

الفروق في ترتيب الأنساق القيمية لدى مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين

"دراسة ميدانية مقارنة على عينة من طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت"

د. خالد الفضالة*

المستخلص

هدفت الدراسة الحالية إلى معرفة الفروق في ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها لدى مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين. ولتحقيق أهداف الدراسة، قام الباحث بتطوير استبانة مكونة من (٤٣) عبارة لقياس أهمية الأنساق القيمية، واستخدام مقياس الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي للمنيس (AI-Menayes, 2015) وتطبيق الأداتين على عينة عشوائية مكونة من (٨٣٤) طالباً وطالبة من طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت.

وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة انتشار إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة تبلغ (٥٤,٢%)، كما تبين تشابه ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها لدى مدمني شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين، حيث جاء ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها لدى الفئتين تنازلياً على النحو الآتي: القيم الدينية، القيم الجمالية، القيم الاجتماعية، القيم الاقتصادية، القيم السياسية. كما أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) في ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها بين مدمني شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين على مجال القيم الجمالية، ووجود فروق دالة إحصائية في مجال القيم الدينية، القيم الاجتماعية، القيم الاقتصادية، القيم السياسية، والدرجة الكلية للأداة، ولصالح مدمني شبكات التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الأنساق القيمية، شبكات التواصل الاجتماعي، الإدمان

مقدمة الدراسة

شهدت السنوات الأخيرة من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة جذرية في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لامست أثارها مختلف مجالات الحياة، ولعل أبرز أمثلتها ونواتجها يتمثل في شبكة الإنترنت، تلك الشبكة التي ساهمت في سهولة نقل المعلومات والبيانات، والتواصل بين الأفراد، وتخطي جميع القيود والحوجز الزمانية والمكانية والسياسية والاجتماعية وغيرها. ونتيجة لهذا التطور التكنولوجي في عالم الاتصالات، ونظراً لحاجة الأفراد الأساسية للارتباط والانتماء ورغبتهم في إيجاد وسائل جديدة للتواصل مع الأصدقاء، وأفراد الأسرة، وزملاء العمل أو الدراسة، ظهر ما يسمى بشبكات التواصل الاجتماعي والتي أصبحت جزءاً مهماً من حياة الأفراد اليومية.

فوفقاً لتقرير "الحالة الرقمية في العالم" لعام (٢٠١٩)، فإن عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي حول العالم يقدر بنحو (٣,٥) مليار مستخدم نشط، حيث احتلت الكويت المركز الأول مشاركة مع إحدى عشرة دولة أخرى في انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بحوالي (٣,٩) مليون مستخدم يشكلون (٩٩%) من السكان البالغين (Glopal Digital Report, 2019). ومن أشهر شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي وأكثرها استخداماً: تويتر "Twitter"، فيس بوك "Face book"، إنستغرام "Instagram"، سناب شات "Snap chat"، اليوتيوب "You tube".

ولا يقتصر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مرحلة عمرية أو فئة اجتماعية بعينها، إلا أن المراهقين والشباب يُعدون من أكثر الفئات استخداماً لها بحكم انجذابهم لها وقدرتهم على التعامل مع الوسائل التكنولوجية الحديثة، هذا بالإضافة إلى بعض العوامل النفسية والاجتماعية المرتبطة بمرحلة الشباب، كالرغبة في إقامة علاقات وصدقات مع الآخرين، والبحث عن الدعم والترفيه، وتحقيق الذات، وإعادة صياغة وتأكيد الهوية الذاتية، وبناء الشخصية المستقلة (Robels, Boyd & Ellison, 2007; Ross et al., 2009).

ونتيجةً لهذا الانتشار الواسع والاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي والذي قد يصل إلى حد الإدمان؛ فقد أنتجت لنا هذه الظاهرة بما يمكن أن يُعرف "بالإنسان الرقمي الذي تحرر من القيود الجغرافية ومن التقاليد، وأصبح مطلعاً على المستجدات أولاً بأول؛ لكنه منفصل عن الواقع، كما نتج عن هذه التكنولوجيا متغيرات أفرزت وتسببت في انتشار أكبر للعلاقات الافتراضية في الفضاء الإلكتروني مقابل انحسار العلاقات التقليدية الأسرية والاجتماعية" (الحكمي، ٢٠١٨، ١٩٩).

إن التغيرات والمستجدات في عصرنا الحالي، وما رافقها من تنامي لموجات العولمة والتطورات الهائلة في المجال التقني والمعلوماتي، أحدثت تأثيراً جذرياً في النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع بشكل عام والنسق القيمي بشكل خاص (الزيود، ٢٠١١). فالإقبال الشديد من قبل فئة الشباب نحو الأدوات والوسائل التكنولوجية الحديثة بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي أوقع الشباب تحت طائلة صراع محموم بين ما يعرض في هذه الشبكات من قيم مستوردة وتقاليد موروثية، لكونها ذات مرجعيات متباينة وربما متناقضة، الأمر الذي انعكس على القيم التي يحملها الشباب في تحديد سلوكياتهم وميولهم واتجاهاتهم تجاه الأحداث والمواقف والقضايا المختلفة (الطيّار، ٢٠١٤).

وتأكيداً لما سبق، فقد رصدت الملاحى (٢٠١٢) أبرز ملامح الصراع والانحدار القيمي لدى الشباب والذي تمثل في المظاهر الآتية: غلبة القيم المادية والنفعية والمصالح والكسب السريع على سلوكيات الشباب، وشيوع ثقافة الاستهلاك الترفيهي على حساب قيم العمل والإنتاج، وتفشي السلوك السلبي والعزلة الاجتماعية، وسيادة النزعة الفردية على حساب المصلحة العامة أو مصلحة الآخرين، وانتشار ظاهرة العنف والتطرف على حساب ثقافة الحوار والتسامح.

مشكلة الدراسة

تعاظمت في السنوات الأخيرة الماضية أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وذلك نظراً لسهولة وتوافر استخدامها، ولفوائدها الهائلة والمتعددة في جميع مناحي الحياة المختلفة. إلا أن انجذاب البعض نحوها وانبهاره بما تقدمه من مميزات وخدمات من الممكن أن يحمل في جنباته بعض الآثار الضارة لمستخدميها، كالاستخدام المفرط لهذه الشبكات إلى الدرجة التي قد تصل إلى حد الإدمان على شبكات

التواصل الاجتماعي وهو ما أشارت إليه العديد من الدراسات المحلية. فقد أشارت دراسة العازمي والمرجي (٢٠١٧) إلى أن طلبة المرحلة الثانية في دولة الكويت أظهروا مستوى إدمان متوسط على شبكات التواصل الاجتماعي. أما بالنسبة للطلبة الجامعيين، فقد أشارت دراسة المنيس (Al-Menayes, 2015) إلى أن (٩٩%) من الطلبة الجامعيين الكويتيين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، فيما أكثر من النصف (٥١%) يستخدمها أثناء القيادة. وفي دراسة جديرة بالاهتمام قامت بها الفيلكاوي (٢٠١٧) على طالبات الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب في دولة الكويت، أظهرت النتائج أن حوالي (٦٦%) من عينة الدراسة لديهم مستوى إدمان مرتفع على الهاتف المحمول وتطبيقاته المختلفة.

