعيسة، 2014)، والتي تعتبر الركيزة الأساسية للأعلام الجديد أو البديل، تقوم بفكرة بناء مجتمعات حية على الانترنت تتيح التواصل لمستخدميها، والتعرف على بعضهم البعض، والتفاعل، وتبادل البيانات فيما بينهم في أي مكان في العالم وفي أي وقت كان. (السكر، 2013)، وقد تطور مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي الى حد كبير نتيجة النمو السريع على شبكة الانترنت، وأصبح يشمل كل، وسائل الاتصال الإلكتروني الموجودة خلال القرن الحادي، والعشرين، والتي تشمل المدونات، الرسائل الفورية، الفيس بوك، ماي سبيس، تويتر، ييبو، وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي. (الجمال، 2013)

ولقد استخدم له العديد من المصطلحات منها (مواقع التواصل الاجتماعي/ شبكات التواصل الاجتماعي/ مواقع التواصل الإلكترونية/ موقع الشبكة الاجتماعية/ شبكات اجتماعية).

1-2-1 مساوي وفوائد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

المساوي:

الأخطار الصحية: هنالك العديد من الأخطار الصحية التي يتعرض لها الشخص خلال استخدامه للإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل هائل، ومن هذه الأخطار:

ارهاق العين، وما يسمى بالإجهاد البصري بسبب الإشعاعات المنبعثة من جهاز المستخدم، وعادةً ما تنتهي بالضعف البصري (قصر البصر)، والارهاق الكامل للعين، ومن أهم أمراض العين التي قد يتعرض لها جفاف العينين، والتهيج مصحوباً بحكة، ودموع.

الجلوس بالشكل الخاطئ لفترات طويلة تؤدي إلى التقوسات، وآلام في أسفل الظهر، والمشكلات العضلية الهيكلية، وظهور ارتكاسات نفسية كتحريك الأصابع بصورة مستمرة، والارتعاش.

التوتر، وارهاق الجسد، والقلب.

الصداع، والأرق، واضطرابات النوم التي تؤدي إلى النوم لعدد قليل جداً من الساعات المخصصة للفرد، وذلك حسب عمره.

إقامة العلاقات العاطفية، والخاصة بين الشباب، والفتيات، وهذا ما يشكل أكبر خطر على اخلاقيات الشباب من الجنسين على حد سواء، وذلك لأنه يشكل خطر كبير لما يحمل من كذب، وتصنع، وتمثيل.

الانعزال عن العالم الواقعي: حيث تصفح المواقع يؤدي إلى عزل الشباب عن، واقعهم الاسري، وغربتهم عنه، وعادةً ما تؤدي هذه العزلة إلى الاكتئاب، والهروب من مسؤولياته، وأنهم يتعايشون مع العالم الوهمي، والافتراضي الذي يحتوي على الكذب، والوهم بشكل أكبر، وخاصة في جانب المحادثة، والدردشة، والبريد الإلكتروني الذي يمكن الشباب من خلاله إخفاء الشخصية بالتمثيل بانه بنت، والعكس أيضاً.

التعرف على أساليب الإرهاب، والتخريب، والإنسلاك نحو المذاهب الهدامة.

وسيلة للابتزاز، والتشهير بكثير من الشخصيات الاجتماعية، وذلك من خلال الدم، والتحقيق، والتزوير، والتشهير بتفاصيل الحياة الخاصة.

وجود بعض المواقع لترويج الأفكار الضالة، والسيئة، وهذا ما يؤدي الى الانحرافات الفكرية لدى الشباب ممن لا يملكون الفكر، وانتشار الفساد، وزرع القيم الفاسدة.

الفوائد:

للاستخدامات الشخصية، وذلك من خلال سهوله التواصل الاجتماعي، وبناء العلاقات الاجتماعية، وامكانية الوصول الى أكبر عدد من الناس، والجمهور في جميع، ومختلف انحاء العالم، والتحاور مع القريب، والبعيد، والتعارف عن طريق برامج المحادثات بسهولة، وسرعة، وأقل تكلفة من خلال الارسال، والاستقبال للرسائل المكتوبة، وضافة عنصري الصورة، والصوت.

وسيلة للتعبير عن الذات، ومشاركة الأفكار الخاصة حيث يمكن لجميع المستخدمين بدون النظر الى ديانتهم أو لغاتهم أو جنسياتهم التواصل مع الجميع.

وسيلة لاكتساب المعرفة، والمهارات، والكفاءات، والتعليم، والاستفادة منها في الجوانب العلميّة، وبذلك عن طريق امكانية القراءة لمختلف أنواع الكتب الإلكترونية، والاطلاع على البحوث، وزيارة مواقع المكتبات فكل ذلك يؤدي الى السرعة في التعليم، وتبادل المعارف عبر المواقع حيث أصبح التعليم الإلكتروني ضرورياً، وليس اختياراً.

اعطاء التعليم الصبغة العالمية، والخروج من الإطار المحلي، والتعليم التقليدي، وذلك عن طريق ايجاد فصل بدون حائط.

الحرية طريق الإبداع حيث تفتح أبواباً تمكن من إطلاق الإبداعات، والمشاريع التي تحقق الأهداف، وتساعد المجتمع على التطور، والنمو، والتقدم.

وسيلة للخروج، والتغلب من العزلة.

وسيلة للدعاية، والإعلان.

2-3 الفيس بوك نشأته، واستخداماته:

يعتبر موقع الفيس بوك أحد طرق الاتصال الاجتماعي الحديث بين البشر في عالمنا المعاصر، والذي يمكن الدخول إليه مجاناً، قام بتأسيس هذا الموقع طالب في جامعة هارفارد يدعى مارك زوكربيج، والذي يعتبر مؤسس هذه الشبكة، والذي تم اطلاقه في بداية العقد الماضي في فبراير 2004. (عبد الله، 2007) وقد استمر استخدام هذا الموقع فقط لطلبة الجامعات، والمدارس الثانوية لمدة عامين، وفي عام 2006 قرر زوكربيج أن يفتح أبوابه لجميع المستخدمين (المصليحي، 2012، ص 15). لقد كان هذا الموقع بداية انطلاق لمرحلة "ما بعد التفاعلية" في تطبيقات الانترنت، فهو لم يكن مجرد موقع لنشر الصور، والفيديوهات، والأفكار، والتفاعل للمستخدم مع ما يقوم بنشره؛ بل أصبح واحداً من أهم الهياكل الافتراضية الاجتماعية في العالم.

ويستطيع الفيس بوك أن يقدم الكثير من الخدمات للمستخدمين له المتمثلة في خاصية الصور، خاصية الفيديو، وخاصية الإعلان، خاصية إنشاء المجموعات، خاصية الملاحظات.

وتنبع أهمية الفيس بوك، وذلك من خلال حجم عضوية الأفراد الذين يستخدمونه، وحجم المعلومات الهائلة الموجودة على صفحاته، ومن استخدامات الفيس بوك التواصل مع الأصدقاء، ومتابعتهم، والمتابعة للمشهورين، وغيرهم، إرسال الرسائل الفورية، والنصية، التعليم، الثقافة، المشاركة في السياسة، والتسويق، وبسبب هذه المميزات، وأكثر استطاع هذا الموقع أن يتأثر قائمة المواقع الاجتماعية كافة متفوقاً على تويتر، وجوجل، وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعية.

2-3-1 تأثير الفيس بوك على الشباب من الناحية الدينية، والناحية الثقافية، والقيم:

من الناحية الدينية: الانشغال عن اداء الفرائض، قبول طلبات الصداقة لكلا الجنسين، استقبال منشورات قد تحتوي على صور أو مقاطع غير لائقة، الدخول إلى المواقع المحجوبة (المحظورة) حيث قررت شركة الفيسبوك على منع نشر محتويات اباحية عبر منصاتها بعد العديد من الشكاوى، وخاصة دون اذن المستخدم.

من ناحية الثقافة، والقيم: يقلل من التواصل مع المجتمع الحقيقي كالأهل، والأصدقاء، التديني للمستوى الدراسي، اعطاء بيانات شخصية عن الغير، تغير الثقافات، والاهتمامات لدى المستخدمين، وتكوين العلاقات، والصداقات الوهمية، والخيالية مع الجنس الآخر.

2-3-2 استخدام الفيس بوك في عملية التعليم:

يعد ادمان مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة، وموقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) بصفة خاصة حالة من حالات الاستخدام المرضي التي حولت العالم الى قرية صغيرة بلا أسوار، وامتدت هذه القرية بثقافة دون حواجز، فاستخدام الفيس بوك أصبح، واقعاً والتكنولوجيا أصبحت جزءاً مهماً للطالب فلا بد من استخدامها في تحسين، ورفع المستوى التعليمي. ففي الأول لا بد أن يقوم عضو الهيئة التدريسية بإنشاء صفحة عامة أو ملف شخصي مخصص للاستخدام التعليمي فقط، ومن أهم استخدامات الفيس بوك في التعليم هو نشر الجداول الدراسية، وجداول الاختبارات، والمسابقات، ومواعيدها، وصف المقررات الدراسية، ووضع المحاضرات، وضع العديد من الكتب العلمية للطلبة للاستفادة منها، وضع نماذج للأسئلة ووضع موعد الامتحان، وموعد المحاضرة، متابعة الانشطة الطلابية، ووضع الاسئلة، والاستفسارات من قبل عضو هيئة التدريس، والطلبة الآخرين.

4-2 جودة مواقع التواصل الاجتماعي:

والتي تعني طبيعة الشخص أو (Qualitas) ومعناها اللاتيني (Quality)، ويرجع مفهوم الجودة الى الشيء، ودرجة صلابته، وقديماً كانت تعني الدقة، والاتقان، وذلك من خلال قيامهم بأعمال الآثار التاريخية، والدينية من تماثيل، وقصور، وقلاع لأغراض المباهاة، والتعظيم، والتفاخر. (الشعار، 2008)، وقد تطور مفهوم الجودة تاريخياً حيث كانت تعني الفحص، والسيطرة على المواصفات حتى نهاية القرن العشرين تقريباً، اما الآن فالجودة تعني جودة المنتج، والخدمة كما يدركها المستخدم لهم. (العلي، 2008)

وجودة مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مجموعة من المعايير، والمزايا، والخصائص لخدمات مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تسهم في اشباع حاجات، ورغبات المستخدم، والتي تصل إلى توقعاته. (عبوي، 2006)

5-2 جودة الموقع (جودة النظام):

خدمة الملائمة، والمرونة للموقع الإلكتروني، وهي عبارة عن الاجراءات الفنيّة، والتعليمية، والانشطة، والعمليات التي يلزم القيام بها في تصميم الموقع الإلكتروني، وتطويره، والاشراف عليه، وإدارته بكفاءة عالية من أجل سهولة التعامل معه.

معايير تقييم جودة الموقع الإلكتروني: 1-5-2

اختلفت الآراء في تحديد معايير تقييم جودة المواقع الإلكترونية بسبب التخصصات، والتوجهات العلمية، ولكن يمكن تحديد أهم هذه المعايير، وهي: المحتوى، التصميم، التنظيم أو الترتيب، سهولة التعامل. (العزة، 2012)

المحتوى: ويشمل المعاصرة، وهو مقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي، والتحديث المستمر، والدائم، معرفة تاريخ ظهور الملف الإلكتروني، مواعيد التحديث، التغطية المعرفية، والموضوعية، والابتعاد عن اشكال التحريف الذي يؤدي الى فقدان المصدقية للموقع الإلكتروني. التصميم: إظهار الموقع الإلكتروني بأبهى صورة بحيث يجذب المستخدم إليه كجاذبية الشكل، النص، اللون، الصوت، الصور، والفيديو، وذلك من اجل مكوته اطول مدة ممكنة، وتكرار زيارته مرات أخرى.

التنظيم أو الترتيب: يعتبر من أهم عناصر عملية التقويم، والذي يعني المنهجية الواضحة، والمنظمة، مثل الفهرس، خريطة الموقع، الترتيب الزمني أو الأبجدي، الروابط، والهيكل التنظيمي، وذلك من أجل تسهيل مهمة المستخدم.

سهولة التعامل: سهولة استخدام الموقع الإلكتروني من قبل المستخدم بغض النظر عن خلفيته العلمية للحصول على المعلومة المطلوبة بأقل قدر من الوقت، والجهد؛ مما يحفز على معاودة الاستخدام، وهذا يزيد من قيمة الموقع الإلكتروني.

2-6 جودة المحتوى (جودة المعلومات):

معايير ومواصفات تحدد مدى توافق الخدمة مع حاجة المستخدم، وعليه فان المحتوى (المعلومات) لا يكون لها قيمة استعمالية إلا إذا كانت صحيحة، ودقيقة، ومطابقة لحاجة المستخدم، والذي يستخدمها في مجال معين لحل مشكلة ما أو لقضاء حاجة. حيث أن المحتوى للمعلومات يجب أن تكون دائماً محدثة، ودقيقة، وكافية.

لم تكن جودة المعلومات، وليدة الانترنت، وإنما كانت تشكل في كل أنظمة المعلومات التقليدية في مختلف مراحل تطورها، وذلك من أجل خدمة القراء. حيث هنالك خمسة أنواع من المحتوى الإلكتروني، وهي: صفحات طرح، ومناقشة الآراء، صفحات الأعمال، والتسويق، صفحات الأخبار، صفحات تقديم المعلومات، وصفحات البيانات الشخصية.

2-6-1 أنواع من المحتوى لتحويل المستخدمين إلى عملاء:

هنالك خمسة أنواع من المحتوى لتحويل متابعيك إلى عملاء، وهي:

(1) المحتوى الفكاهي الترفيهي: وهو من أجل التسلية، والمرح، وخلق روح الدعابة، ورسم البسمة على، وجوه مستخدمييه مع المحافظة على التوازن، والابتعاد عن الاستهزاء عند القيام بإعداد مادة فكاهية للتواصل مع المتابعين.

(2) المحتوى التعليمي: وذلك عن طريق نشر الصور، والفيديوهات التعليمية لتعلم مثلاً، وصفة طبخ معينة أو لتعلم مادة أو موضوع معين أو مقالات تتضمن نصائح مفيدة.

(3) -المحتوى النقاشي: بالأول هل لديك متابعين على الفيس بوك، وتويتر؟ إذا كانت الإجابة نعم فأنت تتمتع بجمهور متابع جيد، وعليك خلق حوار مباشر معهم من أجل التعليق، والمشاركة في النقاشات.

(4) المحتوى الملهم على التفكير: وهو خلق حوار بين الجمهور، والتحفيز على التواصل، والتفاعل معك باستمرار، وذلك عن طريق الأخبار العامة للمجتمع مثل: الدين، والسياسة.

(5) -المحتوى الترويجي: وهو المحتوى الذي، وجد من أجل التسويق للمنتجات، والخدمات عبر الفضاء، ولكن يجب أن لا تكون المادة كلها تجارية فيجب أن تكون علمية، وملهمة، ونقاشية أيضاً في الوقت نفسه.

2-6-2 معايير تقويم جودة المحتوى (جودة المعلومات) في المواقع الإلكترونية من قبل المستخدم: (العزة، 2013، ص4).

القيمة الاستعمالية: الغاية من المعلومات هو الاستعمال، بالتالي لا قيمة، ولا معنى لأي معلومة الا في حدود استجابتها الجزئية، والكلية لحاجة المستخدم منها، لذلك عند تصميم موقع إلكتروني ما يجب أن يهتم صاحبة بالمستخدم من أجل ضبط محتوى المعلومات حسب حاجات المستخدم.

أصالة المادة: لا قيمة لموقع الإلكتروني يحتوي على معلومات قد سبق نشرها في مصادر أخرى، وان المستخدم تشده تلك المواقع التي تضيف إلى رصيده شيئاً جديداً من المعلومات، والمعارف للتطوير من مجال اهتمامه.

الدقة: المعلومات الدقيقة توفر للمستخدم الكثير من الوقت، والجهد.

الصحة: المعلومات يجب أن تكون صحيحة، ودقيقة، وخالية من الأخطاء.

التحديث: التقدم، والحركة، حيث أن المعلومات تخضع لظاهرة التعطل، والتقاعد عبر الزمن.

التغطية: من المهم أن تكون المعلومات شاملة كل جوانب الموضوع، أما في حالة إذا كانت التغطية غير شاملة (جزئية) فهذا يستدعي من المستخدم ايجاد ابحاث أخرى للحصول على بقية المعلومات التي يحتاج لها، وهذا يكون على حساب، وقت المستخدم.

الصلة بالموضوع: تطابق المعلومات مع حاجات المستخدم، وكلما زادت هذه الصلة كلما زادت قيمة المعلومات.

المصداقية: صاحب الموقع الإلكتروني يستدعي أن يوضح جملة من العلامات أو الاشارات الخاصة بالناشر من اجل توفير المصداقية.

الجدارة: يحدد هذا المعيار، وذلك عندما يمكن للمعلومات الاعتماد عليها لإيجاد حل لمشكلة معينة. الموضوعية: الكثير من المواقع الإلكترونية تعرض عليها الجانب الذاتي، وذلك قد يكون لأسباب نفسية أو نفعية اقتصادية، لهذا ينبغي أخذ الحيطة، والحذر عند زيارة هذه المواقع تحرياً للموضوعية التي تعتبر أساس جودة المعلومات المستعملة.

7-2 جودة الخدمة:

تعتبر مدخل من مدخل ادارة الجودة الشاملة، والتي تركز على عملية اشباع، وارضاء حاجات المستخدم. (المنصور، 2003)، وهي عبارة عن الخدمات التي يقدمها الموقع الإلكتروني، وذلك من حيث المواصفات، والخصائص، وهي مستوى الأداء الفعلي للخدمات، والتي يوفرها الموقع الإلكتروني، وهي الفجوة بين درجة توافق الخدمة التي يدركها المستخدم مع توقعات المستخدم التي تأتي من خلال الخبرة أي المستوى المدرك لما يحصل عليه المستخدم من الخدمة، فجودة الخدمة عبارة عن الفرق بين المتوقع، والمدرك، ومن فوائد جودة الخدمة بأنها تقود إلى الكفاءة، وتزيد من المستخدمين للموقع. (المحياوي، 2006)

1-7-2 أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية:

سرعة الوصول: القدرة على تقديم الخدمة بالوقت المحدد، وبسرعة، والتنقل بين الصفحات بحريّة.

سهولة الاستخدام: توفر المعلومات بسهولة للوصول إلى الخدمة.

الاستجابة: استجابة مقدم الخدمة الإلكترونية لطلبات المستخدم بدقّة، وشفافية.

كفاية، وشمول المعلومات: الحصول على معلومات دقيقة، وكاملة، وواضحة، وذات مصداقية، والتحديث المستمر للموقع الإلكتروني.