إن إسهامات الثورة التكنولوجية المعاصرة وما تبعها من تحولات جذرية في حياة الأفراد اليومية وذلك من خلال أهم أدواتها، ألا وهي شبكات التواصل الاجتماعي، التي أتاحت للفرد إمكانية التحول من المحلية إلى العالمية عن طريق التواصل مع الآخرين من مختلف دول العالم، ومشاركتهم النقاش وإبداء الرأي في شتى المجالات الفكرية والسياسية والاقتصادية والدينية وغيرها كل ذلك أدى إلى المساهمة في تشكيل أو تغيير قناعات الفرد واتجاهاته وقيمه. فعلى سبيل المثال، فقد كشفت إحدى الدراسات المحلية أن الإعلانات المصاحبة والمرفقة في شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل فعلى على بعض القيم الاقتصادية، وتحديدًا السلوك الشرائي لدى مستخدمي هذه الشبكات (محمد، ٢٠١٦). فيما أوضحت دراسة أخرى أن مشاهير شبكات التواصل الاجتماعي أصبحوا في الوقت الراهن يمثلون قُدوةً رقميَّةً ونماذج سلوكية ورموزاً فكرية تغرس العديد من القيم في نفوس الشباب والمراهقين مما يسهم في تغيير منظومة القيم لديهم (العنزي، ٢٠١٨).

وليس من المستغرب أن يعتمد الشباب من طلبة الجامعات والكليات بشكل واسع على شبكة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي وتوظيفها في إشباع حاجاتهم التعليمية والفكرية وغيرها، كما أنه من المحتمل أن يلجأ هؤلاء الطلبة إلى استخدام هذه الشبكات لفترات طويلة بسبب الفراغ الذي يعانون منه أثناء اليوم الدراسي نتيجةً لتباعد مواعيد المحاضرات. وفي ضوء ما سبق، ولكون الشباب الكويتي جزء لا يتجزأ من جمهور مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي تلك، فقد تمثلت مشكلة الدراسة الحالية في التعرف على الفروق في ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها لدى مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين من طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت.

أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ١- ما مدى انتشار إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت؟
- ٢- ما ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها لدى مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين من طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت؟
- ٣- هل توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) في ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها بين مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين؟

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إيجازها فيما يلي:

- ١- التعرف على مدى انتشار إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت.
- ٢- الكشف عن ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها لدى مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين من طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت.
- ٣- معرفة الفروق ذات الدلالة الإحصائية في ترتيب درجة الأنساق القيمية من حيث أهميتها بين مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين من طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة الحالية في الآتي:

- ١- أهمية الموضوع الذي تتناوله الدراسة الحالية؛ فالإدمان على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراته الإيجابية والسلبية على النسق القيمي يعد من الموضوعات الحديثة نسبياً والتي لم يتم إشباعها بالدراسات العلمية بالقدر الكافي لاسيما في البيئة الكويتية، وعليه قد تفيد الباحثين في هذا المجال.
- ٢- أثر القيم وأهميتها بالنسبة للفرد، فهي الموجه الرئيس لسلوكياته وتصرفاته، والمرجعية الأساسية لإصدار الأحكام على الممارسات العملية المختلفة.
- ٣- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وتزايد معدلات استخدامها وكثافة انتشارها بين مختلف فئات وشرائح المجتمع، نتيجة لما فرضته التطورات التكنولوجية الحديثة من ضرورة الاعتماد عليها لإشباع حاجات الفرد المختلفة.
- ٤- أهمية الفئة التي تستهدفها الدراسة وهي فئة الشباب الجامعي، لما تتسم به هذه الفئة من حب استطلاع وشدة انجذاب نحو استخدام التكنولوجيا ووسائل الاتصالات الحديثة بمعدل يفوق الفئات العمرية الأخرى، ولذلك فاستهداف هذه الفئة بالدراسة في النواحي المتصلة بقيمهم واستخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي يعد من أولويات البحث التربوي الجاد، فهم الذين يقع على عاتقهم في المستقبل القريب بناء الوطن ونهضته.
- ٥- من الممكن أن تسهم نتائج وتوصيات الدراسة الحالية في توجيه الباحثين لإجراء مزيد من الدراسات حول طبيعة العلاقة بين القيم ووسائل الاتصال الحديثة وفئات عمرية مختلفة.
- ٦- من الممكن أن تتيح نتائج الدراسة الحالية الفرصة للقائمين على السياسات التربوية في الكليات والجامعات على التعرف على الفروق في ترتيب الأنساق القيمية لدى مدمني شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين، والتعرف على أوجه النقص والقصور لدى كل من الفئتين، مما يمكنهم من توظيف تلك البيانات والمعلومات لوضع التصورات والاقتراحات والبرامج العلاجية والإرشادية والتربوية المناسبة.

حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

- الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة الحالية في كلية التربية الأساسية بدولة الكويت.
- الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة الحالية في الفصل الدراسي الأول من العام الأكاديمي ٢٠١٩-٢٠٢٠.
- الحدود البشرية: اقتصرت الدراسة الحالية على طلبة كلية التربية الأساسية المسجلين في الفصل الأول من العام الأكاديمي ٢٠١٩-٢٠٢٠.
- الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة الحالية على الفروق في ترتيب الأنساق القيمية (القيم الدينية، والقيم الاجتماعية، والقيم الاقتصادية، والقيم السياسية، والقيم الجمالية) لدى مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين من طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت.

مصطلحات الدراسة

النسق (System): يعرف بأنه "عبارة عن مجموعة من العناصر المتفاعلة فيما بينها، لكي تؤدي وظيفة معينة، ويسهم كلاً منها بوزن معين حسب أهميته ودرجة فاعليته داخل النسق" (خليفة، ١٩٩٢، ٣٠).

القيم (Values): وتعرف بأنها "الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما، مهتدياً بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب فيه وغير المرغوب" (دياب، ١٩٨٠، ٥٢).

النسق القيمي (Value System): ويعرفه وولمان Wolman بأنه عبارة عن "الترتيب الهرمي لمجموعة القيم التي يتبناها الفرد، أو أفراد المجتمع، ويحكم سلوكه أو سلوكهم، دون الوعي بذلك" (المشار إليه في خليفة، ١٩٩٢، ٥٢).

الإدمان (Addiction): ويعرف بأنه "إفراط الفرد في القيام ببعض السلوكيات والأنشطة بصورة اختيارية ومتعمدة، بحيث تصبح هذه السلوكيات سمة ملازمة ومهمة بالنسبة له مع عدم قدرته على التوقف عنها أو تعديلها" (Diclemente, 2018). كما يعرف بأنه "أي نشاط يمارسه الفرد بشكل متكرر مع فقدانه السيطرة على التقليل من هذا النشاط على الرغم من عواقب هذا النشاط السلبية" (West & Brown, 2013, 11).