8-2 الروابط الاجتماعية:

منذ أقدم العصور، والمجتمعات تحرص، وبشكل كبير على تحقيق الوحدة، والاتحاد بين صفوف ابنائها حيث يتمتعون بالترابط، والتماسك الاجتماعي (العيسوي، 1987، ص98). يعد الترابط الاجتماعي عاملاً رئيسياً في النظام الاجتماعي بشكل عام، وواحداً من أهم المفاهيم التي تحدد طبيعة علاقة الفرد بالجماعة، وذلك من أجل الحفاظ على تكامل المجتمع، واستقراره، واستمراره، والحفاظ على قوته، وصلابته من التفكك، والانحيار، والترابط الاجتماعي هو التضامن، والتكاتف، والتعاون، والتساند، والتماسك، وجميع العلاقات الاجتماعية المختلفة بين الأفراد، والتي تربط الناس مع بعضهم البعض بروابط اجتماعية، وحضارية مشتركة تدمجهم، وتجمعهم ببعض كرابطة المحبة، والمودة، والعاطفة، والتعاون، والتراحم، والانصاف، وغيرها من الصفات الحميدة، والتي تتكون بسبب الترابط، وللتماسك معاني كثيرة منها: الوحدة، الروح المعنوية للجماعة، الفهم المشترك للأدوار، الشعور بالانتماء، والتجاذب نحو الجماعة.

1-8-2 أسباب ضعف العلاقات الاجتماعية:

من أهم أسباب ضعف العلاقات، والترابط الاجتماعي هي:

الأقمار الصناعية: حيث قام البرلمان الروسي بتطوير نظام التلفزيون فائق الدقة، وذلك من خلال الأقمار الصناعية، حيث هذه الأقمار ربطت دول العالم ببعضها البعض، وأصبح العالم من خلالها قرية كبيرة.

غرف الدردشة: تعتبر، وسيلة من، وسائل التكنولوجيا، والتي تساعد على ضعف العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسرة الواحدة، لأن من أهم سلبات غرفة الشات العزلة عن المحيط الاجتماعي، ضعف الروابط الاجتماعية بين الفرد، وأفراد أسرته، وضياع المستقبل.

مواقع التواصل الاجتماعي: يعتقد الكثيرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على العزلة، وخاصة موقع الفيس بوك، وموقع تويتر، وذلك لأن إدمان المواقع هذه يجعل الشخص منعزلاً عن محيطه الاجتماعي، وتجعله يتعامل مع اصدقاء افتراضيين عن طريق الفضاء الافتراضي، وأصبحت مقاومة ادمان مواقع التواصل الاجتماعي في غاية الصعوبة، وخاصة في الوقت الحالي.

الهواتف المحمولة: حيث إن لأجهزة التكنولوجيا سلبيات عديدة، منها: انشغال الشباب لساعات طويلة في تناقل محادثات فارغة، وغير مهمة، انشغال الشباب، وخاصة الطلبة عن تحصيلهم العلمي، وضعف التواصل الاجتماعي لهم، وان من أهم طرق العلاج لهذه العزلة هو الحوار بين أفراد الأسرة، وتنظيم الوقت.

2-9 الثقافة:

احدى أركان الحضارة، وتشكل الركن المعنوي فيها، فهي مجموعة من العادات، والتقاليد، والقيم، والمعتقدات، والاهتمامات، والمعارف، والأخلاق، والممارسات الاجتماعية، والامط المعيشية، ومعايير العقل، والأفكار، وأشكال السلوك، ومجموعة من الأفكار التي يشارك فيها أفراد المجتمع، والتجارب التي يمر بها الإنسان، والتي يستخدمها المجتمع، ويتوارثها افراده جيلاً بعد جيل، ويحولها إلى قيم، وتراث جماعي، وقد اكتسبت كلمة الثقافة (Culture) معناها الفكري من اوروبا في النصف الثاني من القرن الثامن عشر (الطاهر، 1988). فالثقافة لا توجد إلا بوجود المجتمع فهي ما يميز المجتمع الإنساني عن غيره من المجتمعات الحيوانية (حسن، 2007، ص28) ، وعناصر المجتمع الأولى هم الأفراد. (عماد، 2006)، وهذا يعني أن الثقافة مهمة للفرد كما هي مهمة للمجتمع. فالعلاقة بين الفرد، والثقافة علاقة عضوية دينامية، لأنها تعتبر من صنع الأفراد أنفسهم. (قاسم، 2011)

وتتكون الثقافة من مكونات مادية: كل ما يستخدمه الإنسان في حياته اليومية من أساس، ومسكن، وملبس، وآلات، ومباني، وغيرها، مكونات فكرية: تشمل اللغة، والدين، والعلم، والفن، وغيرها، ومكونات اجتماعية: تشمل البناء الاجتماعي من الناس.

والثقافة تتكون من نوعين أساسيين (الثقافة، 2006، ص71-72)، وهما: الثقافة المادية (المحسوسة)، وتتألف من كل ما يقوم الإنسان بصنعة، والتي يمكن اختباره بواسطة الحواس، وخاصة السمع، والبصر، مثل: الآلات، أدوات الصيد، كرة القدم، الخياطة (الملابس)، ووسائل المواصلات، والثقافة الغير مادية (المعنوية الضمنية)، والتي تتألف من المعرفة، والمشاعر، والآمال، والعرف، وأنماط السلوك، والأخلاق، والتقاليد، والقيم، وكل العناصر السيكولوجية، والتي تنتج من الحياة الاجتماعية، مثل: التصافح بالأيدي، تحية العلم، مهارات اللاعبين، وسلوك المشاهدين.

3-9-1 فوائد الثقافة:

- 1) تمد الأفراد بمجموعة من الانماط السلوكية فيما يتعلق بإشباع الحاجات البيولوجية من مأكّل، ومشرب، وملبس من أجل الحفاظ على بقائهم، واستمرارهم في الحياة.
- 2)-يجعل الفرد يقدر الدور التربوي الذي قامت، وتقوم به ثقافته، خاصة أن اختبر بثقافة غير ثقافته كالعادات، والتقاليد.

3)-امدادهم بمجموعة من القوانين، والأنظمة، والتي تسمح لهم التعاون، والتكيف مع المواقف الحياتية.

تقدم للفرد معاني ومعايير وتغيرات تقليدية مألوفة عن ثقافته يستطيع بهم أن يحدد شكل سلوكه من أجل التمييز بين الأشياء، والأحداث الصحيحة، والخاطئة (عادية/شاذة) ، وهي أيضاً تنمي لدى الفرد شعور الانتماء، والولاء للمجتمع الذي يعيش فيه، فتربطه رابطة الشعور الواحد؛ كما تقدم للفرد معاني لثقافات أخرى فحين تصطم ثقافته بثقافة أخرى، فإن كل واحدة تتعلم شيئاً من الأخرى، كما تعزز من المفاهيم والأفكار من أجل الدفاع عن وجودها (بكار، 2011، ص11).

10-2 الاستخدام:

التفاعل، والمشاركة بين الإنسان (المستخدم)، والآلة أو التقنية، وهو عملية التصفح التي يقوم بها المستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) (نورمان، 2012، ص6)، وما يستخدمه الفرد فعلياً من المعلومات، والاستخدام العقلي للمعلومات، والذي ربما قد يرضي حاجات المستخدم أو قد لا يرضيها، وذلك عندما لا يجد المعلومات التي قد يحتاجها بالفعل.

وان الموقع يجب أن يتصف بوضوح اللغة، وسهولة تصفح الموقع، وسهولة استخدام الروابط في الموقع الإلكتروني، والمرونة في استخدام الخدمة الإلكترونية.

11-2 الرضا:

المقياس المهم من أجل النجاح، وهو مستوى من الاحساس، وشعور الفرد بالسعادة، والارتياح، والابتهاج عند المقارنة بين الخدمة المدركة مع الخدمة المتوقعة، وهو تحديد احتياجاته، وتوقعاته، ومحاولة تنفيذها، وذلك من أجل تحقيق الرضا لمستخدم الخدمة، حيث يتضمن هذا المعيار عنصرين أساسيين، وهما: قياس الملاحظات من قبل مصممي موقع التواصل الاجتماعي حول الرضا المستخدم، وقياس الأداء حول ما تحققت من احتياجات، و توقعات للمستخدم.(المحياوي، 2006)، وهو حالته النفسية بعد حصوله على خدمة معينة، واستهلاكها، وهو أيضاً قدرة المواصفات للخدمة، والمحتوى على إرضاء توقعات المستخدم، وبذلك يمكن التمييز بين ثلاثة مستويات، وهي. (نور الدين، 2007)

(1) الأداء > المتوقع — لا يوجد جودة — المستخدم غير راض.

(2) الأداء = المتوقع — يوجد جودة — المستخدم راض.

(3) الأداء < المتوقع — الجودة عالية — المستخدم راض جداً.

12-2 القيم الاخلاقية:

القيم جمع قيمة، والقيم الأخلاقية عبارة عن مجموعة من المعتقدات، والعادات، والتقاليد، والقناعات، والتعاليم، والآداب، والضوابط الاخلاقية، وأحكام عقلية انفعالية توجهنا نحو رغباتنا، واتجاهاتنا، ومجموعة من الضوابط، والمعايير، والتصورات المعرفية، والسلوكية التي يختارها، ويكتسبها الإنسان بعد التفكير، والتأمل، والتي تحكم تصرفات الإنسان لتوجيه سلوكه.

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)، وتعد القيم معيار مهم نحدد من خلاله ما هو مرغوب، وما هو غير مرغوب، ومن مصادر القيم الأخلاقية الفطرة، شخصية الفرد نفسه، الأديان السماوية، الأسرة، والتربية المنزلية، تعاليم المدرسة، والمعلمون، ومواد الدراسة، ومنجيتها، الاصدقاء في البيئة المحيطة به سواء في البيئة الداخلية مع المجتمع الذي يعيشه أو في البيئة الخارجية، ووسائل الإعلام.

ومن الطرق المناسبة لتطوير القيم لدى الشباب الوعظ المباشر، التلقين، والنموذج (القدوة)، والثواب، والعقاب.

1-12-2 أهمية وفوائد القيم الاخلاقية:

تحثنا على القيام بأوامر ديننا الاسلامي قولاً، وفعلاً.

فلقد جعل النبي محمد (صلى الله عليه، وسلم) الغاية من بعثته الدعوة للأخلاق، فقد صح عنه (صلى الله عليه، وسلم): "إنما بعثت لأتمم مكارم الاخلاق".

معيار مهم نحدد من خلاله ما هو مرغوب، وما هو غير مرغوب (الحلال، والحرام)، وذلك من خلال تربية الضمير لخلقي في نفس المؤمن من خلال تهذيبه، وغرس ينابيع الخير، والعفة، والطهارة، والمحافظة عليه من الكبر، والفحشاء التي تؤثر في سلوكه. (عبد الرؤوف، والمصري، 2013)

تساهم القيم في رفع الدرجات، وتحديد الأهداف السامية للحياة الإنسانية لكل منا باعتبارها سمه المجتمعات الراقية، والمتحضرة، ونحو مجتمع راقى تسوده الألفة، والمحبة.

تقوم القيم بتوجيه الفرد، وسلوكه في الحياة، والقدرة على تفسير التربية الأخلاقية بصورة علمية.

13-2 الدراسات السابقة:

تستعرض الباحثة فيما يلي الدراسات السابقة ذات الصلة بعد الرجوع إلى الأدب السابق، والتي تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيس بوك، والقيم الأخلاقية.

1-13-2 الدراسات العربية

- استيتيه، وصبحي، (2002)، دراسة مقارنة بين القيم المعرفية، والاجتماعية، والثقافية، والعلمية، والأخلاقية لطلبة جامعة آل البيت، والجامعة الأردنية.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر متغيرات المؤهل التعليمي، والجنس، ومجتمع الجامعة، والجنسية، ودخل الأسرة، وحجمها على ابعاد مقياس القيم المعرفية، والاجتماعية، والعلمية، والاخلاقية، والثقافية لكل من طلبة جامعة آل البيت، وطلبة الجامعة الأردنية، وتم اختيار عينة قصدية للبحث قوامها 464 طالباً، وطالبة من طلبة مرحلة البكالوريوس، ومن مستوى السنة الأولى حتى السنة الرابعة من الطلبة الأردنيين، والطلبة المميزين في كل من جامعة آل البيت، والجامعة الأردنية موزعة حسب متغيرات الدراسة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها، وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمتغير "مجتمع الجامعة" على بعد القيم العلمية، والتقنية،

وذلك لصالح الطلبة الماليزيين في كل من جامعة آل البيت، والجامعة الأردنية، هنالك فروق ذات دلالة إحصائية على بعد القيم الاجتماعية، والاخلاقية، والثقافية (وذلك لصالح طلبة جامعة آل البيت)، هنالك فروق ذات دلالة إحصائية على بعد القيم النفسية، والتربوية (وذلك لصالح طلبة الجامعة الأردنية)، لا يوجد أثر ذات دلالة إحصائية على بقية متغيرات الدراسة، ومن توصيات الدراسة اجراء دراسات تعالج أثر متغيرات أخرى، مثل: المتغيرات العمرية، والتعامل، والاتصال بالثقافات الأخرى، اجراء دراسات مقارنة بين الأقطار العربية من أجل التحقق من مدى التباين، والتشابه في البناء القيمي لديها، اعادة بناء مناهج، وصياغة برامج من أجل غرس القيم في نفوس الطلبة الجامعيين، وذلك من خلال الاعتماد على الأساليب العلميّة، والأنشطة المختلفة، توظيف مقياس القيم الاجتماعية في الإسلام في الجامعات، والمدارس، ايجاد البرامج التي تساعد في تنمية الاتجاهات الإيجابية نحو القيم، وذلك من خلال التنسيق بين الجامعات، ووزارة التربية، والتعليم، والمؤسسات التربوية كافة.

واستفادت هذه الدراسة من دراسة استيتية، وصبحي (2002)، وذلك من الدراسات السابقة الموجودة فيها، وفي بناء الإطار النظري.

- العاجز، (2007)، دور الجامعة الإسلامية في تنمية بعض القيم من، وجهة نظر طلبتها.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم القيم التي تنميها الجامعة الإسلامية لدى طلبتها من، وجهة نظرهم، وكذلك الكشف عما إذا كانت هناك فروق في متوسطات درجات الطلبة نحو دور الجامعة في تنمية بعض القيم لديهم، وتم اختيار عينة قصدية للبحث قوامها 505 طالباً وطالبة في الجامعة الإسلامية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها الشعور بالرضا بقضاء الله، وقدرة، والاعتقاد بأن رضا الله من رضا الوالدين، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات الطلبة نحو دور الجامعة في تنمية القيم لدى طلبتها، ومن، وجهة نظرهم تعزى إلى عاملي (الجنس، والمنطقة التعليمية)، ولكن توجد فروق تعزى إلى نوع الكلية، وذلك لصالح كليات العلوم الشرعية على الكليات الإنسانية، ولصالح الكليات الإنسانية على الكليات التطبيقية، وكذلك، وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى عامل المستوى الأكاديمي، وذلك لصالح المستويات العليا (الثالث، الرابع، والخامس)،

ومن توصيات الدراسة ضرورة ترسيخ القيم لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، ضرورة تركيز الجامعة الإسلامية في ضوء هذه الدراسة على طلبة كليات العلوم التطبيقية من حيث تنمية القيم لديهم، وحثهم دائماً على الالتزام به، التأكيد على تعليم الطلبة القيم الدينية، والأخلاقية من خلال التعلم من القدوة، والمتمثلين بهيئة التدريب الجامعي.

واستفادت الدراسة الحالية من دراسة العاجز (2007)، وذلك في توضيح بعض المفاهيم الخاصة

بالدراسة الحالية، وفي بناء الإطار النظري.

- الجمال، (2013)، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الاخلاقي للشباب السعودي.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير، وسائل الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت) على النسق القيمي، والاخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول لوضع آلية من أجل تعزيز القيم الاخلاقية وتحديد وترتيب النسق القيمي لدى الشباب السعودي باعتباره جزء من الشباب العربي، والإسلامي، والكشف عن أسلوب التعامل للشباب السعودي مع الواقع الافتراضي الذي تقدمه، وشبكات التواصل الاجتماعي، والرصد عن آراء، واتجاهات حول أسباب الانتشار للسلوكيات اللااخلاقية، وعلاقة ذلك بكثافة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية خاصة، والدول العربية، والإسلامية عامة.، وتم اختيار عينة قصدية للبحث قوامها 600 ذكر، وأنثى من الشباب السعودي، وذلك في المرحلة العمرية (18-35) سنة، واستخدم منهج المسح فيها، وذلك من خلال استخدام أسلوب المناقشة، والعصف الذهني كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها ارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكة الإنترنت، وأكدت العينة المستخدمة جميعها بأنهم بنسبة 100% يستخدمون الإنترنت، وتبين بان معظم العينة بنسبة 86.33% بأنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بشكل منتظم، ولا شك بهذا استطاعت أن تؤثر على النسق القيمي الاخلاقي، وتبين أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض جداً، وان مقياس النسق القيمي للشباب يتسم بالثبات الى حد ما، ومن توصيات الدراسة إجراء المزيد من الدراسات عن فرضيات نموذج المجال العام، ونموذج التلقي، وتطبيقاتهما في مجال الدراسات الميدانية على فئة الشباب خاصة مع النمو السريع لشبكة الانترنت، اجراء المزيد من البحوث حول النسق القيمي الاخلاقي،

وعلاقته بوسائل الاتصال الاجتماعي، إجراء المزيد من الأبحاث عن خطورة تأثير، وسائل الاعلام الإلكترونية، تكثيف الدراسات النظرية، والعملية، والميدانية عن ظاهرة إدمان الانترنت، ومعرفة مدى انتشارها في المجتمع، وآثارها على الشباب بشكل خاص في أدائهم العلمي، وحياتهم الأسرية، دعم التوعية الأسرية، والاعلامية بالمخاطر الاخلاقية، والاجتماعية الناجمة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومشاركة الأسرة للأبناء في بيان أهمية استخدام الانترنت، وتحديد إيجابيات، وسلبياته.

واستفادت الدراسة الحالية من دراسة الجمال (2013) في توضيح مفهوم المتغير التابع الخاص بالدراسة الحالية مع امكانية الاستفادة منها في الإطار النظري.