شبكات التواصل الاجتماعي (Social Networks): وتعرف بأنها "شبكات اجتماعية تفاعلية موجودة على الإنترنت تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة بينهم" (الدليمي، ٢٠١١، ١٨٣).

ويعرف الباحث شبكات التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها تلك البرامج والمواقع والشبكات التي تعتمد على الويب وتتيح لمستخدميها التواصل والتفاعل مع الآخرين وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات عن طريق الرسائل المكتوبة أو الصوتية أو المرئية. ومن أهمها: تويتر (Twitter)، والفيس بوك (Face book)، واليوتيوب (You tube)، والإنستغرام (Instagram)، وسناب شات (Snap chat).

إدمان شبكات التواصل الاجتماعي (Social Networks Addiction): ويعرف بأنه "الإفراط في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وقضاء وقت يفوق الحد المقبول إلى الدرجة التي تؤثر على صحة المستخدم الجسدية والنفسية، وتنعكس على مختلف جوانب حياته العلمية والعملية والاجتماعية وغيرها" (Young, 1996, 238-239).

ويعرف الباحث إدمان شبكات التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لفترات طويلة دون شعور مستخدمها بالرغبة أو القدرة على تقليل استخدامها رغم انعكاساتها السلبية على جوانب حياته المختلفة، ويقاس إجرائياً في الدراسة الحالية بالدرجة الكلية التي يحصل عليها المستجيب على مقياس إدمان شبكات التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة

هدفت دراسة الزيدي (٢٠١٤) إلى التعرف على العلاقة بين إدمان شبكة الإنترنت وكل من التواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي لدى طلبة جامعة نزوى، وتكونت عينة الدراسة من (٤١٢) طالباً وطالبة من تخصصات مختلفة. وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة مدمني شبكة الإنترنت لدى عينة الدراسة تبلغ (١٠%) تقريباً، ووجود علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين إدمان الإنترنت والتواصل الاجتماعي، ووجود علاقة ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين إدمان الإنترنت والتحصيل الدراسي.

وأجرى الطيار (٢٠١٤) دراسة هدفت إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب جامعة الملك سعود، وذلك على عينة عشوائية مكونة من (٢٢٧٤) طالباً. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، والإهمال في الشعائر الدينية، فيما تمثلت أهم الآثار الإيجابية لشبكات التواصل في الاطلاع على أخبار البلد، والتعبير بحرية عن الرأي، والتمكن من تخطي حاجز الخجل.

وهدفت دراسة أبو زايد (٢٠١٦) إلى التعرف على واقع استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الثقافية (القيم السياسية والاجتماعية والدينية) والإشباع المتحققة، ودوافع استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وذلك على عينة مكونة من (٤٠٠) طالباً وطالبة من طلبة المرحلة الثانوية في قطاع غزة. ومن ضمن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، النتائج الآتية:

- أن (٩٠%) تقريباً من عينة الدراسة يمتلكون حساباً على شبكات التواصل الاجتماعي، وحوالي (٦٧%) يستخدمونها بشكل يومي، فيما حوالي (٢٦%) يقضون ما بين ثلاث ساعات إلى ست ساعات في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- احتلت الموضوعات الصحية المرتبة الأولى من بين الموضوعات التي يتابعها الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (٦٠،٧%)، تليها الموضوعات الدينية والشبابية والاجتماعية والتعليمية بنفس النسبة تقريباً (٥٥%)، ومن ثم الموضوعات السياسية والتسويقية والرياضية والاقتصادية بنسب تتراوح ما بين (٢٣% و٤٠،٣%)، وأخيراً الموضوعات المتعلقة بالطفل وبلغت (١٦%).

- أن التواصل مع الأصدقاء والمعارف، بحسب وجهة نظر عينة الدراسة، يعتبر الدافع الأول من حيث الأهمية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يليه الحصول على المعلومات والمعارف العامة، ثم قضاء أوقات الفراغ، ويتبعه بناء علاقات وصدقات جديدة، وأخيراً الدافع التعليمي.

- أن درجة تحقق الإشباعات من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على معظم القيم السياسية والاجتماعية والدينية جاءت بوزن نسبي يبلغ (٤٨،٣%)، وهي نسبة ضعيفة، وأن الإشباعات المتحققة للذكور أعلى من الإناث.

وهدفت دراسة الحلاق (٢٠١٦) إلى التعرف على قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على مساعدة الطلبة الجامعيين على الارتباط بالقيم، ولتحقيق هدف الدراسة قام الباحث بتصميم استبانة وتطبيقها على عينة عشوائية مكونة من (٤٠٠) طالباً وطالبة من طلاب جامعة دمشق، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم الإيجابيات المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتحديداً "الفيسبوك" تتمثل في التواصل مع الأقارب والأصدقاء، والتسليّة والترفيه، واكتساب الثقافة والمعرفة، والتعبير عن الآراء السياسية بحرية، كما كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يعتقدون أن استخدامهم لموقع "الفيسبوك" والتعرض لمحتوياته ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، كقيمة تقدير العلم، وقيمة الطموح، وقيمة احترام الذات، وقيمة العدل، وقيم الحرية.

وسعت دراسة كافي والصالح (٢٠١٦) إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن تأثير استخدامهم لها على قيمهم الاجتماعية والأسرية. وتكونت عينة الدراسة من (٣٠٠) مفردة من الشباب تتراوح أعمارهم ما بين (١٨-٣٥)، في مصر واليمن والسعودية. ومن أهم النتائج التي كشفت عنها الدراسة ارتفاع معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ أن أكثر من نصف العينة (٥٥%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بواقع أربع ساعات فأكثر يومياً، أما فيما يتعلق بالتأثيرات الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فقد جاءت قيم الاتصال الثقافي أولاً، تليها قيم العلاقات الاجتماعية، ثم قيم التعاون والمشاركة الاجتماعية، ثم قيم تقدير الذات، وأخيراً قيم التدين، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتفكك الأسري، وعدم وجود فروق دالة إحصائية في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية لدى الشباب تبعاً لمتغير النوع.

وأجرى مؤيد (٢٠١٦) دراسة مقارنة هدفت إلى التعرف على العلاقة بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي في جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية. وقد تكونت عينة الدراسة من (٣٥٤) طالباً وطالبة من طلبة عدة جامعات مصرية وسعودية، وأسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج، ومن أهمها:

- ارتفاع معدل الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة استخدامها لأكثر من خمس ساعات يومياً حوالي (٤٩%) للعينة الكلية بواقع (٥٠،٨%) للطلاب المصريين، و(٤٦،٣%) للطلاب السعوديين.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة الدراسة في بعدي التعاون، والتسامح والعفو التي عززتها مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمستوى إدمان مواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة الدراسة في بعدي الانتماء للوطن والترابط الأسري ومقياس القيم الأخلاقية التي عززتها مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمستوى إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لصالح ذوي الإدمان المنخفض.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة الدراسة في أبعاد التعاون والانتماء للوطن والترابط الأسري تبعاً لمتغير كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لصالح ذوي كثافة الاستخدام المرتفع.

وقامت التميمي (٢٠١٧) بدراسة هدفت إلى استقصاء أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية لدى طالبات قسم الدراسات الإسلامية في كلية التربية بجامعة الدمام من وجهة نظرهن. وتكونت عينة الدراسة من (١٦٥) طالبةً من قسم الدراسات الإسلامية. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الفيسبوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً يليه التويتر، وأن حوالي (٣٠%) من عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من أربع ساعات يومياً، وأن من أهم أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع الأهل والأصدقاء، وأن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم لدى الطالبات تراوحت بين الكبيرة وذلك في مجالي القيم التربوية والاجتماعية، والمتوسطة وذلك في مجال القيم الدينية، ووجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير عدد ساعات الاستخدام اليومي لصالح الطالبات اللواتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي من (٣-٤) ساعات يومياً على مجال القيم الدينية.

وسعت دراسة الزبون وأبو ملحم والعواملة (٢٠١٧) إلى الكشف عن درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية، حيث تكونت عينة الدراسة من (١٧٥) طالباً وطالبةً، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لدى عينة الدراسة كانت متوسطة، حيث جاءت القيم الجمالية في المرتبة الأولى، تلتها القيم الاقتصادية في المرتبة الثانية، ثم القيم الاجتماعية في المرتبة الثالثة، بينما جاءت القيم الأخلاقية في المرتبة الأخيرة. كما كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية في جميع المجالات تبعاً لمتغير الجنس ولصالح الطلبة الذكور، ووجود فروق دالة إحصائية في منظومة القيم تبعاً لمتغير التخصص ولصالح تخصص الخدمة الاجتماعية، إضافة إلى وجود فروق دالة إحصائية تبعاً لمتغير المستوى الدراسي ولصالح طلبة السنة الثانية، وأخيراً وجود فروق دالة إحصائية تبعاً لمتغير مدة التواصل اليومية ولصالح المدة الزمنية الأعلى (٦ ساعات فأكثر).

وتناولت دراسة شوكوير وشوكوير (Chukwuere & Chukwuere, 2017) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على نمط وأسلوب الحياة الاجتماعية لدى الطالبات الجامعيات في جنوب أفريقيا، حيث تكونت عينة الدراسة من (٦٧) طالبةً. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن من أهم التأثيرات الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة تتمثل في أن شبكات التواصل الاجتماعي تشجع على الانخراط في القضايا السياسية، كما أنها لا تعمل على هدم المنظومة القيمية أو العلاقات الاجتماعية مع الأهل والأصدقاء، فيما تمثلت أهم التأثيرات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي في أنها تساعد على استعارة وتمثل العادات والثقافات الأجنبية، وهدر الوقت، وإدمان شبكات التواصل الاجتماعي.

وقام كارا وتكين (Kara & Tekin, 2017) بدراسة هدفت للتعرف على طبيعة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبعض القيم الإنسانية والاجتماعية لدى طلاب المدارس الثانوية في تركيا، حيث تكونت عينة الدراسة من (١٩٥٢) طالباً وطالبةً من طلبة تسع مدارس ثانوية في مدينة أديامان التركية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة ذوي الاستخدام المرتفع لوسائل التواصل الاجتماعي وذوي الاستخدام المنخفض في قيم الإحساس بالمسؤولية

وذلك لصالح ذوي الاستخدام المنخفض، وقيم الصداقة والشعور بالانتماء لصالح ذوي الاستخدام المرتفع.

وهدفت دراسة صباح والشجيري (٢٠١٨) إلى معرفة مستوى إيمان مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على التطرف الفكري لدى الطلبة الجامعيين، حيث تكونت عينة الدراسة من (١٧٤) طالباً وطالبة من طلبة جامعة الأنبار في الجمهورية العراقية وجامعة سعيدة في الجمهورية الجزائرية. وأظهرت نتائج الدراسة وجود مستوى مرتفع من إيمان مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة، وأن إيمان مواقع التواصل الاجتماعي يفسر ما مقداره (٥٣%) من التطرف الفكري لدى عينة الدراسة، بمعنى أن إيمان مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل كبير على التطرف الفكري.

واستقصت دراسة عبد السلام وفني (٢٠١٨) الخصائص المدرسية للتلاميذ المدمنين على شبكات التواصل الاجتماعي، وتكونت عينة الدراسة من (٢٢٠) طالباً وطالبة من طلبة المرحلة الثانوية في مدينة سطيف الجزائرية، حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة إيمان شبكات التواصل الاجتماعي لدي عينة الدراسة تبلغ حوالي (٦٢%)، بواقع (٦٩%) تقريباً لدى الذكور، و(٥٩%) للإناث، ووجود علاقة ارتباطية سلبية بين الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي والسلوك الاجتماعي والدافعية للتعلم لدى عينة الدراسة.

وهدفت دراسة العنزي (٢٠١٨) إلى الوقوف على واقع القدوة في مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمثلها مشاهير هذه المواقع، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي، وصممت لذلك استبانة مكونة من ثلاثة محاور رئيسية، تقيس مدى مساهمة هذه القدوة الرقمية في: تغيير منظومة القيم، وتوجيه السلوك، وتشكيل الأمن الفكري لدى طلبة المدارس الحكومية بدولة الكويت، وذلك من وجهة نظر الطلبة أنفسهم، وقد بلغت عينة الدراسة (٧١٦) طالباً وطالبة من طلبة المرحلة الثانوية. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، من أهمها: أن مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي يسهمون بدرجة متوسطة في تغيير منظومة القيم لدى عينة الدراسة، وأن لهؤلاء المشاهير دور بارز في إكساب الطلاب قيماً إيجابية مثل حب العمل التطوعي واستشعار المسؤولية والاعتماد على النفس، ولكنهم لم ينجحوا في غرس قيم مثل التسامح والصدق، كما كان لهم أثر سلبي في زيادة إطلاع هؤلاء الطلبة على الفكر الأجنبي السلبي وتقليده.

وأجرى أحمد وهلاي (٢٠١٩) دراسة هدفت للكشف عن العلاقة الارتباطية بين إدمان الإنترنت والقيم الجمالية (التنسيق والنظام، تقدير الجمال والنظافة، الذوق العالي والراقي، الشكل الجمالي المتوافق، حب الإبداع والابتكار) لدى طلاب كلية التربية بجامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل، وذلك على عينة مكونة من (١٦٠) طالباً. وكشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية بين مدمني الإنترنت وغير مدمني الإنترنت في أبعاد القيم الجمالية الآتية: التنسيق والنظام، وتقدير الجمال والنظافة، والشكل الجمالي المتوافق وذلك لصالح مجموعة غير مدمني الإنترنت، وعدم وجود فروق بين المجموعتين في بعدي الذوق العالي والراقي، وحب الإبداع، ووجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الدرجة المنخفضة على مقياس إدمان الإنترنت وكل من أبعاد القيم الجمالية الآتية: التنسيق والنظام، وتقدير الجمال والنظافة، والذوق العالي والراقي.