- الديبسي، والطاهات، (2013)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بين طلبة الجامعات الأردنية، ومعدلات استخدامها، وإلى معرفة الحرية المتاحة للطلبة في استخدام هذه الشبكات كأدوات للتعبير عن الرأي، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، الكشف عن مدى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية لوسائل الاعلام التقليدية باعتمادها مصادر الأخبار، والمعلومات في متابعة مجريات الأحداث الوطنية، والعربية، والدولية، الكشف عن مدى ثقة الطلبة بما تنشره أو تبثه شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية من أخبار، ومعلومات، وصور، وأفلام، وتكون مجتمع الدراسة من ست جامعات أردنية خاصة، وحكومية (جامعة يرموك، جامعة مؤتة، جامعة البلقاء، جامعة آل البيت، جامعة الطفيلة، وجامعة البترا)، وتم اختيار عينة قصدية للبحث متكونة من 300 طالباً، وطالبة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج منها أن نسبة عالية حوالي 97% من طلبة الجامعات الأردنية يستخدمون الإنترنت، حيث احتل الفيس بوك المرتبة الأولى، ونسبة 83% يليه موقع تويتر بالمرتبة الثانية، واليوتيوب بالمرتبة الثالثة، وهذا ما يؤكد على انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدامها بين طلبة الجامعات الأردنية، وتبين أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الأردنية له عدة فوائد، وإيجابيات

، ومنها فائدة التواصل مع الأصدقاء، والأقرباء، وتبادل الآراء، والترفيه، وفائدة متابعة الأحداث الجارية، والحصول على المعلومات، واكتساب الثقافة، والمعرفة، ومشاهدة الأفلام، والصور، وكسب أصدقاء جدد، والتعبير عن الآراء السياسية بحرية، وغير ذلك، وتبين أيضاً أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الأردنية له عدة سلبيات أهمها الهدر للوقت، والجهد، والنشوية، وتحريف الحقائق، وترويج الشائعات، وانتهاك الخصوصية الفردية، وقذف بعض الأفراد، والتشهير بهم، وإثارة الفتن بهدف زعزعة الوحدة الوطنية، والإغراق في التسلية، وإضعاف الإبداع، والترويج لما يتنافى مع الأخلاق، والدين، وفساد الثقافة، والذوق العام، والإساءة للقيم، والعادات، والتقاليد، وإهانة مشاعر بعض الناس، والتحريض على الكراهية، والعنف، وتشجيع الجريمة، والأفعال الغير قانونية، وغير ذلك، ومن توصيات الدراسة أثاره الجهد العلمي، والأكاديمي، وذلك من خلال إجراء دراسات تتابعية عن دور شبكات التواصل الاجتماعي، تأسيس شبكة تواصل اجتماعي عربية - إسلامية من شأنها تعزيز التواصل بين الشباب العربي، والمسلم، والشباب في العالم، وذلك لزيادة فرص تنوع مصادر المعرفة، والمعلومات، ونشر الثقافة العربية الإسلامية، وقيم الإسلام السّمة، أهمية تدريس طلبة الجامعات موضوعاً يضاف إلى أحد المساقات يتناول معايير، وأخلاقيات النشر الإلكتروني، وإيجاد ثقافة في النشر الإلكتروني تركز على أسس من المصداقية، والموضوعية في الحوار بعيداً عن كل أشكال التطرف أو التحريض، السّعي لحماية الخصوصية للطلبة على مواقع هذه الشبكات، وذلك من خلال إصدار تشريعات قانونية تحول دون استغلالها ضدّهم بأي شكل من الأشكال.

واستفادت الدراسة الحالية من دراسة الديبسي، وطاهات (2013) في توضيح بعض المفاهيم الخاصة بالدراسة مع امكانية الاستفادة منها في بناء الإطار النظري، واختلفت الدراسة الحالية عنها في المتغيرات التابعة.

- الشهري، (2013)، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك، وتويتز نموذجاً".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك موقعي الفيس بوك، وتويتر، التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر الموقعين، والكشف عن الآثار السلبية، والإيجابية الناتجة عن استخدام تلك المواقع، وتم اختيار عينة قصدية للبحث مكونة من 150 طالبة في جامعة الملك عبد العزيز، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيس بوك، وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن، واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها في المجتمع الحقيقي، تعزيز صداقاتهن القديمة، وتكوين صداقات جديدة، كما يتبين أيضاً أن استخدام الموقعين له آثار إيجابية كالتبادل الثقافي، والانفتاح الفكري، وله أيضاً آثار سلبية، ومن أهمها قلة التفاعل الأسري، ومن توصيات الدراسة تنظيم دورات لتوعية الفتيات على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في عملية التعليم الأكاديمي.

واستفادت الدراسة الحالية من دراسة الشهري (2013) في توضيح بعض المفاهيم الخاصة بالدراسة الحالية كشبكات التواصل الإلكترونية، وان الدراسة الحالية تختلف من حيث مجتمع الدراسة، وهو الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان.

- الهلالات، (2013)، تأثير الفيس بوك على طلبة جامعة الحسين بن طلال من منظور جندي. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى التأثير الاجتماعي (الفيس بوك) على الطلبة من كلا الجنسين، أسباب استعمال (الفيس بوك) من كلا الجنسين من الطلبة، سلبيات، وإيجابيات استخدام (الفيس بوك) من كلا الجنسين، الاقتراحات المقترحة للحد من الآثار السلبية لاستعمال الطلبة موقع (الفيس بوك)، وتم اختيار عينة قصدية للبحث قوامها 439 طالباً وطالبة من جامعة الحسين بن طلال من مستوى البكالوريوس، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها اهتمام كبير بالفيس بوك من قبل الطلبة لكلا الجنسين، الهواتف النقالة هي الأكثر استخداماً لغايات تصفح الفيس بوك، هنالك تأثيرات سلبية،

وأخرى إيجابية لاستعمال الفيس بوك، ولصالح التأثير الإيجابي الذي جاء بدرجة متوسطة لصالح الإناث في حين كانت درجة استعمال الفيس بوك لدى الذكور أعلى هنالك فروقات ذات دلالة إحصائية لتأثير استخدام الفيس بوك على الطلبة الذكور، وفقاً لمتغير المستوى الدراسي في حين لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير الاستخدام، وفق مكان السكن، والكلية (التخصص) لكلا الجنسين، ومن توصيات الدراسة فتح مستوى الوعي لدى الطلبة، وأولياء الأمور، والجامعات لاستعمال الآمن لهذا الموقع.

واستفادت هذه الدراسة من دراسة الهلالات (2013)، وذلك في بناء الإطار النظري.

، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة جريمة الابتزاز ضد المرأة من (2014) - الخليوي،)

وجهة نظر طالبات الجامعات السعودية (دراسة تطبيقية على جامعة الأميرة نورة).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الانعكاسات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مجتمع الدراسة، التعرف على العوامل التي تدفع الشخص إلى الابتزاز الذي يكون ضد المرأة، التعرف على طرق الوقاية، وأساليب مكافحة جريمة الابتزاز ضد المرأة، ومعرفة ما إذا كان هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المبحوثين حول محاور الدراسة، وفقاً لمتغيراتهم الشخصية، وتم اختيار عينة قصدية للبحث قوامها 377 طالبة درجة بكالوريوس في جامعة الأميرة نورة بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها أن عبارات محور الانعكاسات السلبية لمواقع التواصل سهلت ظهور مواقع التواصل الاجتماعي للمبتز، وذلك بتهديد الضحية بفضحها عن طريق هذه المواقع، أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يجعل المستخدم أكثر انفتاحاً، سهلت مواقع التواصل الاجتماعي بين المبتز، والفتاة المبتزة التهاون للفتاة، وذلك بإقامة العلاقات المحرمة عبر مواقع التواصل مما يعرضها للابتزاز أن العوامل الدافعة لجريمة الابتزاز ضد المرأة ضعف الوازع الديني لدى المبتز، ضعف العقوبات المتعلقة بالابتزاز، ضعف الرقابة الأسرية على الأبناء، العادات، والتقاليد للمجتمع قد تخضع الفتاة للاستمرار بالخضوع للمبتز، التطور التقني الذي سهل الإتصال بين الشاب، والفتاة،

وإن من أساليب الوقاية تقوية الوازع الديني لدى الأبناء، توفير المودة للأبناء، وخاصةً الفتاة، احتواء مشاكل الفتاة من قبل الأسرة، توعية الفتاة بعواقب العلاقات العاطفية الوخيمة، تنشيط دور الحوار داخل الأسرة، وإن أهم أساليب مكافحة الجريمة إيجاد رقم موحد للتبليغ عن حالات الابتزاز، وجود عقوبات رادعة للمبتز، والتشديد منها، الرفض المباشر لمطالب المبتز، والتبليغ عنه، تدريب رجال الأمن على تتبع المبتز عن طريق الأدلة الإلكترونية، عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى $(\alpha=0.05)$ فأقل في اتجاهات مفردات عينة الدراسة حول (الانعكاسات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، أساليب مكافحة جريمة الابتزاز ضد المرأة)، عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى $(\alpha=0.05)$ فأقل في اتجاهات مفردات عينة الدراسة حول (أساليب مكافحة جريمة الابتزاز ضد المرأة)، عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى $(\alpha=0.05)$ فأقل في اتجاهات مفردات عينة الدراسة حول (الانعكاسات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، العوامل الدافعة لجريمة الابتزاز ضد المرأة)، عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى $(\alpha=0.05)$ فأقل في اتجاهات مفردات عينة الدراسة حول (الانعكاسات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، العوامل الدافعة لجريمة الابتزاز ضد المرأة)، ومن توصيات الدراسة زيادة التوعية الثقافية حول خطورة مواقع التواصل الاجتماعي، تقوية الوازع الديني، زيادة رقابة الأسرة للأبناء، ومراقبة الإنترنت من الجهات الرسمية لتتلاقى مستجدات التطور التقني، ووجود رقم موحد للتبليغ عن حالات الابتزاز، ووجود عقوبات شديده له.

واستفادت الدراسة الحالية من دراسة الخليوي (2014) في بناء الإطار النظري.

- الطيار، (2014)، شبكات التواصل الاجتماعي، وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "نويتر نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود.

هدفت هذه الدراسة الى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر نموذجاً) على القيم لدى طلبة الجامعة، وذلك من خلال بيان الآثار السلبية، والإيجابية المترتبة على استخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة، وتم اختيار عينة قصدية للبحث قوامها 2274 طالباً وطالبة من طلبة جامعة الملك سعود في الرياض، واستخدم المنهج الوصفي التحليلي (الاستبانة) كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها أن من أهم الآثار السلبية المترتبة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في التمكّن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، والإهمال في الشعائر الدينية مثل التأخر في الصلاة، والعزلة عن المجتمع الحقيقي، والهروب من الواقع، والمشاكل الأسرية، أما الآثار الإيجابية المترتبة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في التعبير بحرية عن الآراء، وتخطي حاجز الخجل، وترسيخ القيم، والمبادئ، والاخلاق، والقُدوة الحسنة، وزيادة الوعي الديني، والاستفادة من الثقافات الأخرى، ويعزز استخدام الطالب لشبكة التواصل الاجتماعي القدرة على مخاطبة الجنس الآخر، وبدون خجل، تكوين قيم جديدة تناقض قيم الأسرة، واستياء الأهل من الأبناء بسبب الانشغال عن الأقارب، والأصدقاء، والزملاء، والميل لتقليد الحياة الغربية من مأكّل، ومشرب، وملبس، وغيرها، والتفكير في الارتباط، وخاصة اذا كان الشخص عازباً، ومن توصيات الدراسة الأخذ بالحسبان بتأثير شبكة الانترنت من الناحية السلبية، ووضع الحلول المناسبة سواء على مستوى الجامعة أو المجتمع، والحد من تلك السلبيات بقدر المستطاع، إجراء الدراسات، والبحوث التي تهدف الى معرفة القيم الإيجابية بناءً على نتائج الدراسة الحالية لزيادة الوعي لدى طلبة الجامعة بأن لشبكة تويتر إيجابيات يمكن الاستفادة منها، الاكثار من الندوات العلمية، والبرامج التعليمية لتوضيح التأثير السلبي لشبكات التواصل على القيم الاجتماعية.

واستفادت الدراسة الحالية من دراسة الطيار (2014) في بناء الإطار النظري مع مراعاة اختلاف مجتمع الدراسة حيث أن الدراسة الحالية عن طلبة الجامعات الأردنية الخاصة.

- القرشي، (2014)، اخلاقيات التواصل الاجتماعي الإلكتروني لدى طلاب الجامعات السعودية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم أخلاقيات التواصل الاجتماعي الإلكتروني الذي يجب الالتزام بها عند طلاب الجامعات السعودية، الكشف عن واقع التزام طلاب الجامعات بالمملكة العربية السعودية بهذه الاخلاقيات، التعرف على مدى اختلاف هذه الاخلاقيات باختلاف متغيرات: (المكان، العام الدراسي، التخصص)، وتم اختيار عينة قصدية قوامها 1939 طالباً من خمس جامعات.، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت هذه الدراسة الى أن هنالك استخدام ايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني في مستوى الاخلاقيات الإيمانية، حيث اظهرت النتائج، وجود عشر اخلاقيات بمستوى عالٍ عند مستوى

الدلالة الإحصائية (0.01)، وجود استخدام سلبي لمواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني لخمسة اخلاقيات حسبما توصلت إليه النتائج عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، نشر الفضائح على الفيس بوك ذات الارتباط العالي (0.76) عند مستوى دلالة (0.01)، انتشار الغيبة في تويتر كان ارتباطاً عالياً (0.72) عند مستوى دلالة (0.01)، يوجد سبع اخلاقيات ثقافية حققت ارتباطاً عالياً ذات دلالة إحصائية عند نسبة (0.01)، يتضح من خلال نتائج متغير المكان، وهو الجامعة، وجود عشر اخلاقيات يظهر فيها عدم الاتفاق لدى العينة من مجمل فقرات أداة الدراسة، ويتفق أفراد العينة على خمسة، وعشرين فقرة، يتضح من خلال نتائج متغير (العام الجامعي الأول/ الرابع)، وجود اختلاف في عشر اخلاقيات في أداة الدراسة عند مستوى دلالة (0.01) أو عدم، وجود أثر ذات دلالة إحصائية في عشرين اخلاقية من خلال نتائج الدراسة تبعاً لمتغير (النظري/العملي)، يتضح عدم، وجود أثر ذات دلالة إحصائية أو فروق في أربع، وعشرين فقرة، ووجود فروق في إحدى عشرة فقرة عند المستوى (0.01) ، و(0.05)، ومن توصيات الدراسة ضرورة تنمية الاخلاقيات الإيمانية، ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني، تفعيل دور الجامعات السعودية في تقديم برامج تساهم في رفع مستوى هذه الاخلاقيات، تعزيز الجوانب الإيجابية في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني.

واستفادت هذه الدراسة من دراسة القرشي (2014)، وذلك في بناء الإطار النظري.

- السكر، والكساسة، (2015)، أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تحديد اتجاهات الطلبة (دراسة ميدانية على الجامعات الأردنية الخاصة).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وأثرها في تحديد اتجاهات الطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة، وذلك من خلال التعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية الخاصة لهذه الشبكات، والتعرف على الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في تحديد اتجاهات الطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة، وعلى أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة، وتم اختيار عينة قصدية للبحث قوامها 351 طالباً وطالبة من طلبة البكالوريوس في السنة الرابعة فقط، ومن الدراسات العليا (الماجستير فقط) من الدارسين في الجامعات الأردنية الخاضعة لقانون، ووزارة التعليم العالي الأردني، والعاملة في العاصمة الأردنية عمان، وحيث أستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي، والتحليلي (الاستبانة) كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها بينت النتائج أن دوافع استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي كانت متقاربة، وجاء في مقدمتها الدافع المتعلق لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بصراحة، وحرية مطلقة بمتوسط حسابي بلغ (4.10)، وانحراف معياري بلغ (0.90) تلاه الدافع المتعلق لأنها تنمي المهارات الشخصية، والحياتية، والتعامل مع الآخرين بمتوسط حسابي بلغ (3.96)، وبانحراف معياري بلغ (0.78)، ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في حدوث المظاهرات، والثورات مؤخراً بلغ (4.12)، وقيم أخرى أقل منه في احد فقرات الاتجاه الثقافي: تقرب المسافات بين الحضارات المختلفة لفهم قضاياها الثقافية بلغت (3.12)، اقتصر استخدامات طلبة الجامعات الأردنية الخاصة على ثلاثة مواقع للتواصل الاجتماعي، الفيس بوك بنسبة (46%)، وتويتر بنسبة (29%)، واليوتيوب بنسبة (25%)، أوضحت نتائج الدراسة من، وجود أثر ذات دلالة إحصائية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تحديد الاتجاهات (السياسية؛ الاجتماعية؛ الثقافية) لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة، ومن توصيات الدراسة انشاء شبكات تواصل اجتماعية عربية على غرار الشبكات الكبرى

، مثل: الفيس بوك، وتويتر، واليوتيوب لأحداث التغيير المنشود في الوطن العربي، إجراء دراسات علمية للمضامين المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي من واقع استخدامات الأفراد بما يسمح التعرف على كيفية استخدام هذه المواقع، وآليات التواصل فيها، العمل على تعميق ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، وإزالة المعوقات، والسلبيات التي تنتج عنه، وخاصة فيما يتعلق بالممارسات الغير اخلاقية، قيام شبكات تواصل اجتماعي، وذلك لدعم السلم المجتمعي، وتعزيزه، وحل المشكلات التي تواجه الطلبة، والمجتمع والعمل على استقرار المجتمع لا على اثاره الفتن.

واستفادت الدراسة الحالية من دراسة السكر، والكسابنة (2013) في الإطار النظري، وأن الدراسة الحالية تتشابه من حيث مجتمع الدراسة، وهو الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان.

A'lamElhuda, D., and Dimetry, D. (2014) The Impact of Face book and Others Social Networks Usage on Academic Performance and Social Life among Medical Students at Khartoum University.

هدفت هذه الدراسة لمعرفة تأثير الفيس بوك، وغيرها من شبكات التواصل الاجتماعية، واستخدامها في الأداء الأكاديمي، والحياة الاجتماعية بين طلبة الطب. وتم اختيار عينة قصدية للبحث قوامها 257 طالباً وطالبة في السنة الأولى، والثانية، والثالثة في كلية الطب في جامعة الخرطوم. واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها انتشار الفيس بوك بنسبة عالية (93.1%)، وأن الذكور هم الأكثر استخداماً من الإناث، من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي التواصل مع العائلة، والأصدقاء، والدردشة، أما من سلبياتها فتمثلة بخفض ممارسة الرياضة، والتأثير على الأداء الأكاديمي، والشعور بالضيق عند عدم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومن توصيات الدراسة التعليم حول كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية بالشكل الصحيح، تشجيع استخدام الشبكات لأغراض أكاديمية، وبحوث علمية.

واستفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في بناء الإطار النظري لهذه الدراسة.