وسعت دراسة القحطاني (٢٠١٩) إلى الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي من وجهة نظر الطلبة أنفسهم، حيث تكونت عينة الدراسة من (٨٠٠) طالباً وطالبة من طلبة

جامعة أم القرى، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية لدى الطالب الجامعي جاءت في المرتبة الأولى، تليها القيم الاقتصادية، وأخيراً القيم الأسرية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي تعزى لمتغير التخصص، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي تعزى لمتغير الجنس ومتغير عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل أقل من ساعة يومياً.

التعليق على الدراسات السابقة

فيما يلي تعليق على الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها:

- هدفت معظم الدراسات السابقة إلى الكشف عن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم ومنها دراسة الطيار (٢٠١٤) ودراسة أبو زايد (٢٠١٦) ودراسة الحلاق (٢٠١٦) ودراسة كافي والصالح (٢٠١٦) ودراسة التميمي (٢٠١٧) ودراسة الزبون وآخرون (٢٠١٧) ودراسة شوكوير وشوكوير (Chukwuere & Chukwuere, 2017) ودراسة القحطاني (٢٠١٩)، كما هدفت إحدى هذه الدراسات إلى معرفة مدى مساهمة القدرة الرقمية والمتمثلة في مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير منظومة القيم وهي دراسة العنزي (٢٠١٨)، بينما هدفت دراسة الزبيدي (٢٠١٤) إلى التعرف على العلاقة بين إدمان شبكة الإنترنت والتواصل الاجتماعي، فيما هدفت مجموعة أخرى من الدراسات إلى الكشف عن العلاقة بين إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وجملة من القيم كدراسة مؤيد (٢٠١٦) ودراسة كارا وتكين (Kara & Tekin, 2017) ودراسة أحمد وهلال (٢٠١٩)، أما دراسة صباح والشجيري (٢٠١٨) فقد هدفت إلى الكشف عن أثر إدمان شبكات التواصل الاجتماعي على التطرف الفكري.

- فيما يتعلق بالمنهج المستخدم في الدراسة، فقد اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في اعتمادها على المنهج الوصفي في التعبير عن مشكلة الدراسة ومعالجتها.

- اتفقت معظم الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من حيث عينة الدراسة والتي تمثلت بطلبة الكليات والجامعات ما عدا دراسة أبو زايد (٢٠١٦)، ودراسة كارا وتكين (Kara & Tekin, 2017)، ودراسة عبد السلام وفني (٢٠١٨)، ودراسة العنزي (٢٠١٨) والتي طبقت على عينة من طلبة المرحلة الثانوية، فيما اعتمدت دراسة كافي والصالح (٢٠١٦) على الشباب بشكل عام كعينة للدراسة.

- اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من حيث أداة الدراسة المستخدمة لقياس القيم والأنساق القيمية، حيث استخدمت الدراسات السابقة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، فيما اختلفت مع العديد من الدراسات من حيث الأداة المستخدمة لقياس الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي والتي اعتمدت على متغير عدد ساعات الاستخدام أو كثافة الاستخدام فقط لتصنيف مدمني شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين كدراسة كافي والصالح (٢٠١٦)، ودراسة التميمي (٢٠١٧)، ودراسة الزبون وآخرون (٢٠١٧)، ودراسة كارا وتكين (Kara & Tekin, 2017)، ودراسة القحطاني (٢٠١٩)، فيما اتفقت مع مجموعة من الدراسات في اعتمادها على مقياس لقياس الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي أو الإنترنت بشكل عام، كدراسة مؤيد (٢٠١٦)، ودراسة صباح والشجيري (٢٠١٨)، ودراسة عبد السلام وفني (٢٠١٨)، ودراسة أحمد وهلال (٢٠١٩).

- تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها الدراسة الوحيدة على حد علم الباحث التي يتم إجراؤها على الأنساق القيمية وربطها بإدماج شبكات التواصل الاجتماعي وذلك في البيئة الكويتية.

- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة، وتدعيم إطارها النظري، وتصميم أداة الدراسة (الاستبانة) الخاصة بالأنساق القيمية، والمفاضلة بين المقاييس المختلفة لقياس الإدماج على شبكات التواصل الاجتماعي واختيار أكثرها ملائمة للبيئة الكويتية ولهدف الدراسة، بالإضافة إلى الاستفادة منها في صياغة فروض الدراسة وتفسير نتائجها.

الإطار النظري

أولاً: القيم والنسق القيمي

يعد مفهوم القيم من المفاهيم الشائعة الاستخدام في الأدبيات التربوية والنفسية والاجتماعية والسياسية، إلا أنه لا يوجد اتفاق بين الباحثين حول تعريف موحد لهذا المفهوم؛ وذلك لاختلاف منطلقاتهم الفكرية وتخصصاتهم العلمية. ويعرف بارسونز Parsons القيم بأنها "المعايير التي تحكم بها على كون الشيء مرغوباً فيه، أو غير مرغوب فيه" (الطيار، ٢٠١٤، ٢٠٤). كما تعرف القيم بأنها "المبادئ والمعتقدات والمثل والمقاييس، أو أنماط الحياة التي تعمل مرشداً عاماً للسلوك، أو نقاط تفضيل في صنع القرار، أو لتقويم المعتقدات والأفعال" (Halstead & Taylor, 1996, 5). ويعرفها أبو العينين (١٩٨٨، ٣٤) بأنها "مجموعة من المعايير والأحكام تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجهات لحياته يراها جديرة بتوظيف إمكانياته وتتجسد خلال الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة". فيما يرى خليفة (١٩٩٢، ٣٣) أن القيم تمثل "مستوى أو معيار للانتقاء من بين بدائل أو إمكانات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي".

وتتضح أهمية القيم من خلال الوظائف التي من الممكن أن تحققها سواءً على مستوى الفرد أو المجتمع، ومن أبرز الوظائف التي تقوم بها القيم على مستوى الفرد الوظائف الآتية:

- تحدد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة.

- تزود الإنسان بالطاقات الفاعلة في الحياة وتبعده عن السلبية.

- تعمل على حماية الفرد من الانحراف والانجرار وراء شهوات النفس وغرائزها (الجلاد، ٢٠١٣).

- تعمل على حماية الفرد من الوقوع في دائرة الصراع أو الشك عند إصدار بعض القرارات المتعلقة بالآخرين مما يحفظ للفرد استقراره النفسي (أحمد، ٢٠٠٤).

- تساهم في تشكيل وتكوين الأفكار والمبادئ لدى الفرد نحو المواقف والقضايا المختلفة مثل: القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها (عقل، ٢٠٠١).

أما على مستوى المجتمع، فتتضح أهمية القيم من خلال قيامها بالوظائف التالية:

- تحفظ للمجتمع بقاءه واستمراره؛ فوجود المجتمعات واستمراريتها لا يتحدد بالمعايير المادية فقط، بل مرهون كذلك بما تمتلكه من معايير قيمية وخلقية، فهي الأسس والموجهات السلوكية التي يبنى عليها تقدم المجتمعات واستمراريتها.

- تحفظ للمجتمع هويته المميزة له عن باقي المجتمعات.
- تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة؛ فالبناء القيمي السليم لأفراد المجتمع يمكنهم من التمييز بين النافع والضار وفق معايير الثقافة التي يؤمنون بها (الجلاد، ٢٠١٣، ٤٤-٤٦).
- تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها حتى تبدو متناسقة، كما إنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساساً عقلياً يصبح عقيدةً في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة (الزيود، ٢٠١١، ٢٩).
- وللقيم مجموعة من الخصائص الذاتية التي تميزها عن غيرها من أنماط السلوك الإنساني والمفاهيم الاجتماعية والنفسية، والتي عادةً ما يتم ربطها بالقيم، كمفهوم الحاجة أو المعتقد أو الاتجاه أو السمة، ويمكن إجمال أبرز خصائص القيم فيما يلي:
- القيم ذاتية وشخصية؛ بمعنى أن أهمية القيمة تختلف باختلاف اهتمامات الأفراد وميولهم وتفضيلاتهم وذوقهم.
- القيم نسبية؛ بمعنى أنها تختلف باختلاف الزمان والمكان والإنسان والثقافة، وإن كانت تتميز بالثبات النسبي لدى صاحبها.
- القيم تجريدية؛ فالقيم تحمل معنىً ذهنياً مجرداً غير محسوس إلا أن معانيها لا تتضح إلا إذا تلبست بالواقع والسلوك، أي يؤمن بها الإنسان كموجه له ويحتضنها في سلوكه (الجلاد، ٢٠١٣، ٣٥-٣٨).
- القيم متعلمة؛ فهي تكتسب عن طريق وسائط التنشئة الاجتماعية المختلفة لا عن طريق الوراثة.
- القيم متداخلة؛ فهي مترابطة ومتداخلة، حيث تتضمن الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية، كما أنها متداخلة من حيث التطبيق (الخرزاعلة، ٢٠٠٩).
- القيم إنسانية؛ فالقيم تختص بالبشر فقط دون غيرهم من المخلوقات الأخرى، وهذا ما يميزها عن الحاجات التي تخص البشر وغيرهم.
- القيم ذات طبيعة معيارية؛ فالقيم بمثابة معيار لإصدار الأحكام واتخاذ المواقف.
- القيم ذات طبيعة ضدية أو قطبية؛ فلكل قيمة ضدها، مما يجعل لها قطباً إيجابياً وقطباً سلبياً، فالقطب الإيجابي يمثل القيمة أما السلبى فيمثل ما يمكن تسميته بـضد القيمة أو عكس القيمة.
- القيم تتسم بالهرمية؛ أي أنها تترتب ترتيباً متدرجاً في الأهمية، وذلك بحسب الأهمية والتفضيل لدى كل فرد (أبو جادو، ٢٠١٣).
- وقد انبثقت فكرة نسق القيم "من تصور مؤداه أنه لا يمكن دراسة قيمة معينة أو فهمها بمعزل عن القيم الأخرى، فهناك مدرج أو نسق هرمي تنتظم به القيم مرتبة حسب أهميتها بالنسبة للفرد أو الجماعة" (خليفة، ١٩٩٢، ٥٢). ويؤكد كلاً من فخرو والروبي (١٩٩٥، ٥٥٣) أن القيم في الشخصية الإنسانية تنتظم "وتتربط مع بعضها في نسق خاص بها يمثل نسق القيم لدى الفرد، ويعبر النسق عن أولويات قيم الفرد تبعاً لأهميتها لديه، حيث يمكن أن تختلف درجة الأهمية لكل قيمة من فرد لفرد وفقاً لمعتقداته وقناعاته، ومن مجتمع لآخر وفقاً لثقافته، كما يمثل نسق القيم درجة الثبات النسبي لقيم الفرد عبر مرور

الزمن، وفي مواجهة تغيرات بيئته". ونظراً لكون النسق القيمي يمتاز بالثبات النسبي ولكونه يتشكل وفقاً لإمكانيات الفرد ومواقفه والظروف المحيطة به، فإن النسق القيمي من الممكن أن يتفكك ويعاد ترتيبه ثانيةً في ضوء التغيرات والتحويلات المجتمعية الفكرية والثقافية وغيرها (زاهر، ١٩٩٦). فقد تقل أهمية قيمة ما فتهبط من قمة النسق القيمي لتحتل مركزاً أدنى فيما قد تزيد أهمية قيمة أخرى فتحتل مركزاً أعلى في النسق القيمي للفرد أو الجماعة.

وقد تعددت محاولات المهتمين بدراسة موضوع القيم لوضع تصنيف لها، أي محاولة توزيع القيم وفق أبعاد أو أسس معينة، ونتيجة لذلك ظهرت العديد من التصنيفات للقيم. حيث صنفت القيم على أساس المقصد إلى قيم وسائلية وقيم غائية، فيما صنفت على أساس إلزاميتها إلى قيم ملزمة وقيم تفضيلية وقيم مثالية، وصنفت على أساس الوضوح إلى قيم ظاهرة وقيم ضمنية، وعلى أساس الدوام إلى قيم عابرة وقيم دائمة (الجلاد، ٢٠١٣؛ دياب، ١٩٨٠)، ومنها ما صنف على أساس المحتوى أو الموضوع، وهو الذي تتبناه الدراسة الحالية، حيث تصنف القيم على النحو الآتي:

- ١- القيم الدينية: وتتمثل في اهتمام الفرد بالتعاليم والمعتقدات والمسائل الدينية والروحية والغيبية.
- ٢- القيم الاجتماعية: وتتضمن اهتمام الفرد بالناس ومحبتهم وتقديم المساعدة لهم دون أن تدفعه لذلك غايات أو مصالح شخصية، بل تمثل إشباعاً لحاجته ورغباته، فهي تجسد نمط الفرد الاجتماعي الذي يميل إلى التفاعل مع أفراد المجتمع والاختلاط بهم، وتشتمل على الرغبة في المساعدة والتطوع والإيثار والرفق.
- ٣- القيم الاقتصادية: وهي القيم التي تتصل باهتمام الفرد بالمنفعة المادية والسعي وراء المال والثروة والاستثمار والعمل، والأفراد الذين تظهر لديهم هذه القيم عادةً ما يقيمون الأشياء وفق لمنفعتهم العملية المباشرة.
- ٤- القيم السياسية: وتتمثل في اهتمام الفرد بمتابعة القضايا والأحداث السياسية والمشاركة بها، بالإضافة إلى الرغبة في امتلاك القوة والنفوذ والسيطرة والتحكم في الأشياء أو الأشخاص.
- ٥- القيم الجمالية: وتظهر من خلال اهتمام الفرد وميله إلى كل ما هو جميل من ناحية الشكل أو التنسيق، بالإضافة إلى القدرة على تذوق الجمال والإبداع الفني (الجلاد، ٢٠١٣، ٤٨؛ دياب، ١٩٨٠، ٧٥).