Abdulahi, A., el, (2014). A Study on the Negative Effects of Social Networking Sites Such as Facebook among Asia Pacific University Scholars in Malaysia.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك بين علماء جامعة آسيا، وجامعة المحيط الهادي، وتم اختيار عينة قصدية للبحث قوامها 125 طالباً وطالبة من جامعة آسيا، والمحيط الهادي في ماليزيا، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها أن استخدام الفيس بوك، ومواقع التواصل الاجتماعي يزيد من احتمال الإدمان على الانترنت، وإن الإدمان على الانترنت، والدرشة لمواقع التواصل الاجتماعي يهددان الصحة، وأن الناس تجهل سياسات تقاسم المعلومات، وليس لديهم المعرفة بكيف يمكن أن تكون بياناتهم الشخصية مشتركة، ولا توجد علاقة بين الطالب، واستخدامه للفيس بوك، والخصوصية، والقضايا الأمنية، وهناك علاقة إيجابية بين الطالب، واستخدامه للفيس بوك، والخصوصية، والقضايا الأمنية أي توجد هناك علاقة إيجابية بين المتغير التابع، والمستقل فعندما يزيد المتغير التابع فأن المتغير المستقل يزيد أيضاً أي كلما زاد الطلاب من كمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كلما زادت قضايا الخصوصية، والإدمان، ومن توصيات الدراسة عدم الاستخدام المفرط للانترنت الذي يؤدي إلى ضعف الأداء للطالب، والذي يؤثر على نوعية التعليم، منع الجامعة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مثل: الفيس بوك، وتشغيله فقط خلال استراحة الغداء.

واستفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في بناء الإطار النظري.

Al khaddam, H. (2013). The Impact of the Social Networks on the Interpersonal Communication of the Students University College Irbid Girls: Facebook as a Model.

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر استخدام الفيس بوك على التواصل بين طالبات جامعة كلية إربد، وتم اختيار عينة قصدية للبحث قوامها 296 طالبة من طالبات جامعة كلية إربد للبنات، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، والتحليلي لتحليل بيانات الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد هناك

علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الفيس بوك، وعدد الساعات المستخدمة، والتواصل بين الاشخاص من الطلبة، ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية متعلقة بتأثير الفيس بوك على التواصل بين الطلبة بسبب الدخل الشهري، والتخصص، والمستوى الدراسي عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.01$)، ومع ذلك هنالك فروق ذات دلالة إحصائية متعلقة بتأثير استخدام الفيس بوك على التواصل بين الاشخاص من الطلبة بسبب مكان الإقامة، الفيس بوك يؤثر على سلوك الطلبة في كلية التربية للبنات أربد لأنها قللت من رغبة تواصل الطلبة مع الآخرين، ومن توصيات الدراسة يجب تحذير الناس، وخاصة الشباب بعدم استخدام الفيس بوك في القضايا السلبية التي قد تؤثر على العلاقات الأسرية بين الطلبة، وأفراد أسرهم لذلك يجب التأكيد على الجانب الوقائي، والتوعية بأهمية الفيس بوك، وآثاره على العلاقات الاجتماعية للشباب، عمل دراسات مستقبلية لمختلف الفئات العمرية لتحديد مدى تأثير الفيس بوك على الشباب من أجل تطوير السياسات الصحيحة، والسلمية لاستخدام الفيس بوك.

واستفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في معرفة ما هو الفيس بوك، وما هي استخدامات الفيس بوك بالنسبة للطلبة.

Mecheel, V. (2010). Facebook and the invasion of technological communities.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وتم اختيار عينة قصدية للبحث قوامها 1600 شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون المواقع، ومن بينها (الفيس بوك، وييبو، ويوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون، وقت أطول على شبكة الإنترنت من الذين يقضون أوقاتهم مع أفراد أسرهم، وأصدقائهم الحقيقيين، وأنهم يتحدثون عبر الهاتف بصورة أقل، ويرسلون كمية من الرسائل النصية، والبريدية أيضاً، ولا يشاهدون التلفاز إلا قليلاً، ويلعبون عدداً أقل من ألعاب الكمبيوتر، وكشفت الدراسة إلى أن نصف مستخدمي الإنترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي مقارنةً ب 27% فقط في فرنسا، و 33% في اليابان، و 40% في الولايات المتحدة الأمريكية.

واستفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في بناء الإطار النظري.

Mark, U., el. (2009). Explaining Why Young Adults Use MySpace and Face book Through Uses and Gratification Theory.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفه كيف يستخدم الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيس بوك، وماي سبيس، وتم اختيار عينة قصدية قوامها 50 طالب، وطالبة من طلبة الجامعين بالولايات المتحدة الأمريكية، ولقد أعتمد الباحث في هذه الدراسة على أداة مجموعات المناقشة المركزية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها أن أهم دوافع استخدام الطلبة الجامعين للموقعين بأنها وسيلة اتصال جيدة، وفعلة بالاتصال بالآخرين، ووسيلة اتصال سهلة للاتصال بالأهل، والأصدقاء، وأيضاً من أجل اكتشاف العالم المحيط بهم بالإضافة إلى تشكيل العلاقات مع الآخرين من خلال إقامة اتصال فعال معهم، ولقد رأى المشاركون في المجموعات المناقشة بأن الانفتاح، والتحرر جعل هذه المواقع من أكثر المواقع الشعبية، ولقد أوضحوا بأنهم قد تم حصولهم على الكثير من المعلومات الشخصية من غير معرفتهم، ومن توصيات الدراسة اجراء المزيد من الدراسات حول هذا الموضوع، واستفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في بناء الإطار النظري.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

1-3 منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، والذي يحاول، وصف تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية، وتسعى الباحثة من خلال هذا المنهج أن توضح، وتفسر، وتقيم نتائج الدراسة.

2-3 مصادر جمع البيانات، والمعلومات:

استخدمت الباحثة مصدرين أساسيين لجمع البيانات، والمعلومات:

1- المصادر الثانوية: حيث اعتمدت الباحثة في الجانب النظري للبحث على مصادر البيانات الثانوية، والتي تمثلت بالكتب، والمراجع العربية، والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات، والمقالات، والتقارير، والأبحاث، والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، بالإضافة للبحث، والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة.

2- المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأت الباحثة إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسة للدراسة، صممت خصيصاً لهذا الغرض، ووزعت على عينة الدراسة، ومقدارها (200) استبانة، واسترد منها (176) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي.

3-3مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان، وعدد هذه الجامعات (8)

الجدول (2):الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان

التسلسل	اسماء الجامعات	العينة
1	جامعة العلوم التطبيقية	19
2	جامعة الاسراء	22
3	جامعة الاميرة سمية للتكنولوجيا	14
4	جامعة البتراء	32
5	جامعة الزيتونة الأردنية	34
6	جامعة نيويورك	15
7	جامعة الشرق الأوسط	17
8	جامعة عمان العربية	23

4-3 عينة الدراسة:

فقد تم توزيع (200) استبانة على عينة الدراسة، وقد تمكنت الباحثة من استرداد (176) استبانة صالحة للتحليل من عينة الدراسة حيث تمثل ما نسبته (95%) من مجموع العينة التي تم توزيعها.

1-4-3 خصائص عينة الدراسة:

وفيما يلي عرض لعينة الدراسة، وفق المعلومات الشخصية:

1- توزيع أفراد العينة حسب النوع الاجتماعي

الجدول (3): توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

النوع الاجتماعي	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	103	58.5
أنثى	73	41.5
المجموع	176	100.0

بناء نتائج العينة المأخوذة هي من الذكور، والإناث لذلك يتضح من الجدول رقم (3) أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث حيث بلغت النسبة المئوية للذكور (58.5%)، وللإناث (41.5%). وهذا يعني أن الذكور هم الذين حصلوا على أعلى نسبة في استخدام برامج التواصل الاجتماعي " الفيس بوك". وأكدت دراسة نومار بأن الذكور هم الأكثر استخداماً، وتعلقاً لموقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" مقارنة بالإناث (نومار، 2012، ص112).

2- توزيع أفراد العينة حسب العمر

الجدول (4): توزيع عينة الدراسة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية %
أقل من 25 سنة	114	64.8
25- أقل من 35 سنة	48	27.3
35- أقل من 45 سنة	9	5.1
أكثر من 45 سنة	5	2.8
المجموع	176	100.0

يوضح الجدول رقم (4) توزيع متغير العمر لأفراد العينة، حيث تبين أن الفئة العمرية الأقل من 25 سنة حصلت على أعلى نسبة مئوية من العينة حيث بلغت النسبة المئوية (64.8%)، تلاها الفئة العمرية التي تتراوح بين 25-أقل من 35 سنة بلغت بنسبة مئوية (27.3%)، وحصلت الفئة العمرية التي تتراوح بين 35-أقل من 45 سنة على نسبة مئوية بلغت (5.1%)، وأخيراً حصلت الفئة العمرية الأكثر من 45 سنة على أقل نسبة مئوية من العينة بلغت (2.8%) من طلبة الجامعات الأردنية الخاصة، وهذا يعني أن الذكور الذين يكون أعمارهم أقل من 25 سنة هم الذين حصلوا على أعلى نسبة في استخدام برامج التواصل الاجتماعي " الفيس بوك"، وهم طلبة البكالوريوس، وأكدت دراسة الطاهات بأن الأشخاص الذين يتراوح أعمارهم من 21-25 سنة جاءوا في المرتبة الأولى في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت بنسبة 56.60%، والأشخاص الذين يتراوح أعمارهم من 17-20 سنة جاءوا في المرتبة الثانية بنسبة 29.66%(الطاهات، 2013، ص57). كما أكدت دراسة نوماً بأن الأشخاص الذين يتراوح أعمارهم من 15-25 سنة هم الأكثر استخداماً لموقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"(نوما، 2012، ص113) .

3- توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الجدول (5): يبين توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة المئوية %
أعزب	147	83.5
متزوج	25	14.2
مطلق	4	2.3
أرمل	0	0
المجموع	176	100.0

يوضح الجدول رقم (5) الحالة الاجتماعية لأفراد العينة، حيث حصلت حالة الأفراد الغير متزوجين (أعزب) على أعلى نسبة مئوية من العينة بلغت (83.5%)، تلاهم الأفراد المتزوجين الحاصلين على نسبة مئوية (14.2%)، وأخيراً حصل المطلق على أقل نسبة مئوية من العينة بلغت (2.3%). وهذا يعني أن الذكور الذين يكون أعمارهم أقل من 25 سنة العزاب هم الذين حصلوا على أعلى نسبة في استخدام برامج التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"

4- توزيع أفراد العينة حسب برنامج الدراسة الحالي

الجدول (6): يبين توزيع عينة الدراسة حسب برنامج الدراسة الحالي

النسبة المئوية %	العدد	برنامج الدراسة الحالي
84.1	148	بكالوريوس
15.9	28	ماجستير
100.0	176	المجموع

يتبين من الجدول رقم (6) أن أغلبية أفراد العينة كانوا من الأفراد الذين يحملون درجة البكالوريوس حيث شكلوا نسبة مئوية بلغت (84.1%)، والأفراد الذين يحملون درجة الماجستير حصلوا على نسبة مئوية بلغت (15.9%)، وهذا يعني أن الذكور الذين يكون أعمارهم اقل من 25 سنة العزاب، والذين يكون برنامجهم الدراسة الحالي هو البكالوريوس هم الذين حصلوا على اعلى نسبة في استخدام برامج التواصل الاجتماعي " الفيس بوك".

5- توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة في استخدامك للفيس بوك

الجدول (7): يبين توزيع عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة في استخدامك للفييس بوك

النسبة المئوية %	العدد	عدد سنوات الخبرة في استخدامك للفييس بوك
4.5	8	لم استخدمه إطلاقاً
3.4	6	أقل من 3 سنوات
22.7	40	من 3 إلى أقل من 5 سنوات
69.3	122	أكثر من 5 سنوات
100.0	176	المجموع

يتبين من الجدول رقم (7) أن الأفراد الذين خبرتهم في استخدام الفييس بوك أكثر من 5 سنوات حصلوا على أعلى نسبة مئوية من العينة بلغت (69.3%)، تلاهم الأفراد الذين تراوحت خبرتهم في استخدامهم للفييس بوك من 3 إلى أقل من 5 سنوات شكلوا نسبة مئوية بلغت (22.7%)، تلاهم الأفراد الذين تراوحت خبرتهم في استخدام الفييس بوك أقل من 3 سنوات شكلوا نسبة مئوية بلغت (3.4%)، وشكل الأفراد الذين لم يستخدموا الفييس بوك إطلاقاً على أقل نسبة مئوية بلغت (4.5%)، وهذا يعني أن الذكور الذين يكون أعمارهم أقل من 25 سنة العزاب، والذين يكون برنامجهم الدراسة الحالي هو البكالوريوس، وخبرتهم في استخدام الفييس بوك أكثر من 5 سنوات هم الذين حصلوا على أعلى نسبة في استخدام برامج التواصل الاجتماعي "الفييس بوك". حيث أكدت دراسة نومار أن الأشخاص الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" من سنة إلى ثلاث سنوات هم الأكثر نسبة حيث بلغت حوالي 52.07% من أفراد العينة (نومار، 2012، ص110).

6- توزيع أفراد العينة حسب عدد مرات استخدام الفيس بوك

الجدول (8): يبين توزيع عينة الدراسة حسب عدد مرات استخدام الفيس بوك

عدد مرات استخدام للفيس بوك	العدد	النسبة المئوية %
مرة يومياً أو أكثر	143	81.3
مرة اسبوعياً أو أكثر	4	2.3
نادراً	10	5.7
غير ذلك	19	10.8
المجموع	176	100.0

يمثل الجدول رقم (8) عدد مرات استخدام الفيس بوك لأفراد العينة، حيث تبين أن أكثر العينة يستخدمون الفيس بوك مرة يومياً أو أكثر حيث شكلوا نسبة مئوية بلغت (81.3%)، يليه الأفراد الذين يستخدمون الفيس بوك غير الموجود حيث شكلوا نسبة مئوية بلغت (10.8%)، يليه الأفراد الذين يستخدمون الفيس بوك بشكل نادر حيث شكلوا نسبة مئوية بلغت (5.7%) يليه الأفراد الذين يستخدمون الفيس بوك مرة اسبوعياً أو أكثر حيث شكلوا نسبة مئوية بلغت (2.3%)، وهذا يعني أن الذكور الذين يكون أعمارهم اقل من 25 سنة العزاب، والذين يكون برنامجهم الدراسة الحالي هو البكالوريوس، وخبرتهم في استخدام الفيس بوك أكثر من 5 سنوات هم الذين يستخدمون الفيس بوك مرة يومياً أو أكثر وهم الذين حصلوا على أعلى نسبة في استخدام برامج التواصل الاجتماعي " الفيس بوك". حيث أكدت دراسة نومار أن الاشخاص الذين يستخدمون ما، وقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم هم الأكثر نسبة حيث بلغت 42.64% من العينة (نومار، 2012، ص114).

7- توزيع أفراد العينة حسب الهدف من استخدامك للفيس بوك؟

الجدول (9): يبين توزيع عينة الدراسة حسب الهدف من استخدامك للفيس بوك؟

النسبة المئوية %	العدد	الهدف من استخدامك للفيس بوك؟
27.8	49	اجتماعي
23.3	41	ثقافي
19.3	34	دراسي
17.6	31	تجاري/اقتصادي
5.1	9	سياسي
6.3	11	ديني
.6	1	للتسلية، والترفيه
100.0	176	المجموع

يمثل الجدول رقم (9) توزيع أفراد العينة حسب الهدف من استخدام الفيس بوك، حيث تبين أن الأفراد الذين يستخدمون الفيس بوك من أجل هدف (اجتماعي) حصلوا على أعلى نسبة مئوية من العينة بلغت (27.8%)، يليه الأفراد الذين يستخدمون الفيس بوك من أجل هدف (ثقافي) حيث حصلوا على نسبة مئوية بلغت (23.3%)، يليه الأفراد الذين يستخدمون الفيس بوك من أجل هدف (دراسي) حيث حصلوا على نسبة مئوية بلغت (19.3%)، يليه الأفراد الذين يستخدمون الفيس بوك من أجل هدف (تجاري/اقتصادي) حيث حصلوا على نسبة مئوية بلغت (17.6%)، يليه الأفراد الذين يستخدمون الفيس بوك من أجل هدف (ديني)

حيث حصلوا على نسبة مئوية بلغت (6.3%)، حيث حصلوا على نسبة مئوية بلغت (5.1%)، وشكل الأفراد الذين استخدموا الفيس بوك لغايات التسلية، والترفيه على أقل نسبة مئوية من العينة بلغت (0.6%)، وهذا يعني أن الذكور الذين يكون أعمارهم اقل من 25 سنة العزاب، والذين يكون برنامجهم الدراسة الحالي هو البكالوريوس، وخبرتهم في استخدام الفيس بوك أكثر من 5 سنوات، والذين يستخدمون الفيس بوك مرة يومياً أو أكثر هم الذين يستخدمون الفيس بوك من أجل هدف اجتماعي، وحصلوا على اعلى نسبة في استخدام برامج التواصل الاجتماعي " الفيس بوك".

وأكدت دراسة نومان بان الهدف من مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" للتواصل مع الأصدقاء، والأهل، ومن أجل التثقيف هم الذين حصلوا على أعلى النسب حيث بلغت نسبة التواصل مع الأهل، والأصدقاء نسبة 14.75% من العينة، والتثقيف أيضاً بلغت حوالي 14.75% من العينة (نومان، 2012، ص134). كما أكدت دراسة الطاهات بان الاشخاص الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التواصل مع الأصدقاء، والاقرباء حصلوا على أعلى نسبة حيث بلغت 63.23% من العينة (طاهات، 2013، ص77) .

8- توزيع أفراد العينة حسب النشاطات التي يقومون بها اثناء استخدام للفيس بوك

الجدول (10): يبين توزيع عينة الدراسة حسب النشاطات التي يقومون بها اثناء استخدام للفيس بوك

النسبة المئوية %	العدد	النشاطات التي يقومون بها اثناء استخدام للفيس بوك
27.8	49	البحث عن معلومات
11.4	20	للمتعة
26.7	47	التسوق
18.2	32	تسويق لمنتجات
10.8	19	للتواصل الاجتماعي مع الآخرين
4.5	8	تبادل الثقافة، والخبرات
.6	1	للاطلاع على كل جديد
100.0	176	المجموع

يمثل الجدول رقم (10) توزيع أفراد العينة حسب النشاطات التي يقومون بها اثناء استخدام للفيس بوك، حيث أن الأفراد الذين يقومون بنشاط البحث عن معلومات على أعلى نسبة مئوية من العينة بلغت (27.8%)، يليه الأفراد الذين يقومون بنشاط التسوق حيث حصلوا على نسبة مئوية بلغت (26.7%)، يليه الأفراد الذين يقومون بنشاط تسويق المنتجات حيث حصلوا على نسبة مئوية بلغت (18.2%)، يليه الأفراد الذين يقومون بنشاط المتعة حيث حصلوا على نسبة مئوية بلغت (11.4%)، يليه الأفراد الذين يقومون بنشاط تبادل الثقافة، والخبرات حيث حصلوا على نسبة مئوية بلغت (4.5%)، يليه الأفراد الذين يقومون بنشاط التواصل الاجتماعي مع الآخرين حيث حصلوا على نسبة مئوية بلغت (1.8%)، والأفراد الذين يقومون بنشاط الاطلاع على كل ما هو جديد شكلوا أقل نسبة مئوية من العينة حيث بلغت (0.6%)..