ثانياً: الإدمان على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

يمكن النظر إلى شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها بيئات افتراضية يمكن الوصول إليها عن طريق الإنترنت، بحيث يستخدمها الفرد لبناء علاقات جديدة أو توطيد علاقات قائمة، كما تسمح له بمشاركة أفكاره ومشاعره وسلوكياته واحتياجاته مع الآخرين عن طريق الكتابة أو الصور أو مقاطع الفيديو (Baltaci, 2019; Kwon & Wen, 2010).

ولشبكات التواصل الاجتماعي الكثير من الجوانب والآثار الإيجابية في العديد من المجالات، ومن أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي الإيجابية الآتية: التواصل مع الآخرين، الترفيه والتسلية، والانفتاح على الآخر، تبادل الأفكار والمعلومات، توعية الأفراد بحقوقهم وواجباتهم، انعدام الوصاية على المستخدم فيما يتعلق بالاختيار والتعبير والنشر، وصقل المعرفة وزيادة الثقافة (البدر، ٢٠١٣؛ السويدي، ٢٠١٤). وعلى الجانب الآخر، يرى العديد من الباحثين والمتخصصين أن هناك العديد من السلبيات التي

ارتبطت بشبكات التواصل الاجتماعي، ومن أهمها: الانفصال عن الواقع والعيش بالعالم الافتراضي، العزلة الاجتماعية والتفكك الاجتماعي، إلكترونية العلاقات والروابط الاجتماعية، بث الأفكار الهدامة والشائعات، الغزو الثقافي والقيمي لأفراد المجتمع، انتهاك الخصوصية، هدر الوقت، والإفراط في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والإدمان عليها (السويدي، ٢٠١٤؛ المقدادي، ٢٠١٣).

وتعمل وسائل الاتصال والإعلام بشكل عام على إشباع مجموعة من الاحتياجات لدى مستخدميها وتتمثل في الاحتياجات المعرفية كالبحث عن المعلومة والمعرفة، واحتياجات عاطفية وتتعلق بإشباع حاجات وجدانية وشعورية وعاطفية لدى الأفراد، واحتياجات تكاملية وتعمل على تقوية وتعزيز الثقة والمصادقية والاستقرار لدى الأفراد، واحتياجات التواصل وترتبط بإشباع حاجة التواصل مع الأهل والأصدقاء والعالم من حولنا، واحتياجات ترتبط بالهروب وتقليل التوتر والتي تنشأ عن ضعف الاتصال بالذات وتلبية الأدوار الاجتماعية المطلوبة من الفرد (Katz, Gurevitch, & Haas, 1973).

وعلى الرغم من أن مفهوم الإدمان عادةً ما يتم تناوله من منظور طبي لتوضيح تلك الرغبة الجسدية والنفسية لدى بعض الأفراد نحو بعض المواد المادية كالكحول والعقاقير وغيرها (Shaffer, 1996)، إلا أن مفهوم الإدمان في السنوات الأخيرة بدء يتسع ليشمل حالات ومواقف أخرى، حيث يرى البعض أن الإدمان في مفهومه الواسع يشير إلى "رغبة مرضية (قهريّة ومدمرة) جامحة من الإنسان نحو الموضوع الإدماني. وقد يكون هذا الموضوع الإدماني موضوعاً مادياً كالمواد المخدرة والخمر والحبوب والسجائر وغيره، وقد يكون حدثاً كالقمار والجنس والعمل والكمبيوتر والهاتف المحمول والإنترنت" (فطائر، ٢٠٠١، ٣٣-٣٤).

ويعد إدمان شبكات التواصل الاجتماعي أحد الأشكال الشائعة لإدمان الإنترنت، والذي يتمثل في الاستخدام المفرط والغير عقلائي لشبكات التواصل الاجتماعي للحد الذي يؤثر فيه على جوانب الحياة المختلفة لدى المدمن وإهمال التزاماته اليومية (Griffiths, 2012). وترى يونس (٢٠١٦، ٢٤) أن إدمان شبكات التواصل الاجتماعي يظهر من خلال "الرغبة التي لا يمكن السيطرة عليها في تقليل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والإفراط في استخدام هذا العالم الافتراضي وعدم الشعور بهدر الوقت أمام هذه المواقع الاجتماعية مع تجاهل والاستغناء عن أداء أعمال أخرى في حياة الفرد".

ولقد ظهرت العديد من التساؤلات والنقاشات في الكثير من مجالات الإدمان السلوكي، بما فيها إدمان شبكات التواصل الاجتماعي، حول ما إذا كان من المقبول اعتبار بعض السلوكيات الشديدة أو المفرطة إدماناً حقيقياً أم لا؟ (Simsek, Elciyar, & Kizilhan, 2019). حيث يرى جريفيث (Griffiths, 2010) أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لفترات طويلة لا يدل بالضرورة على إدمان صاحبها، فأحد الفروقات الأساسية بين الإفراط الطبيعي في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الذي يحدث أحياناً مع الكثيرين وإدمان شبكات التواصل الاجتماعي هو أن هذا الأخير عادة ما يصاحبه مجموعة من النتائج والآثار السلبية عند الاستخدام المفرط لهذه الشبكات تتضمن العديد من المشكلات النفسية والعاطفية والأسرية والصحية وكذلك تلك التي تتعلق بأدائه المهني أو الأكاديمي (Andreassen, 2015). وقد أكدت إحدى الدراسات أن مدمني شبكات التواصل الاجتماعي تظهر لديهم أعراض مشابهة لتلك التي تظهر مع مدمني السلوكيات أو المواد الأخرى (Enrique, 2010).

وللتمييز بين السلوكيات العادية أو المفرطة وبين السلوكيات التي تندرج تحت مفهوم الإدمان بما فيها إدمان شبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد اقترح جريفيث (Griffiths, 2000) ستة مكونات أساسية أو محددات تشخيصية يجب أن تتوافر في سلوك ما حتى يمكن تعريفه إجرائياً بالإدمان، وهي على النحو الآتي:

١- البروز *Saliency*: ويحدث عندما يصبح السلوك (استخدام شبكات التواصل الاجتماعي) أهم نشاط يقوم به الفرد في حياته، ويسيطر على تفكيره ومشاعره. فعلى سبيل المثال، حتى لو كان الفرد غير متصلاً بشبكات التواصل الاجتماعي فإنه يفكر ملياً وباستمرار بالمرّة القادمة التي سوف يستخدم فيها شبكات التواصل الاجتماعي.

٢- تغيير المزاج *Mood Modification*: ويشير إلى الخبرة الشخصية التي يشعر بها الفرد كنتيجة للقيام بهذا السلوك، والتي يمكن النظر إليها باعتبارها استراتيجية للتكيف، كأن يشعر مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بالإثارة العالية أو الشعور بالهدوء والطمأنينة نتيجة لهذا الاستخدام.