وهذا يعني أن الذكور الذين يكون أعمارهم اقل من 25 سنة العزاب، والذين يكون برنامجهم الدراسة الحالي هو البكالوريوس، وخبرتهم في استخدام الفيس بوك أكثر من 5 سنوات هم الذين يستخدمون الفيس بوك مرة يومياً أو أكثر هم الذين يستخدمون الفيس بوك من أجل هدف اجتماعي، والذين يقومون بنشاط البحث عن معلومات حصلوا على أعلى نسبة مئوية من العينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك".

3-5 أداة الدراسة:

استخدامك للفيس بوك، الهدف من استخدامك للفيس بوك، النشاطات التي تقوم بها أثناء استخدامك للفيس بوك).

القسم الثاني: يتكون من (22) فقرة تقيس المتغير المستقل (جودة مواقع التواصل الاجتماعي)، ويتكون من خمسة محاور:

خمسة محاور:

المحور الأول: جودة المواقع (جودة النظام)، وتتكون من (5) فقرات.

المحور الثاني: جودة المعلومات (جودة المحتوى)، وتتكون من (5) فقرات.

المحور الثالث: جودة الخدمة، وتتكون من (4) فقرات.

المحور الرابع: الروابط الاجتماعية، وتتكون من (4) فقرات.

المحور الخامس: الثقافة، وتتكون من (4) فقرات.

القسم الثالث: وهو عبارة عن المتغير الوسيط (الاستخدام، والرضا)، ويتكون من محوران:

المحور الأول: الاستخدام، ويتكون من (6) فقرات.

المحور الثاني: الرضى، ويتكون من (4) فقرات.

القسم الرابع: وهو عبارة عن المتغير التابع (القيم الأخلاقية)، ويتكون من (5) فقرات.

ولقد تم اختيار مقياس ليكرت (Likert) الخماسي لأنه يعتبر من أكثر المقاييس استخداماً لسهولة فهمه، وتوازن درجاته، حيث يشير أفراد العينة الخاضعين للاختبار عن مدى موافقتهم على كل عبارة من المتغيرات على النحو التالي:

الجدول (11): مقياس ليكرت الخماسي

أوافق بشدة	أوافق بدرجة متوسطة	موافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
(5) درجات	(4) درجات	(3) درجات	(2) درجة	(1) درجة

6-3 الأهمية النسبية:

وتم تصنيف الإجابات إلى ثلاثة فئات (ضعيف، ومتوسط، ومرتفع)، وفقاً لما يلي:

الجدول (12): الأهمية النسبية

التقدير	القيمة
منخفض	2.33 فأقل
متوسط	3.67-2.34
مرتفع	3.68 فأكثر

7-3 صدق الاستبانة:

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما، وضعت لقياسه، وقامت الباحثة بالتأكد من صدق الاستبانة من خلال عرض الاستبانة على مجموعه من المحكمين تألفت من (8) أعضاء من الهيئة التدريسية، والمتخصصين، وقد استجابت الباحثة لآراء المحكمين، وقامت بأجراء ما يلزم من حذف، وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة.

8-3- ثبات الأداة:

وقد تحققت الباحثة من ثبات استبانة الدراسة من خلال اختبار معامل ألفا كرونباخ، وذلك كما في الجدول 13:

الجدول (13): نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

ت	المحور	معامل ألفا كرونباخ
1	جودة المواقع (جودة النظام)	0.727
2	جودة المعلومات (جودة المحتوى)	0.696
3	الخدمة	0.648
4	الروابط الاجتماعية	0.655
5	الثقافة	0.626
6	الاستخدام	0.702
7	الرضى	0.791
8	القيم الأخلاقية	0.635
	المقياس ككل	0.950

يتبين من نتائج الموضحة في جدول (13) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع محاور الدراسة أكبر من 0.60، وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من صدق، وثبات استبانة الدراسة مما يجعلها على ثقة بصحة الاستبانة، وصلاحياتها لتحليل النتائج، والإجابة على أسئلة الدراسة، واختبار فرضيتها.

3-9 الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لاختبار فرضيات الدراسة فقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية في برنامج (SPSS) حيث أن المقياس المستخدم (5-1)، وهو مقياس ليكرت ذي التوزيع الخماسي، ولقد أخذت الباحثة عينة مقدارها (176) من طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في العاصمة عمان، وقد استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية الآتية: في معالجة بيانات الدراسة:

1. مقاييس النزعة المركزية (Measures of Central Tendency): مثل الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والتكرارات، والنسب المئوية، وذلك لوصف آراء عينة الدراسة، ولتحديد أهمية العبارات الواردة في الاستبانة.

2. اختبار كرونباخ ألفا (Cronbachs Alpha):، وذلك لاختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة، بمعنى آخر قياس ثبات الأداة على كل فقرات الاستبانة في الاختبار.

3. تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regression): وذلك من أجل اختبار تأثير المتغيرات المستقلة مجتمعة في المتغير التابع، وهو القيم الأخلاقية

4. تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression): وذلك من أجل اختبار تأثير المتغيرات المستقلة منفردة في المتغير التابع، وهو القيم الأخلاقية.

الفصل الرابع

نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات

1-4 عرض نتائج الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية حيث تم توزيع (200) استبانة على افراد عينة الدراسة، وتم استرداد (176) استبانة لأغراض التحليل الإحصائي. وبعد تطبيق أداة الدراسة، جمعت استجابات أفراد عينة الدراسة، وحولت استجاباتهم إلى درجات، ثم تم إيجاد التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، واختبار الانحدار لفحص موضوع تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية، وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

1-1-4 نتائج الاحصاء الوصفي:

السؤال الأول: ما هو مدى تأثير جوده مواقع التواصل الإلكترونية على القيم الأخلاقية للطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة؟

1- جودة المواقع (جودة النظام)

تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول (14): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية جودة مواقع التواصل الاجتماعي

الرقم	نص الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1	السرعة في تحميل الصفحة.	1	4.24	.699	مرتفع
2	تصميم المحتوى مناسب لاستخدامي.	2	4.15	.677	مرتفع
3	ظهور المحتوى المطلوب مباشرة عند الضغط على اي رابط.	5	3.50	1.085	مرتفع
4	البيانات تعرض بشكل منظم.	4	3.64	1.086	متوسط
5	عملية التنقل بين الصفحات تتم بسهولة.	3	4.13	.736	مرتفع
	الدرجة الكلية لمجال جودة مواقع التواصل الاجتماعي				
			3.90	.606	مرتفع

يتضح من الجدول السابق أن درجة الموافقة على متغير جودة مواقع التواصل الاجتماعي كانت مرتفعة بدلالة المتوسط الحسابي (3.90). ويتضح من الجدول السابق أن أعلى الفقرات موافقةً هي الفقرة (1) التي نصت على "السرعة في تحميل الصفحة" حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (4.24)، وهي درجة مرتفعة، وكما اتضح أيضاً أقل الفقرات موافقةً هي الفقرة (3)، والتي تنص على "ظهور المحتوى المطلوب مباشرة عند الضغط على أي رابط"، حيث كان المتوسط الحسابي لها يساوي (3.50)، وهي درجة مرتفعة.

2- جودة المعلومات (جودة المحتوى)

تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول (15) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لمتغير جودة المعلومات (جودة المحتوى)

الرقم	نص الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1	المحتوى موثوق لأي رابط.	5	3.10	1.188	متوسط
2	احتواء الموقع على صفحات مهمة.	1	3.91	.803	مرتفع
3	المعلومات موثوق بها.	4	3.10	1.000	متوسط
4	المعلومات المعروضة كافية لإشباع حاجتي.	3	3.23	1.020	متوسط
5	السرعة في الوصول إلى المعلومة المطلوبة.	2	3.64	.952	متوسط
	الدرجة الكلية لمجال جودة المعلومات (جودة المحتوى)				
			3.48	.674	مرتفع

يتضح من الجدول السابق أن درجة الموافقة على متغير جودة المعلومات (جودة المحتوى) كانت مرتفعة بدلالة المتوسط الحسابي (3.48). ويتضح من الجدول السابق أن أعلى الفقرات موافقةً هي الفقرة (2) التي نصت على "احتواء الموقع على صفحات مهمة". حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (3.91)، وهي درجة مرتفعة، وكما اتضح أيضاً أقل الفقرات موافقةً هي الفقرة (1)، والتي تنص على "المحتوى موثوق لأي رابط"، حيث كان المتوسط الحسابي لها يساوي (3.10)، وهي درجة متوسطة.

3- جودة الخدمة

تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول (16) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لمتغير الخدمة

الرقم	نص الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1	تتوفر، وسائل مساعدة في اعدادات البرنامج تساعد على حل المشاكل التي قد تواجهك أثناء الاستخدام.	1	3.85	.907	مرتفع
2	انجاز الخدمات المطلوبة في الوقت المطلوب.	3	3.73	.794	مرتفع
3	يقوم بعمل تحديثات بشكل مستمر للصفحات التي يقوم المستخدم بمتابعتها على الموقع.	2	3.85	.991	مرتفع
4	يجيب عن كافة اسئلة المستخدم.	4	3.41	.972	مرتفع
	الدرجة الكلية لمجال جودة الخدمة				
			3.75	.640	مرتفع

يتضح من الجدول السابق أن درجة الموافقة على متغير جودة الخدمة كانت مرتفعة بدلالة المتوسط الحسابي (3.75). ويتضح من الجدول السابق أن أعلى الفقرات موافقةً هي الفقرة (1) التي نصت على " تتوفر، وسائل مساعدة في اعدادات البرنامج تساعد على حل المشاكل التي قد تواجهك أثناء الاستخدام" حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (3.85)، وهي درجة مرتفعة، وكما اتضح أيضاً أقل الفقرات موافقةً هي الفقرة (4)، والتي تنص على "يجيب عن كافة اسئلة المستخدم"، حيث كان المتوسط الحسابي لها يساوي (3.41)، وهي درجة مرتفعة.

4-الروابط الاجتماعية

تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول (17): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لمتغير الروابط الاجتماعية

الرقم	نص الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1	حصلت على صداقات مختلفة.	1	3.85	1.179	مرتفع
2	اقضي أوقات الفراغ للاطمئنان على اصدقائي.	2	3.74	1.030	مرتفع
3	جعلني شخصاً غير اجتماعي (انطوائياً).	4	2.34	1.273	متوسط
4	اثق بالأشخاص الذين حصلت على صداقتهم عبر الموقع.	3	2.82	1.249	متوسط
الدرجة الكلية لمجال الروابط الاجتماعية					
			3.26	.831	مرتفع

يتضح من الجدول السابق أن درجة الموافقة على متغير الروابط الاجتماعية كانت مرتفعة بدلالة المتوسط الحسابي (3.26). ويتضح من الجدول السابق أن أعلى الفقرات موافقةً هي الفقرة (1) التي نصت على "حصلت على صداقات مختلفة" حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (3.85)، وهي درجة مرتفعة، وكما اتضح أيضاً أقل الفقرات موافقةً هي الفقرة (3)، والتي تنص على "جعلني شخصاً غير اجتماعي (انطوائياً)"، حيث كان المتوسط الحسابي لها يساوي (2.34)، وهي درجة متوسطة.

تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول (18): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لمتغير الثقافة

الرقم	نص الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1	يساهم في رفع المستوى الثقافي لمستخدميه	2	3.63	.976	متوسط
2	ساعدني في معرفة عادات، وتقاليد البلدان الأخرى.	1	3.70	1.084	مرتفع
3	ساعدني على اكتساب أصدقاء من مختلف أنحاء العالم.	3	3.41	1.187	متوسط
4	يؤثر على التحصيل الدراسي إيجاباً.	4	3.02	1.228	متوسط
	الدرجة الكلية لمجال الثقافة		3.44	.769	مرتفع

يتضح من الجدول السابق أن درجة الموافقة على متغير الثقافة كانت مرتفعة بدلالة المتوسط الحسابي (3.44). ويتضح من الجدول السابق أن أعلى الفقرات موافقةً هي الفقرة (2) التي نصت على "ساعدني في معرفة عادات، وتقاليد البلدان الأخرى" حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (3.70)، وهي درجة مرتفعة، وكما اتضح أيضاً أقل الفقرات موافقةً هي الفقرة (4)، والتي تنص على "يؤثر على التحصيل الدراسي إيجاباً"، حيث كان المتوسط الحسابي لها يساوي (3.02)، وهي درجة متوسطة.

السؤال الثاني: ما هو تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على الاستخدام؟

1-الاستخدام

تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول (19) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لمتغير الاستخدام

الرقم	نص الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1	اتابع صفحات أصدقائي بشكل مستمر.	3	3.56	1.131	متوسط
2	اتحدث مع أصدقائي من خلال خيار المحادثة بشكل مستمر.	1	3.84	.953	مرتفع
3	أضع اعجاب على معظم منشورات أصدقائي.	2	3.70	1.065	مرتفع
4	أضع تعليق على معظم منشورات أصدقائي.	4	3.42	1.119	متوسط
5	اعمل مشاركة لجميع منشورات الأصدقاء.	6	2.44	1.273	متوسط
6	اتسعت شبكة صداقاتي إلى خارج الوطن.	5	3.23	1.247	متوسط
الدرجة الكلية لمجال الاستخدام					متوسط
			3.33	.794	

يتضح من الجدول السابق أن درجة الموافقة على متغير الاستخدام كانت مرتفعة بدلالة المتوسط الحسابي (3.3). ويتضح من الجدول السابق أن أعلى الفقرات موافقةً هي الفقرة (2) التي نصت على "اتحدث مع أصدقائي من خلال خيار المحادثة بشكل مستمر." حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (3.84)، وهي درجة مرتفعة، وكما اتضح أيضاً أقل الفقرات موافقةً هي الفقرة (5)، والتي تنص على "اعمل مشاركة لجميع منشورات الأصدقاء"، حيث كان المتوسط الحسابي لها يساوي (2.44)، وهي درجة متوسطة.

السؤال الثالث: ما هو تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على الرضا؟

2- الرضا

تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول (20): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لمتغير الرضا

الرقم	نص الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1	اشعر بالرضى عن جودته.	2	3.92	.744	مرتفع
2	اشعر بالرضى عن الخدمات المقدمة.	1	3.96	.706	مرتفع
3	اشعر بالرضى عن التحديثات المقدمة.	4	3.50	1.214	مرتفع
4	أشعر بالرضى عند الاستخدام لأنه يلبي جميع احتياجاتي.	3	3.67	.903	متوسط
	الدرجة الكلية لمجال الرضا		3.72	.682	مرتفع

يتضح من الجدول السابق أن درجة الموافقة على متغير الرضا كانت مرتفعة بدلالة المتوسط الحسابي (3.72). ويتضح من الجدول السابق أن أعلى الفقرات موافقةً هي الفقرة (2) التي نصت على "اشعر بالرضى عن الخدمات المقدمة" حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (3.96)، وهي درجة مرتفعة، وكما اتضح أيضاً أقل الفقرات موافقةً هي الفقرة (3)، والتي تنص على "اشعر بالرضى عن التحديثات المقدمة"، حيث كان المتوسط الحسابي لها يساوي (3.50)، وهي درجة مرتفعة.

المتغير التابع -القيم الأخلاقية

تم حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

الجدول (21) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لمتغير القيم الأخلاقية

الرقم	نص الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1	يتم تداول كلمات غير أخلاقية على صفحات الأصدقاء.	3	3.02	1.381	متوسط
2	تم اختراق حسابي مرة على الأقل فيما سبق.	2	3.31	1.457	متوسط
3	يتم مشاركة (المواضيع، والأخبار) دون ذكر المصدر.	5	2.61	1.084	متوسط
4	يشجع على القيم الأخلاقية الإيجابية.	4	2.72	.972	متوسط
5	أشارك الاخبار على صفحتي دون التحقق من مصدرها.	1	3.36	1.310	متوسط
الدرجة الكلية لمجال القيم الأخلاقية					
			2.9739	.79599	متوسط

يتضح من الجدول السابق أن درجة الموافقة على متغير القيم الأخلاقية كانت متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي (2.97). ويتضح من الجدول السابق أن أعلى الفقرات موافقةً هي الفقرة (5) التي نصت على "أشارك الاخبار على صفحتي دون التحقق من مصدرها" حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (3.36)، وهي درجة متوسطة، وكما اتضح أيضا أقل الفقرات موافقةً هي الفقرة (3)، والتي تنص على " يتم مشاركة (المواضيع، والأخبار) دون ذكر المصدر"، حيث كان المتوسط الحسابي لها يساوي (2.61)، وهي درجة متوسطة.

2-4 مناقشة الفرضيات:

الفرضية الرئيسة

H01 الفرضية الأولى: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المواقع (جودة النظام) ، جودة المحتوى (جودة المعلومات) ، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) على القيم الأخلاقية.

ولاختبار مدى صحة الفرضية تم استخدام اختبار الانحدار لمتوسطات آراء عينة الدراسة لمعرفة مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة مواقع التواصل الاجتماعي، والقيم الأخلاقية، على مستوى دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$)، والجدول (22) يفسر نتائج الاختبار.

الجدول (22): نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين جودة مواقع التواصل الاجتماعي بأبعادها (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة)، والقيم الأخلاقية

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	مستوى الدلالة
1 الانحدار	25.007	5	5.001	9.901	.000a
البواقي (الخطأ)	85.872	170	.505		
الكلي	110.880	175			

يتضح من النتائج المبينة في الجدول (22)، أن قيمة (F) المحسوبة، والبالغة (9.901) أكبر من قيمة (F) الجدولية، والبالغة (3.84)، وكذلك قيمة الدلالة الاحصائية (Sig) البالغة (0.000) هي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$)، عليه ترفض الفرضية الصفرية (H_0)، يعني هذا ثبوت صلاحية نموذج الانحدار الخطي المتعدد، وبالتالي يوجد أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لجودة مواقع التواصل الاجتماعي بأبعادها (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) على القيم الأخلاقية.

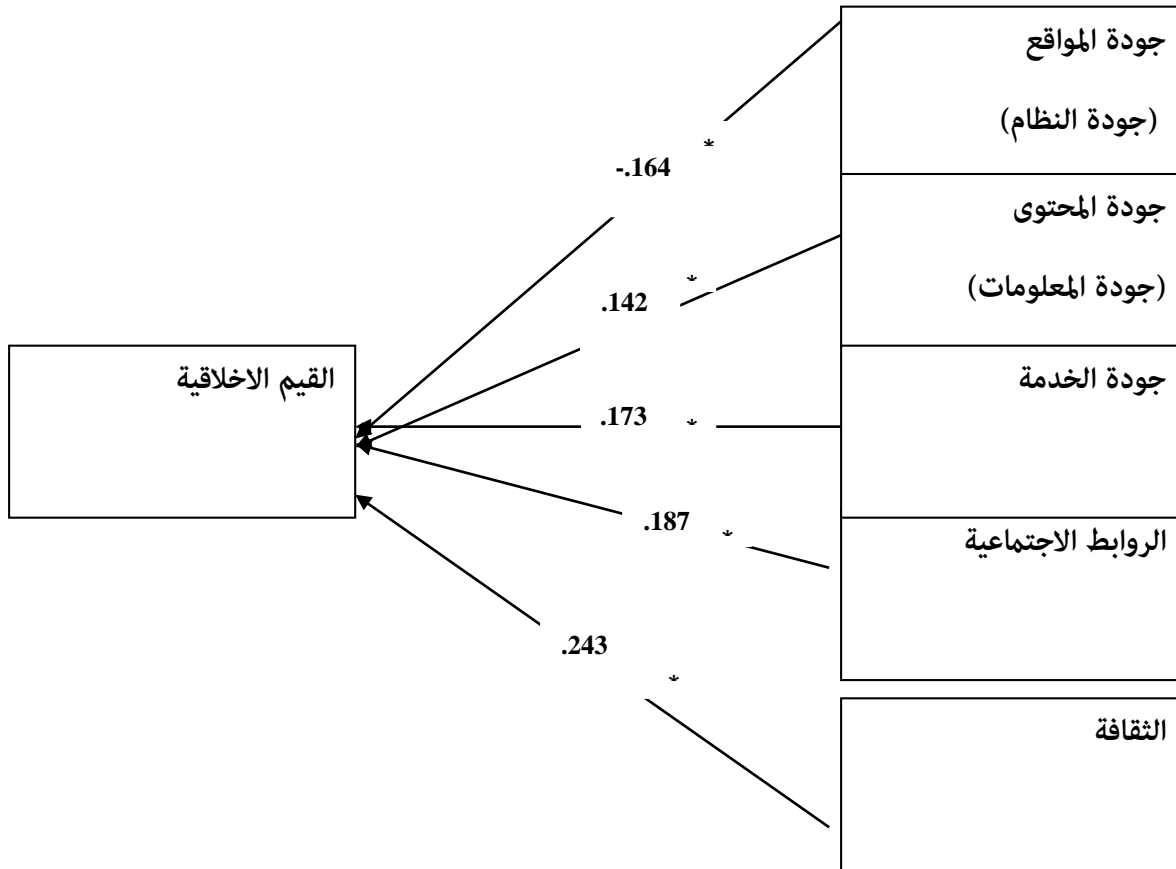
الجدول (23): نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد، لقياس تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية

المتغير	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
جودة المواقع (جودة النظام)	-.164	.108	-.125	-1.514	.132
جودة المعلومات (جودة المحتوى)	.142	.102	.120	1.396	.165
جودة الخدمة	.173	.109	.139	1.589	.114
الروابط الاجتماعية	.187	.083	.195	2.255	.025
الثقافة	.243	.091	.235	2.671	.008
معامل الارتباط المتعدد (R)	.475				
معامل التفسير (R2)	.262				

يتبين من الجدول اعلاه تأثير الروابط الاجتماعية، والثقافة حيث بلغت قيمة بيتا على التوالي (0.235، 0.195)، وأن قيمة (ت) للمتغيرات بلغت على التوالي (2.671، 2.255)، وهي قيم ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) = α ، بينما بلغت قيم بيتا للمتغيرات جودة المواقع، جودة المعلومات، الخدمة على التوالي (0.139، 0.120، 0.125)، وأن قيمة (ت) للمتغيرات بلغت على التوالي (1.589، 1.396، 1.514)، وهي قيم ليست دالة احصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) = α ، والشكل (2) يبين التأثير المباشر لجودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية

الشكل (2): التأثير المباشر لجودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية

المتغير المستقل المتغير التابع



الفرضية الثانية:

H02-1 لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المواقع (جودة النظام) ، جودة المحتوى (جودة المعلومات) ، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) على العوامل الشخصية (الاستخدام)

الاستخدام

ولاختبار مدى صحة الفرضية تم استخدام اختبار الانحدار لمتوسطات آراء عينة الدراسة لمعرفة مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة مواقع التواصل الاجتماعي، والعوامل الشخصية (الاستخدام)، على مستوى دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$)، والجدول (24) يفسر نتائج الاختبار.

الجدول (24): نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين جودة مواقع التواصل الاجتماعي بأبعادها (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة)، والعوامل الشخصية (الاستخدام)

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	مستوى الدلالة
1 الانحدار	48.952	5	9.790	27.058	.000a
البواقي (الخطأ)	61.512	170	.362		
الكلي	110.464	175			

يتضح من النتائج المبينة في الجدول (24)، أن قيمة (F) المحسوبة، والبالغة (27.058) أكبر من قيمة (F) الجدولية، والبالغة (3.84)، وكذلك قيمة الدلالة الاحصائية (Sig) البالغة (0.000) هي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$)، عليه ترفض الفرضية الصفرية (H_0)، يعني هذا ثبوت صلاحية أتمودج الانحدار الخطي المتعدد، وبالتالي يوجد أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لجودة مواقع التواصل الاجتماعي بأبعادها (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) على العوامل الشخصية (الاستخدام).

الجدول (25): نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد، لقياس تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على العوامل الشخصية (الاستخدام)

المتغير	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
جودة المواقع (جودة النظام)	.167	.092	.128	1.822	.070
جودة المعلومات (جودة المحتوى)	.188	.086	.160	2.186	.030
جودة الخدمة	-.011	.092	-.009	-.117	.907
الروابط الاجتماعية	.393	.070	.412	5.606	.000
الثقافة	.167	.077	.162	2.170	.031
معامل الارتباط المتعدد (R)	0.666				
معامل التفسير (R ²)	0.443				

يتبين من الجدول اعلاه تأثير جودة المعلومات، الروابط الاجتماعية، الثقافة حيث بلغت قيمة بيتا على التوالي (0.160، 0.412، 0.162)، وأن قيمة (ت) للمتغيرات بلغت على التوالي (2.186، 5.606، 2.170)، وهي قيم ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، بينما بلغت قيم بيتا للمتغيرات جودة المواقع، الخدمة على التوالي (0.128، 0.009)، وأن قيمة (ت) للمتغيرات بلغت على التوالي (1.822، 0.177)، وهي قيم ليست دالة احصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

الرضا

H02-2 لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha = 0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المواقع (جودة النظام) ، جودة المحتوى (جودة المعلومات) ، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) على العوامل الشخصية (الرضا).

ولاختبار مدى صحة الفرضية تم استخدام اختبار الانحدار لمتوسطات آراء عينة الدراسة لمعرفة مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة مواقع التواصل الاجتماعي، والعوامل الشخصية (الرضا)، على مستوى دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$)، والجدول (26) يفسر نتائج الاختبار.

الجدول (26): نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين جودة مواقع التواصل الاجتماعي بأبعادها (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة)، والعوامل الشخصية (الرضا)

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	مستوى الدلالة
1 الانحدار	37.838	5	7.568	29.444	.000a
البواقي (الخطأ)	43.693	170	.257		
الكلي	81.531	175			

يتضح من النتائج المبينة في الجدول (26)، أن قيمة (F) المحسوبة، والبالغة (29.444) أكبر من قيمة (F) الجدولية، والبالغة (3.84)، وكذلك قيمة الدلالة الاحصائية (Sig) البالغة (0.000) هي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$)، عليه ترفض الفرضية الصفرية (H_0)، يعني هذا ثبوت صلاحية نموذج الانحدار الخطي المتعدد، وبالتالي يوجد أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لجودة مواقع التواصل الاجتماعي بأبعادها (جودة المواقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) على العوامل الشخصية (الرضا).

الجدول (27) نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد، لقياس تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على العوامل الشخصية (الرضا)

المتغير	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
جودة المواقع (جودة النظام)	.184	.077	.164	2.384	.018
جودة المعلومات (جودة المحتوى)	.185	.073	.183	2.552	.012
جودة الخدمة	.347	.078	.325	4.464	.000
الروابط الاجتماعية	.112	.059	.136	1.893	.060
الثقافة	.085	.065	.096	1.307	.193
معامل الارتباط المتعدد (R)	0.681				
معامل التفسير (R ²)	0.464				

يتبين من الجدول اعلاه تأثير جودة المواقع، جودة المعلومات، الخدمة حيث بلغت قيمة بيتا على التوالي (0.164، 0.183، 0.325)، وأن قيمة (ت) للمتغيرات بلغت على التوالي (2.384، 2.552، 4.464)، وهي قيم ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، بينما بلغت قيم بيتا للمتغيرات الروابط الاجتماعية، الثقافة على التوالي (0.136، 0.096)، وأن قيمة (ت) للمتغيرات بلغت على التوالي (1.893، 1.307)، وهي قيم ليست دالة احصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

الفرضية الثالثة:

Ho3 لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) للعوامل الشخصية (الاستخدام، الرضا) على القيم الأخلاقية.

ولاختبار مدى صحة الفرضية تم استخدام اختبار الانحدار لمتوسطات آراء عينة الدراسة لمعرفة مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الشخصية، والقيم الأخلاقية على مستوى دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$)، والجدول (28) يفسر نتائج الاختبار.

الجدول (28) نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين العوامل الشخصية، والقيم الأخلاقية

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	مستوى الدلالة
1 الانحدار	20.018	2	10.009	19.057	.000a
البواقي (الخطأ)	90.862	173	.525		
الكلي	110.880	175			

يتضح من النتائج المبينة في الجدول (28)، أن قيمة (F) المحسوبة، وبالبالغة (19.057) أكبر من قيمة (F) الجدولية، وبالبالغة (3.84)، وكذلك قيمة الدلالة الاحصائية (Sig) البالغة (0.000) هي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$)، عليه ترفض الفرضية الصفرية (H_0)، يعني هذا ثبوت صلاحية نموذج الانحدار الخطي المتعدد،

وبالتالي يوجد أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) للعوامل الشخصية (الاستخدام، الرضا) على القيم الأخلاقية.

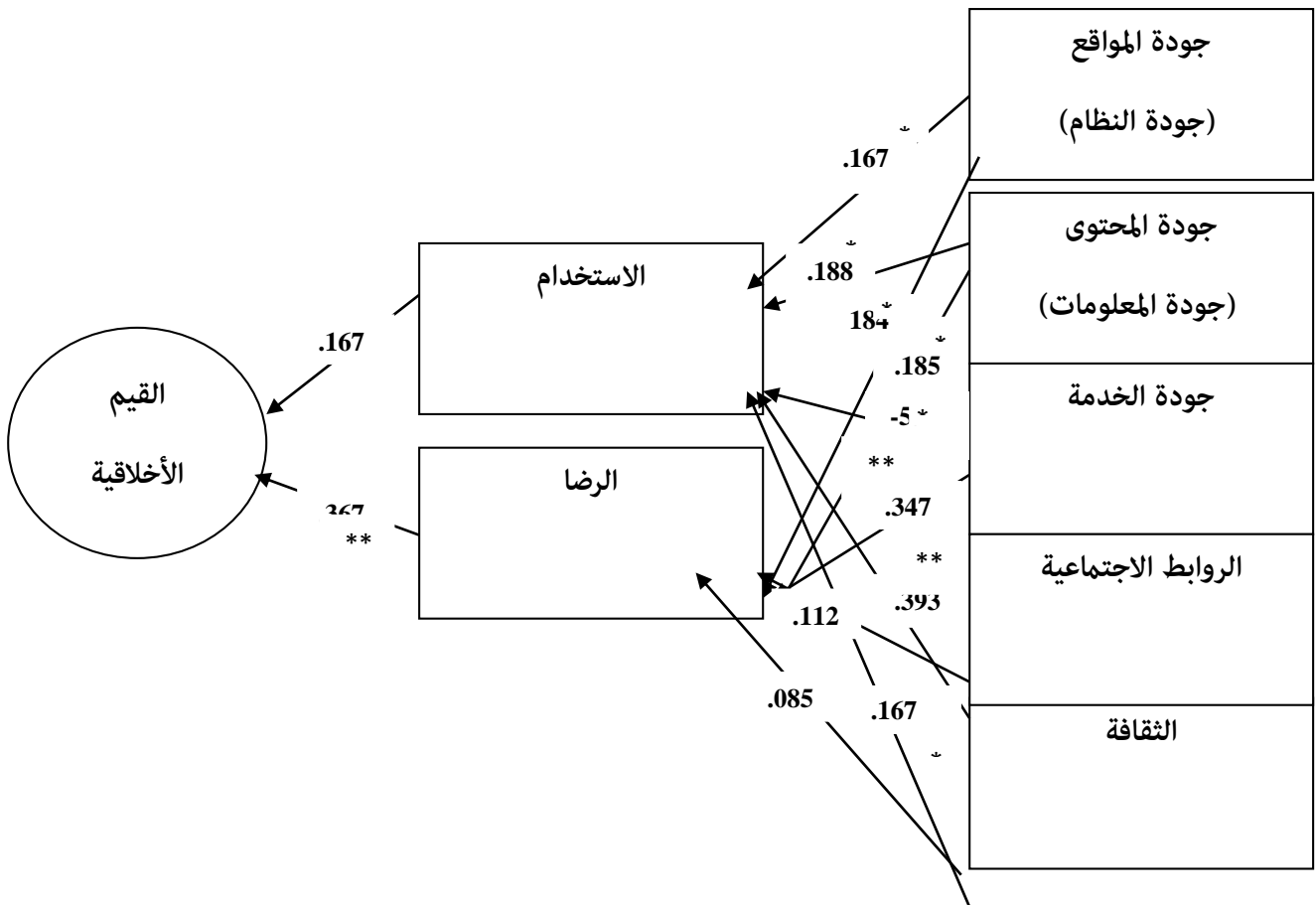
الجدول (29) نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد، لقياس تأثير العوامل الشخصية (الاستخدام، الرضا) على القيم الأخلاقية

المتغير	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
الاستخدام	.116	0.92	.100	1.259	.210
الرضا	.367	.079	.366	4.621	.000
معامل الارتباط المتعدد (R)	0.425				
معامل التفسير (R ²)	0.181				

يتبين من الجدول اعلاه تأثير الاستخدام حيث بلغت قيمة بيتا (.116)، وأن قيمة (ت) بلغت (1.259)، وهي ليست قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، بينما بلغت قيم بيتا للرضا (.367)، وقيمة (ت) بلغت (4.621)، وهي قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)،. والشكل (3) يبين التأثير الغير مباشر لجودة مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الوسيط (الاستخدام، الرضا) على القيم الأخلاقية

الشكل (3): التأثير غير المباشر لجودة مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الوسيط (الاستخدام، والرضا) على القيم الأخلاقية

المتغير المستقل الوسيط المتغير التابع



الجدول (30) أثر المتغيرات المستقلة (الأثر الكلي، والغير مباشر) على المتغير التابع (القيم الأخلاقية) من خلال المتغيرين الوسيط (الرضا، والاستخدام)

المتغير	الأثر الكلي عن طريق الرضا	الأثر الكلي عن طريق الاستخدام	التأثير غير المباشر عن طريق الرضا	التأثير غير المباشر عن طريق الاستخدام
جودة الموقع (جودة النظام)	0.164	-0.104	-0.02	0.06
جودة المحتوى (جودة المعلومات)	0.205	0.192	0.02	0.05
جودة الخدمة	0.367	0.233	0.02	0.06
الروابط الاجتماعية	0.132	0.257	0.02	0.07
الثقافة	0.115	0.333	0.03	0.59
المجموع	0.983	1.119		

نجد من الجدول رقم (29) بأن المتغير الوسيط (الرضا) أثره أكبر من المتغير الوسيط (الاستخدام)، حيث أن الأثر الكلي لمتغير الرضا كوسيط للمتغيرات المستقلة (جودة الموقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية، الثقافة) على المتغير التابع (القيم الأخلاقية) شكل (98.%) من الأثر الوسيط الكلي للمتغيرين، ونجد بأن المتغير الوسيط (الاستخدام) أثره أصغر من المتغير الوسيط (الرضا)، حيث أن الأثر الكلي لمتغير الاستخدام كوسيط للمتغيرات المستقلة (جودة الموقع (جودة النظام)،

وجودة المحتوى (جودة المعلومات)، وجودة الخدمة، والروابط الاجتماعية، الثقافة) على المتغير التابع (القيم الاخلاقية) شكل (1.11%) من الأثر الوسيط الكلي للمتغيرين، وهو أثر ضعيف.

نجد أن (جودة الموقع (جودة النظام)، جودة المحتوى (جودة المعلومات)، جودة الخدمة، الروابط الاجتماعية) لها أعظم التأثير على رضا المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي على القيم الأخلاقية في مواقع التواصل الاجتماعي.

وأيضاً نجد أن معظم المتغيرات ليس لها تأثير على معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن (جودة الموقع (جودة النظام)، وجودة الخدمة) لا يؤثران على الاستخدام بينما تؤثر العوامل الثقافية بشكل كبير على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة للروابط الاجتماعية، بمعنى أن العوامل الاجتماعية، والثقافة لها أعظم التأثير في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

تناولت الباحثة في هذا الفصل أهم النتائج التي تم التوصل إليها، وعددًا من التوصيات في ضوء النتائج

1-5 مناقشة النتائج:

1-مناقشة النتائج المتعلقة بتحليل استبانة الدراسة.

أولاً: المتغير المستقل، وهو جودة مواقع التواصل الاجتماعي

_ بعد جودة الموقع (جودة النظام)

يمثل الجدول رقم (14) قيم الوسط الحسابي، والانحراف المعياري لمتغير جودة الموقع (جودة النظام) حيث أعلى قيمة للمتوسط الحسابي كان للسؤال (1)، والذي ينص على " السرعة في تحميل الصفحة"، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (4.24)، وانحراف معياري (1.085)، ويمكن تفسير ذلك من خلال أنه يجب على صفحة الموقع أن تكون سريعة في التحميل بحيث تؤدي الغرض المطلوب منها، كما أن أقل متوسط حسابي كان للفقرة (3)، والتي تنص على "ظهور المحتوى المطلوب مباشرة عند الضغط على أي رابط"، والتي بلغ متوسطها الحسابي (3.50) بانحراف معياري (699)، ويمكن تفسير ذلك من خلال انه يجب أن يظهر المحتوى المطلوب مباشرة عندما يتم الضغط على أي رابط في الموقع من اجل تلبية الغرض المطلوب، أما المتوسط الحسابي العام فقد بلغ (2.09)، وانحراف معياري (606)، ومستوى عام منخفض.

_ بعد جودة المعلومات (جودة المحتوى)

يمثل الجدول رقم (15) قيم الوسط الحسابي، والانحراف المعياري لمتغير جودة المعلومات (جودة المحتوى) حيث أعلى قيمة للمتوسط الحسابي كان للسؤال (2)، والذي ينص على "احتواء الموقع على صفحات مهمة"، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.91)، وانحراف معياري (1.000)، ويمكن تفسير ذلك من خلال أن الموقع يجب أن يحتوي على صفحات مهمة للمستخدم تلبى الغرض المطلوب منها، كما أن أقل متوسط حسابي كان للفقرة (1) والتي تنص على "المحتوى موثوق لأي رابط"، والتي بلغ متوسطها الحسابي (3.10)، وانحراف معياري (0.803)، ويمكن تفسير ذلك من خلال انه يجب أن تكون معلومات أي رابط يتم الضغط عليه في الموقع صحيحة، وموثوق بها من اجل تحقيق الغرض المطلوب للمستخدم، أما المتوسط الحسابي العام فقد بلغ (3.48)، وانحراف معياري (0.674)، وبمستوى عام مرتفع.

بعد جودة الخدمة_

يمثل الجدول رقم (16) قيم الوسط الحسابي، والانحراف المعياري لمتغير جودة الموقع (جودة الخدمة) حيث أعلى قيمة للمتوسط الحسابي كان للسؤال (1)، والذي ينص على "تتوفر، وسائل مساعدة في اعدادات البرنامج تساعد على حل المشاكل التي قد تواجهك أثناء الاستخدام"، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.91)، وانحراف معياري (0.640)، ويمكن تفسير ذلك من خلال أن الموقع يجب أن تتوفر فيه، وسائل مساعدة في اعداداته تساعد المستخدم في حل المشاكل التي قد يواجهها في الموقع نفسه، كما أن أقل متوسط حسابي كان للفقرة (2) والتي تنص على "يجيب عن كافة اسئلة المستخدم"، والتي بلغ متوسطها الحسابي (3.10) بانحراف معياري (0.907)، ويمكن تفسير ذلك من خلال انه لا يجب عن كافة الاسئلة التي قد يحتاج اليها المستخدم، وذلك لتلبية حاجاته، ورغباته، وتحقيق الرضا له، أما المتوسط الحسابي العام فقد بلغ (3.48)، وانحراف معياري (0.85)، وبمستوى عام مرتفع.

_ بعد الروابط الاجتماعية

يمثل الجدول رقم (17) قيم الوسط الحسابي، والانحراف المعياري لمتغير الروابط الاجتماعية حيث أعلى قيمة للمتوسط الحسابي كان للسؤال (1)، والذي ينص على " حصلت على صداقات مختلفة "، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.85)، وانحراف معياري (1.273)، ويمكن تفسير ذلك من خلال أن الموقع يساعد على تكوين العلاقات، والصداقات المختلفة سواء مع من هم داخل أو خارج المجتمع، كما أن أقل متوسط حسابي كان للفقرة (3) والتي تنص على "جعلني شخصاً غير اجتماعي (انطوائياً)"، والتي بلغ متوسطها الحسابي (2.34) بانحراف معياري (1.179)، ويمكن تفسير ذلك من خلال انه لا يقوم بجعل الشخص انطوائياً، وبعيداً عن من هم معه في المجتمع الذي يعيش، أما المتوسط الحسابي العام فقد بلغ (2.82)، وانحراف معياري (3.26)، وبمستوى عام مرتفع.

_ بعد الثقافة

يمثل الجدول رقم (18) قيم الوسط الحسابي، والانحراف المعياري لمتغير الثقافة حيث أعلى قيمة للمتوسط الحسابي كان للسؤال (2)، والذي ينص على "ساعدني في معرفة عادات، وتقاليد البلدان الأخرى"، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.63) بانحراف معياري (1.228)، ويمكن تفسير ذلك من خلال أن الموقع يساعد في معرفة عادات، وتقاليد البلدان، والمجتمعات الأخرى، كما أن أقل متوسط حسابي كان للفقرة (4)، والتي تنص على "يؤثر على التحصيل الدراسي ايجابياً"، والتي بلغ متوسطها الحسابي (3.02) بانحراف معياري (1.084)، ويمكن تفسير ذلك من خلال انه يجب أن يقوم الموقع بالتأثير على التحصيل الدراسي على الطلاب بشكل ايجابي لأنه لا يقوم بالتأثير ايجابي له. اما المتوسط العام فقد بلغ (3.44)، وانحراف معياري (0.769)، وبمستوى عام مرتفع.

ثانياً: المتغير الوسيط (الاستخدام، والرضا)

_ بعد الاستخدام

يمثل الجدول رقم (19) قيم الوسط الحسابي، والانحراف المعياري لمتغير الاستخدام حيث أعلى قيمة للمتوسط الحسابي كان للسؤال (2)، والذي ينص على "اتحدث مع اصدقائي من خلال خيار المحادثة بشكل مستمر"، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.84)، وانحراف معياري (1.273)، ويمكن تفسير ذلك من خلال أن الموقع يساعد في التحدث مع الاصدقاء بشكل مستمر، وذلك من خيار المحادثة، كما أن أقل متوسط حسابي كان للفقرة (5) والتي تنص على "اعمل مشاركة لجميع منشورات الأصدقاء"، والتي بلغ متوسطها الحسابي (2.44) بانحراف معياري (0.953)، ويمكن تفسير ذلك من خلال انه لا يقوم المستخدم بمشاركة جميع منشورات الاصدقاء لدية ، أما المتوسط الحسابي العام فقد بلغ (3.33)، وانحراف معياري (0.794)، ومستوى عام متوسط.

_ بعد الرضا

يمثل الجدول رقم (20) قيم الوسط الحسابي، والانحراف المعياري لمتغير الرضا حيث أعلى قيمة للمتوسط الحسابي كان للسؤال (2)، والذي ينص على "اشعر بالرضى عن الخدمات المقدمة"، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.96)، وانحراف معياري (1.214)، ويمكن تفسير ذلك من خلال أن الموقع يجب أن يقدم خدمات يشعر المستخدم بالرضى عنها، وتلبي جميع متطلباته ، كما أن أقل متوسط حسابي كان للفقرة (3)، والتي تنص على "اشعر بالرضى عن كافة التحديثات المقدمة"، والتي بلغ متوسطها الحسابي (3.50) بانحراف معياري (0.744)، ويمكن تفسير ذلك من خلال انه يجب أن يتم الشعور بالرضى عن الجودة المقدمة من الموقع ، أما المتوسط الحسابي العام فقد بلغ (3.72)، وانحراف معياري (0.682)، ومستوى عام مرتفع.

ثالثاً: المتغير التابع وهي القيم الأخلاقية

_ بعد القيم الأخلاقية

يمثل الجدول رقم (21) قيم الوسط الحسابي، والانحراف المعياري لمتغير القيم الأخلاقية حيث أعلى قيمة للمتوسط الحسابي كان للسؤال (5)، والذي ينص على "أشارك الاخبار على صفحتي دون التحقق من مصدرها " حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.36)، وانحراف معياري (1.310)، ويمكن تفسير ذلك من خلال أن الموقع يسمح للمستخدم أن يشارك جميع الاخبار دون التحقق من مصدرها، كما أن أقل متوسط حسابي كان للفقرة (3) والتي تنص على "يتم مشاركة (المواضيع، والاخبار) دون ذكر المصدر"، والتي بلغ متوسطها الحسابي (2.61) بانحراف معياري (1.084)، ويمكن تفسير ذلك من خلال أنه لا يتم مشاركة (المواضيع، والاخبار) دون ذكر المصدر على الصفحة، أما المتوسط الحسابي العام فقد بلغ (2.9739)، وانحراف معياري (0.79599)، وبمستوى عام متوسط.

2-5 الاستنتاجات:

H1a لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المواقع (جودة النظام)) على الوسيط (المستخدم).

H1b يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المواقع (جودة النظام)) على الوسيط (الرضا).

H2a يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المحتوى (جودة المعلومات)) على الوسيط (الاستخدام).

H2b يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة المحتوى (جودة المعلومات)) على الوسيط (الرضا).

H3a لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة الخدمة) على الوسيط (لاستخدام).

H3b يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (جودة الخدمة) على الوسيط (الرضا).

H4a يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (الروابط الاجتماعية) على الوسيط (الاستخدام).

H4b يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (الروابط الاجتماعية) على الوسيط (الرضا).

H5a يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (الثقافة) على الوسيط (الاستخدام).

H5b لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لعوامل جودة مواقع التواصل الاجتماعي (الثقافة) على الوسيط (الرضا).

H6a لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لمتغير الوسيط (الاستخدام) على القيم الاخلاقية.

H7b يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لمتغير الوسيط (الرضا) على القيم الاخلاقية.

3-5 التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة توصي الباحثة بما يلي:

1. من الضروري أن تكون التحديثات لصفحة مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) احسن مما هي عليه من اجل الوصول للرضى التام للمستخدم.

2. من الضروري أن تكون صفحة مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) أكثر سرعة في التحميل، وتلبي جميع حاجات المستخدم.

3. من الضروري أن تتوفر، وسائل مساعدة أكثر في اعدادات برنامج الصفحة تساعد على حل جميع المشاكل التي قد يواجهها المستخدم.

4. من الضروري التوعية في الجامعات، والكليات المختلفة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التعليم، واقناعهم بدورها ايضاً.

5. من الضروري الإكثار من الندوات العلمية، والبرامج التعليمية الهادفة التي توضح لطلبة الجامعات التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي، و القيم الاخلاقية.
6. من الضروري القيام بعمل المزيد من الندوات، والبرامج، وورش العمل التي تشجع على القيم الأخلاقية الايجابية، والاستخدام الايجابي لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي.
7. من الضروري، وضع مواد اجبارية في الجامعات تدرس معنى القيم الاخلاقية.
8. من الضروري، وضع قواعد، وضوابط، ووسائل تكنولوجية حديثة لمراقبة الصفحات الممنوعة، والهدامة بحيث لا يمكن للمستخدمين الوصول إليها بشكل نهائي.
9. التركيز على العوامل الثقافية، والاجتماعية من خلال التعامل في البيئة الإلكترونية، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة الرضا، والمحافظة على القيم الاخلاقية.

المراجع

المراجع العربية

إبراهيم، خديجة (2014). واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية. العدد صعيد، مصر (دراسة ميدانية). مجلة العلوم التربوية، العدد (3)، ج2، ص225-237.

أبو حمودة، دعاء (2015). دور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تحقيق

فاعلية التعليم الإلكتروني في الجامعات الأردنية الحكومية-إقليم الشمال. رسالة ماجستير منشورة، جامعة جدارا، جرش، الأردن.

أحمد، محمد (2009). التسويق الإلكتروني. (ط.1). عمان: دار المسيرة للنشر، والتوزيع.

استيتية، دلال ملحس، وصبحي، تيسير (2002). دراسة مقارنة بين القيم المعرفية، والاجتماعية

والثقافية، والعلمية، والأخلاقية لطلبة جامعة آل البيت، والجامعة الأردنية. مجلة مركز البحوث التربوية، العدد (21)، ص129-165.

بركات، على (1989). محاورات في الثقافة والتربية. القاهرة: دار النهضة المصرية للطباعة، والنشر.

البيسوني، محمد (2008). دولة الفيس بوك. القاهرة: دار الشروق.

بشماف، هديل (2009). العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء في المصاريف التجارية الأردنية. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

بكار، عبد الكريم (2011). بصيرة في الثقافة والنهضة والحضارة - 174. (ط.2)، نابلس: الاعلام للنشر

البلاونة، أنسام (2012). درجة استخدام طلبة البكالوريوس في جامعة اليرموك الفيسبوك في التواصل الأكاديمي، والاجتماعي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، أربد، عمان.

بن جامع، بلال (2006). المشكلات الأخلاقية، والقانونية المثارة حول شبكة الانترنت. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.

بورحلة، سليمان (2008). أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين، وسلوكياته

-دراسة ميدانية-. رسالة ماجستير منشورة، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة.

الجابري، محمد (2001). العقل الاخلاقي العربي: دراسة تحليلية نقدية للقيم في الثقافة العربية.

(ط.1)، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

الجلال، هالة (2014). انعكاسات استخدام شبكات التواصل الإجتماعي على انتشار ظاهرة العنف

لدى طلاب الجامعات (دراسة ميدانية) على طلاب جامعة الزقازيق. دراسات تربوية، واجتماعية،

المجلد 20، العدد (4) ج2، ص941-957.

جيوسي، مجدي (2015). واقع العلاقات الأسرية المترتبة على مواقع التواصل الاجتماعي من المجلد

(وجهة نظر أولياء أمور الطلبة في مدينة طولكرم). المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد 7، العدد (2)، ص235-

236.

الجمال، رباب (2013). أثر إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي للشباب

السعودي -دراسة ميدانية-. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، السعودية.

حافظ، عبده محمد (2012). تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الإجتماعية ظاهرة إجتماعية أم ضرورة تقنية. المؤتمر العلمي، وسائل الإعلام أدوات تعبير، وتغيير، كلية الإعلام، جامعة البتراء، عمان.

حسن، سمير (2007). الثقافة، والمجتمع. (ط.1)، دمشق: دار الفكر.

حسن، عبد العزيز (2016). العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، والمشاركة السياسية للشباب. المجلة التربوية، المجلد 43، العدد (1)، ص229-234.

الحسن، يوسف (2014). قلق القيم. القاهرة. (ط.1)، بيروت: دار التنوير للطباعة، والنشر، والتوزيع.

الحسنية، سليم (2009). مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن مستوى الأداء الاداري،

والأكاديمي لكليتهم. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية، والقانونية، المجلد 25، العدد (2)، ص258-312.

حسين، محمد مصطفى (2010). تقييم جودة المواقع الإلكترونية. مجلة تكريت للعلوم الإدارية، والاقتصادية العدد (18).

حطيط، وفاء (2013). دور المواقع الإلكترونية(الفيسبوك) في تشكيل العلاقات الاجتماعية للطلبة الجامعيين في لبنان
طلبة كليات الإعلام نموذجاً. رسالة ماجستير منشورة، جامعة القديس يوسف، بيروت، لبنان.

الحمد، تربي (2015). الثقافة العربية في عصر العولمة. (ط.1)، بيروت: دار الساقى.

الخالدي، صالح (2012). دور ابعاد جودة الخدمة، وقدرات التعلم التنظيمي في تطوير ثقافة التمييز "دراسة ميدانية في الشركات الصناعية المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية". رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

خليفة، أمل (2014). أثر الفيسبوك في اثراء تدريس مقرر التعليم الذاتي، وتفريد التعلم على التحصيل طلاب الدراسات العليا بكلية التربية النوعية (جامعة الاسكندرية). المجلة التربوية (كلية التربية النوعية)، المجلد 28، العدد (111)، ص185-202.

دافيدوف، ل (2000). السلوك الاجتماعي الوراثة - البيئة، والروابط الاجتماعية. ترجمة خزام، نجيب، والطواب، سيد، القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.

الديبسي، عبد الكريم، والطاهات، زهير (2011). الرأي العام عوامل تكوينه، وطرق قياسه. (ط. 1). عمان: دار المسيرة للطباعة، والنشر.

رشوان، حسين عبد الحميد (2006). الثقافة-دراسة في علم الاجتماع الثقافي-. الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.

الرشيد، الاء (2014). استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك، والتويت، والإشباع المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية دراسة ميدانية عن جامعتي الأردنية، والشرق الأوسط. رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

زيد، أحمد (2004). هوية الثقافة العربية. القاهرة: الهيئة العامة لقصور الثقافة.

السكرانه، بلال (2012). دراسات إدارية معاصرة. (ط.2). عمان: دار المسيرة للتوزيع، والنشر.

السكر، أحمد، والكساسبة، عماد (2013). أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تحديد اتجاهات الطلبة-دراسة ميدانية على الجامعات الأردنية الخاصة-. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا الخاصة، عمان، الأردن.

السكر، أحمد، والعلي، هيثم (2016). العوامل المؤثرة على نجاح الأنظمة الخبيرة في شركات الاتصالات الأردنية "دراسة ميدانية". رسالة ماجستير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا الخاصة، عمان، الأردن.

سكر، ماجد (2011). التواصل الاجتماعي أنواعة-ضوابطة-آثاره-، ومعوقاتة" دراسة قرآنية موضوعية". رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين.

سليم، جيهان (2003). الثقافة العربية أسئلة التطور، والمستقبل. (ط.1). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

الشعار، قاسم (2008). مدى إمكانية تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة في المكتبات الجامعية الحكومية، والخاصة في الأردن. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البلقاء التطبيقية، عمان، الأردن.

شكري، فايزة (2002). القيم الأخلاقية بين الفلسفة، والعلم. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

الشمري، قاسم (2015). القيم الأخلاقية في الفلسفة الغربية المعاصرة. (ط.1)، بيروت، بغداد: دار، ومكتبة البصائر، المركز العلمي العراقي.

الشهري، حنان (2013). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك وتويتر نموذجاً". دراسة ماجستير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية.

الشهري، فايز بن عبد الله (2004). الشبكات الاجتماعية التي لم تعد للمراهقين. صحيفة الرياض، العدد (14776).

صالح، على (2012). شباب الفييس بوك والعالم الافتراضي. القاهرة: وكالة الصحافة العربية.

الصقر، تيسير، وهنداوي، عزام (2016). واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من، وجهة نظر الطلبة المراهقين، وأثرها في سلوكهم من، وجهة نظر أولياء الامور. مجلة مؤتة للبحوث، والدراسات (سلسلة العلوم الانسانية، والاجتماعية)، المجلد 31، العدد (2)، ص 41-53.

الصقري، عواطف (2014). الفعالية في فكر مالك بن نبي، وعلاقتها بالثقافة، والحضارة، (كلية التربية-، المجلد-، المجلد جامعة القصيم-المملكة العربية السعودية). المجلة التربوية 28 ، العدد (110)، ص 203-236.

الصوفي، حمدان (2004). تصور تربوي مقترح لمواجهة أخطار استخدام شبكة الإنترنت لدى فئة الشباب-بحث مقدم إلى مؤتمر التربوي الأول "التربية في فلسطين، وتغيرات العصر". الجامعة الإسلامية، فلسطين.

الطاهات، عبد الكريم (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد (1)، ص 77.

الطاهر، لبيب (1988). سوسيولوجية الثقافة. (ط.5)، صفاقس: دار محمد علي الحامي.

الطراونة، نعيم (2011). أثر أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية في تحقيق الرضا لدى ممثلي المنشآت الخاضعة للضمان الاجتماعي (الأردني). رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

الطيّار، فهد (2014). شبكات التواصل الاجتماعي، وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود. المجلة العربية للدراسات الأمنية، والتدريب، المجلد 13، العدد (61)، ص 201-204.

العاجز، فؤاد (2007). دور الجامعة الإسلامية في تنمية بعض القيم من، وجهة نظر طلبتها. مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، المجلد 15، العدد (1)، ص 371-410.

العاجز، فؤاد، والعمري، عطية (1999). القيم، والتربية في عالم متغير. رسالة ماجستير منشورة، جامعة اليرموك، أربد، الأردن.

العامري، صالح، والغالبي، طاهر (2008). الإدارة، والأعمال. (ط.2)، عمان: دار وائل للنشر.

عبد الله، عامر (2007). الفيس بوك، وعالم التكنولوجيا. مجلة العلوم التكنولوجية، العدد (14)، جامعة البتراء، عمان، الأردن.

عبد الرزاق، رأفت (2013). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي "دراسة

لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل، والانبار، وتكريت". رسالة ماجستير منشورة، جامعة البترا الأردنية، عمان، الأردن.

عبد الرؤوف، طارق، والمصري، إيهاب (2013). القيم التربوية، والأخلاقية "مفهومها_أسسها_ مصادرها". القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر، والتوزيع.

عبد العظيم، صالح (2013). دور الفيس بوك في اندلاع الثورة المصرية دراسة سوسيولوجية لموقع "كلنا خالد السعيد". مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 41، العدد (4)، ص136-140.

عبدة، ماجدة عزت (2012). الجودة المدركة لخدمات المواقع الإلكترونية، وأثرها في تحقيق القيمة المضافة من وجهة نظر طلبة الجامعات الخاصة. رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

عبوي، زيد (2006). إدارة الجودة الشاملة. (ط.1)، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر، والتوزيع.

العدواني، عبد الستار، وآخرون (2013). اختبار أمودج مطور عن أمودج ديلون، وماكلين لقياس نجاح أنظمة المعلومات الإدارية-دراسة إستطلاعية لآراء عينة من العاملين في بعض منظمات، وزارة التعليم العالي، والبحث العلمي، مجلة تنمية الرافدين، المجلد 35، العدد (114)، ص 255-257.

عفيفي، محمد (1983). الأصول الثقافية للتربية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

العلي، عبد الستار (2008). تطبيقات في إدارة الجودة الشاملة. (ط.1)، عمان: دار المسيرة للنشر، والتوزيع.

عماد، عبد الغني (2006). سوسيولوجيا ثقافة المفاهيم، والإشكاليات... من الحداثة إلى العولمة. (ط.1)، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

عوض، رشا (2014). آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربوات البيوت. دراسة بكالوريوس منشورة، جامعة القدس المفتوحة، طولكرم، فلسطين.

العيسوي، عبد الرحمن (1987). التماسك الاجتماعي في التصور الإسلامي. دار المنظومة، المجلد 13، العدد (3)، ص98-120.

عيشور، كنزة، وعوارم، مهدي (2013). التماسك الأسري "تعريف، وعوامل تحققه. بحث مقدم في الملتقى الوطني الثاني حول: الاتصال، وجودة الحياة في الأسرة في دولة الجزائر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.

قتلوني، مصعب (2014). ثورات الفيسبوك: مستقبل، وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير. (ط.1)،

بيروت: شركة المطبوعات للنشر، والتوزيع.

القرشي، خالد (2014). اخلاقيات التواصل الاجتماعي الإلكتروني لدى طلاب الجامعات السعودية. دراسة دكتوراة غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة، المملكة العربية السعودية.

ليلة، علي (2009). تأثير الفيس بوك على الثقافة السياسية، والاجتماعية للشباب. مؤتمر الفيس بوك، والشباب، مركز الدراسات السياسية، والاستراتيجية، ص7.

ليلة، علي (2012). الدين، والحاجة إلى التماسك الاجتماعي.. دور الرمز في الأديان عموماً. مجلة عالم الفكر، المجلد 40، العدد (3)، ص43.

محمود، حواس (2008). علاقة التقنية بالثقافة. الأطلس، العدد (2)، ص29-30.

المحياوي، قاسم (2006). إدارة الجودة في الخدمات. (ط.1). عمان: دار الشروق.

مدبولي، جلال (1979). الاجتماع الثقافي. القاهرة: دار الثقافة للطباعة، والنشر.

مرتجي، عاهد (2004). مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من، وجهة نظر معلمهم في محافظة غزة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

المصليحي، نجلاء (2012). الفيس بوك، ورأس المال الاجتماعي في مصر-دراسة سوسولوجية ميدانية-. مجلة شؤون اجتماعية، العدد (115)، ص15.

المنصور، محمد (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين " دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية، والمواقع الإلكترونية " العربية إموذجاً". رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدمام، كلية الآداب، والتربية.

ناصر، ابتهاج (2014). درجة تقبل طلبة الجامعة الأردنية لاستخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في التدريس الجامعي في ضوء بعض المتغيرات المختارة. رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

ناصر، إبراهيم (1983). التربية، وثقافة المجتمع: تربية المجتمعات. بيروت: دار الفرقان.

نهبان، يحيى (2014). التربية، وازمة الاخلاق. (ط.1)، عمان: دار جليس الزمان.

نعيسة، رغداء (2014). التردد على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها ببعض المشكلات الاجتماعية لدى عينة من طلبة كلية التربية بجامعة دمشق. مجلة جامعة تشرين للبحوث، والدراسات العلمية.

نورالدين، بوعمان (2007). جودة الخدمات، وأثرها على رضا العملاء "دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيدة". رسالة ماجستير منشورة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، ولاية المسيلة، الجزائر.

نومار، مريم (2012). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وتأثيره في العلاقات الاجتماعية "دراسة عينة من مستخدمي الفيس بوك في الجزائر". رسالة ماجستير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.

الهلال، هيا (2013). تأثير الفيس بوك على طلبة جامعة الحسين بن طلال من منظور جندي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحسين بن طلال، معان، الأردن.

هيئة تحرير (1997). مظاهر التحلل في التماسك الاجتماعي. مجلة الوعي الإسلامي، المجلد 32، العدد (384)، ص 9-

.102

ياسين، بسمة (2010). واقع الثقافة الاجتماعية لدى طلبة جامعي دمشق والمصادر المكونة لها. رسالة ماجستير منشورة، جامعة دمشق، دمشق، سوريا.

Al khaddam, H. (2013). The Impact of the Social Networks on the Interpersonal Communication of the Students University College Irbid Girls: Facebook as a Model. *Journal of Advanced Social Research* Vol.3 ,pp 209-221.

Balteretu, C. & Balaban, D. (2010). Cristinam Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students, A Qualitative Approach, *Journal of Media Research*, 3 (1).

DeLone, W.H. and McLean, E.R. (2003). The Delone and Mclean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update, *Journal of Management Information Systems* (19:4), pp 9-30.

Bainbridge, K. (2008). The Facebook Campus: Exploring the evolution of facebook culture in University Students. Oklahoma State University, Degree of master of Science.

Brinbaum, M. (2008). Taking Goff man on a tour of facebook: College Students and the presentation of self in a mediated digital environment. The University of Arizona, degree Doctor of Philosophy.

DeLone, W. & McLean, E. (2004). Measuring E-Commerce Success: Applying the Delone & Mclean Information Systems Success Model, *International Journal of Electronic Commerce* (9:1), pp 31-47.

Edward, B. Tylor. (1871). *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art and Custom*, 2 vols. London: J.Murray.

Ellison, N., Steinfield, C.,& Lampe, C. (2007). The benefits of facebook `Friends:` Social Capital and college Students Use of online Social network Sites. *Journal of Computer-mediated Communication*, 12(4), pp 1143-1168.

Ferrell, D. (2011). A functional Role of Facebook: Psychological and Social Needs. University of central Oklahoma, Jackson College of Graduate Studies, Master of arts in psychology.

Herring, S. (2007). Longuaye networks on live Journal. Proceedings of the fortieth Hawai'i International conference on System Scienceec, Los Alamitos CA: IEEE press.

Hart, H. (2011). A study on the motives of high School and undergraduate College Students for using the social network site facebook. The Faculty of the Department of Education, Liberty University, Published online in wiley Inter Science (www.interscience.wiley.com).

Al-Khader, R.(2015). The impact of using the social networking facebook site on improving academic writing skills and reflective thinking of university of Jordan students. (Ph. D. in curriculum and instruction), The university of Jordan (amman, Jordan).

Mecheel, v. (2010). Facebook and the invasion of technological communities , N.Y,Newyurk.

Perez-mira, B. (2010). Validity Of Delone And Mclea's Model of Information System Success At The Web Site Level Of Analysis. (partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy), Department of Philosophy, the Louisiana State University and Agricultural and Mechanical College. USA.

Pettenati, M., & Cigognini, M (2007). Social Networking Theories And Tools To Supper Onnectinist Learning Activites Towards An Elifelong learning Experience. Volume: 2, Issue: 3, Publisher: Citeseer, pp 42-60.

Shelton, K. (2009). Using Facebook Flbwing Tragedies: Alesson For Community Colleges. Community & Junior College Libraries, 15, pp 195-203, Taylor & Francis Group LLC.

Seddon, P. (2011). A Respecification and Extension of the Delone and Mclean model of Is success (Master Dissertation).

Siegle, D. (2011). Facing facebook: A Guide for Nonteens, Technology, Spring. Vol.34, 2.

المصادر الإلكترونية

على الرابط (2016/3/31) معايير جودة المحتوى الإلكتروني لصفحة الويب تم استرجاعه في

<https://www.wikispaces.com/content/ictqatare>.

ماهي شبكات التواصل الاجتماعي الاكثر انتشاراً في الأردن؟؟؟. (2015) الغناطسة، محمد

على الرابط (2016/2/25) تم استرجاعه في <http://hashtagarabi.com/15799>

معايير جودة المواقع الإلكترونية، وتصنيفها (2012) العزة، فراس

(على الرابط 2016/3/3 تم استرجاعه في [study5/Qualitywww.zuj.edu.jo/Arabic/pdf/](http://www.zuj.edu.jo/Arabic/pdf/study5/Quality)

بالمئة من طلاب الجامعات السعودية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني استخداماً 5دراسة:

(على الرابط 2016/2/3 سلبياً تم استرجاعه في <http://www.alarab.co.uk/?id=12016>

(2017/4/7) فيسبوك يحارب المحتويات الاباحية المنشورة دون اذا اصحابها تم استرجاعه في)

على الرابط <http://www.alarab.co.uk/?id=12016>

التماسك الاجتماعي تم استرجاعه في (2016/5/31) على الرابط

<http://www.startimes.com/?t=29671163>

التماسك الاجتماعي (Social Cohesivenss) تم استرجاعه في (2016/6/1) على الرابط

http://www.moqatel.com/openshare/Behoth/Mnfsia15/SocCohesiv/sec01.doc_cvt.

أهمية التضامن تم استرجاعه في 2016/6/2 على الرابط <http://mawdoo3.com>

التكنولوجيا، وضعف العلاقات الاجتماعية في الأسرة (أسباب، وحلول) تم استرجاعه في 2016/6/3 على الرابط

<http://www.alukah.net/social/0/38731/#popup1>

ملخص بحث التأثير السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي (الواتس آب، والفيس بوك) على الشباب. تم استرجاعه في

2016/10/8 على الرابط

http://www.alukah.net/publications_competitions/0/55511/

الثقافة... مفهومها، وخصائصها، وعناصرها. في التربية، والثقافة، الثقافة العامة. (2011) قاسم، أمجد

من خلال الموقع الإلكتروني 2016/11/11 تم استرجاعه في

<http://al3loom.com/?p=459>

الملاحق

(1)الملحق

الاستبانة في صورتها النهائية

جامعة عمان العربية

كلية الأعمال

قسم النظم المعلومات الإدارية

السادة المحترمين

تحية طيبة، وبعد،

آملين منكم العمل على قراءة الاستبانة بتمعن قبل الاجابة عليها، وإحاطتها بالجدية، والاهتمام، والمصداقية بغرض الوصول إلى نتائج حقيقية حول دراسة بعنوان: "تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية"، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في نظم المعلومات الإدارية من جامعة عمان العربية للدراسات العليا للعام الدراسي 2017/2016 علماً بأن الاجابات تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

ولكم الشكر الجزيل لحسن تعاونكم، ،

المشرف: د. أحمد السكر د. هيثم العلي الباحثة: مروة صلاح مهدي

الفييس بوك: تم اطلاق موقع الفييس بوك من قبل مارك زوكربيج، والذي يعتبر أحد مواقع التواصل الاجتماعي بين البشر، وذلك من أجل التواصل مع الآخرين حول العالم.

الجزء الأول: هذا الجزء مخصص للبيانات الديموغرافية:

الرجاء، وضع إشارة (√) في المكان المناسب:

أ- النوع الاجتماعي:

ذكر أنثى

ب- العمر:

35 سنة- أقل من 25 سنة من 25 أقل من

سنة 45 أكثر من سنة 45 -أقل من 35

ج- الحالة الاجتماعية: أعزب متزوج

مطلق أرمل

بكالوريوس ماجستير د- برنامج الدراسي الحالي:

هـ- عدد سنوات الخبرة في استخدامك للفييس بوك:

لم استخدمه إطلاقاً أقل من 3 سنوات

من 3 إلى أقل من 5 سنوات أكثر من 5 سنوات

الجزء الثاني: القسم الاول: الرجاء، وضع إشارة (√) في المكان المناسب:

عدد مرات استخدامك للفييس بوك؟

() مرة يومياً أو أكثر () مرة اسبوعياً أو أكثر

() نادراً () غير ذلك (أذكره.....)

الهدف من استخدامك للفييس بوك؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

() اجتماعي () ثقافي () دراسي

() تجاري/اقتصادي () سياسي () ديني

() للتسلية، والترفية () أخرى (أذكرها.....)

النشاطات التي تقوم بها اثناء استخدامك للفييس بوك؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

() البحث عن معلومات () للمتعة

() التسوق () تسويق لمنتجات

() للتواصل الاجتماعي مع الآخرين () تبادل الثقافة، والخبرات

() للاطلاع على كل جديد () جميع ما ذكر

() غير ذلك (أذكرها.....)

القسم الثاني: ضع إشارة (x) مكان ما يتفق مع إجابتك

فقرات الاستبانة

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
المتغير المستقل: (جودة مواقع التواصل الإجتماعي) (الفييس بوك)						
جودة المواقع (جودة النظام)						
1.	السرعة في تحميل الصفحة.					
2.	تصميم المحتوى مناسب لإستخدامي.					
3.	ظهور المحتوى المطلوب مباشرة عند الضغط على أي رابط.					
4.	البيانات تعرض بشكل منظم.					
5.	عملية التنقل بين الصفحات تتم بسهولة.					

جودة المعلومات (جودة المحتوى)					
					1. المحتوى موثوق لأي رابط.
					2. احتواء الموقع على صفحات مهمة.
					3. المعلو المعلومات موثوق بها
					4. المعلومات المعروضة كافية لإشباع حاجاتي.
					5. السرعة في الوصول إلى المعلومة المطلوبة.
جودة الخدمة					
					1. تتو ، وسائل مساعدة في اعدادات البرنامج تساعد على حل المشاكل التي قد تواجهك أثناء الاستخدام.
					2. انجاز الخدمات المطلوبة في الوقت المطلوب.
					3. يقوم بعمل تحديثات بشكل مستمر للصفحات التي يقوم المستخدم بمتابعتها على الموقع.
					4. يجيب عن كافة اسئلة المستخدم.

الروابط الاجتماعية					
					1. حصلت على صداقات مختلفة.
					2. اقضي أوقات الفراغ للاطمئنان على اصدقائي.
					3. جعلني شخصاً غير إجتماعي (انطوائياً).
					4. اثق بالأشخاص الذين حصلت على صداقتهم عبر الموقع.
الثقافة					
					1. يساهم في رفع المستوى الثقافي لمستخدمية.
					2. ساعدني في معرفة عادات، وتقاليد البلدان الأخرى.
					3. ساعدني على اكتساب أصدقاء من مختلف انحاء العالم.
					4. يؤثر على التحصيل الدراسي إيجاباً.

المتغير الوسيط: (الاستخدام، والرضا)					
الاستخدام					
					1. اتابع صفحات أصدقائي بشكل مستمر.
					2. اتحدث مع أصدقائي من خلال خيار المحادثة بشكل مستمر.
					3. أضع اعجاب على معظم منشورات أصدقائي.
					4. أضع تعليق على معظم منشورات أصدقائي.
					5. اعمل مشاركة لجميع منشورات الأصدقاء.
					6. اتسعت شبكة صداقاتي إلى خارج الوطن.
الرضى					
					1. اشعر بالرضى عن جودته.
					2. اشعر بالرضى عن الخدمات المقدمة.
					3. اشعر بالرضى عن التحديثات المقدمة.
					4. أشعر بالرضى عند الإستخدام لأنه يلبي جميع احتياجاتي. Hhhh

(2) الملحق

قائمة اسماء المحكمين

الاسم	التخصص	الجامعة
د. مفلح الجراح	نظم معلومات إدارية	جامعة عمان العربية
أ.د. رياض فرحان الشلبي	نظم معلومات إدارية	جامعة عمان العربية
د. أمينة عبد الحلیم خدام	نظم معلومات إدارية	جامعة عمان العربية
أ.د. فؤاد الشيخ سالم	تسويق	جامعة عمان العربية
د. سامر فواز الهواري	نظم معلومات إدارية	جامعة العلوم الاسلامية
د. مها الخفاف	نظم معلومات إدارية	جامعة العلوم الاسلامية
د. رائد الوشاح	نظم معلومات إدارية	جامعة الأميرة سمیة للتكنولوجيا
أ.د. رند أرشيدات	نظم معلومات إدارية	جامعة الأميرة سمیة للتكنولوجيا

المتغير التابع: القيم الأخلاقية					
					1. يتم تداول كلمات غير أخلاقية على صفحات الأصدقاء.
					2. تم اختراق حسابي مرة على الاقل فيما سبق.
					3. يتم مشاركة (المواضيع، والابحار) دون ذكر المصدر.
					4. يشجع على القيم الأخلاقية الايجابية.
					5. أشارك الابحار على صفحتي دون التحقق من مصدرها.

المتغير التابع: القيم الأخلاقية						
					يتم تداول كلمات غير أخلاقية على صفحات الأصدقاء.	.1
					تم اختراق حسابي مرة على الاقل فيما سبق.	.2
					يتم مشاركة (المواضيع، والاخبار) دون ذكر المصدر.	.3
					يشجع على القيم الأخلاقية الايجابية.	.4
					أشارك الاخبار على صفحتي دون التحقق من مصدرها.	.5