٣- التحمل *Tolerance*: وهي العملية التي يزداد بها مقدار أو كمية السلوك للوصول إلى نفس النتيجة أو الأثر السابق والذي أمكن الوصول إليه بمقدار أقل. أي أن مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي قد يضطر مع مرور الوقت إلى زيادة زمن أو مقدار الاستخدام لهذه الشبكات للوصول إلى الشعور بالإثارة أو المتعة أو الهدوء الذي كان يتحصل عليه سابقاً بواسطة فترة زمنية أقل.

٤- الأعراض الانسحابية *Withdrawal Symptoms*: وتتمثل في مشاعر عدم الراحة أو بعض الآثار الفسيولوجية الناشئة عن الانقطاع عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أو التقليل منها بشكل مفاجئ كحدة الطبع وتكدر المزاج والارتعاش وغيرها.

٥- الصراع *Conflict*: وهي تشير إلى جملة من الصراعات الناشئة نتيجة الفترة الزمنية الطويلة التي يقضيها الفرد في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتتضمن الصراع بين المدمن ومحيطه الاجتماعي (الأسرة والأصدقاء)، والصراع والتضارب بين السلوك الإدماني (استخدام شبكات التواصل الاجتماعي) وغيرها من الأنشطة الأخرى (العمل، الاهتمامات، الهوايات)، بالإضافة إلى الصراع الذاتي للفرد حول فقدانه السيطرة على سلوكه الإدماني.

٦- الانتكاس *Relapse*: وهي الرغبة أو الميل إلى العودة مرة أخرى لأنواع الأنشطة التي كان يدمنها الفرد سابقاً، وربما بشكل أكبر بعد فترة بسيطة من السيطرة على السلوك الإدماني.

وقد أجريت العديد من الدراسات من مختلف دول العالم للتعرف على حجم انتشار ظاهرة الإدمان على الإنترنت وتطبيقاته الاجتماعية المختلفة لدى طلبة المدارس والجامعات، حيث أشارت نتائج إحدى الدراسات أن نسبة الإدمان على الإنترنت لدى عينة من طلبة الجامعات في المملكة المتحدة تقدر بحوالي (١٨%) (Niemz, Griffiths, & Banyard, 2005)، فيما أشارت دراسة أخرى أن نسبة إدمان مواقع التواصل الاجتماعي على عينة من طلبة الجامعات الأمريكية تقدر بحوالي (١٥%) (Hou et al., 2019). أما في المملكة العربية السعودية، فقد أشارت نتائج دراسة دغريري (٢٠١٧) والتي أجريت على عينة من المراهقين السعوديين أن (٥٦%) من أفراد العينة لديهم إدمان بدرجة متوسطة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فيما (٢٦%) لديهم إدمان بدرجة مرتفعة. وفي دراسة طولية استغرقت ثلاث

سنوات على عينة من طلبة الثانوية العامة في هونغ كونغ، أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة الإدمان على الإنترنت لدى عينة الدراسة تراوحت ما بين (٢٢,٥%) إلى (٢٦,٧%) (Yu & Shek, 2013).

ويعد إدمان الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي مشكلة حقيقية يترتب عليها العديد من الآثار الضارة على النمو البيولوجي والفسولوجي والنفسي والاجتماعي لدى مدمنيها. فقد أشارت العديد من الدراسات إلى وجود ارتباط إيجابي بين إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وأعراض الاكتئاب، والوحدة، والخجل، وانخفاض تقدير الذات، والوسواس القهري، والقلق، وقلق الخوف، والذهانية، والشعور بالعداوة، وانخفاض الشعور بالسعادة (دغريري، ٢٠١٧؛ يونس، ٢٠١٦؛ Baltaci, 2019؛ Caplan, 2002).

إجراءات الدراسة الميدانية:

أ- منهج الدراسة:

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المقارن، فالمنهج الوصفي "يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً من خلال التعبير النوعي الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أو التعبير الكمي الذي يعطي وصفاً رقمياً يوضح مقدار أو حجم الظاهرة" (عباس وآخرون، ٢٠٠٧، ٧٤)؛ واعتمدت الدراسة الحالية على أحد أشكاله وهو المنهج الوصفي المقارن، لمناسبته لطبيعة الدراسة وأهدافها.

ب- مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة كلية التربية الأساسية في الفصل الأول من العام الأكاديمي ٢٠١٩-٢٠٢٠، والبالغ عددهم (١٩٩٠٩)، موزعين على النحو التالي: (٤٥٦٨) طالباً بنسبة (٢٢,٩%)، و(١٥٣٤١) طالبةً بنسبة (٧٧,١%).

ج- عينة الدراسة:

- العينة الاستطلاعية:

تكونت العينة الاستطلاعية من (٦٩) طالباً وطالبة، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، ومن خارج العينة الأصلية، بغرض التأكد من صلاحية أداة الدراسة وتقنينها وذلك من خلال حساب معاملات الصدق والثبات.

- العينة الأصلية:

تكونت عينة الدراسة من (٨٣٤) طالباً وطالبة من طلبة كلية التربية الأساسية، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، ويمثلون ما نسبته (٤,١٨%) من مجتمع الدراسة، وجدول (١) يوضح خصائص عينة الدراسة.

جدول (١) خصائص عينة الدراسة

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	٢٦٨	٣٢,١%
	أنثى	٥٦٦	٦٧,٩%
	المجموع	٨٣٤	١٠٠%
السنة الدراسية	السنة الأولى	٢٤٩	٢٩,٩%
	السنة الثانية	٢٥٧	٣٠,٨%
	السنة الثالث	١٩٥	٢٣,٤%
	السنة الرابعة	١٣٣	١٥,٩%
	المجموع	٨٣٤	١٠٠%

د- أدوات الدراسة:

أولاً: مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي

اعتمدت الدراسة الحالية على مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي والذي أعده المنيس (Al-Menayes, 2015) اعتماداً على مقياس يونغ لإدمان الإنترنت (Young, 1996) حيث استخدم الباحث منهجية البحث المسحي. ويتكون المقياس من (١٤) عبارة تقيس أعراض إدمان مواقع التواصل الاجتماعي، وتتم الاستجابة على عبارات المقياس باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، وقد تحقق مُعد المقياس من خصائص المقياس السيكمترية بتطبيقه على عينة مكونة من (١٣٢٧) طالباً وطالبة من طلبة جامعة الكويت. حيث تحقق الباحث من صدق البناء العملي للمقياس والذي تحدد بثلاثة أبعاد للمقياس تشبعت بجميع عبارات المقياس والذي تراوح بين (٠,٥٠٩ - ٠,٧٨٧). كما تم التحقق من الصدق التلازمي للمقياس بحساب العلاقة بين أبعاد المقياس وبعض المتغيرات كعدد ساعات الاستخدام اليومية، والارتياح من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تراوحت معاملات الارتباط ما بين (٠,١٠٨ - ٠,٢٩٩) وجميعها قيم دالة عند مستوى ($\alpha \geq 0,001$). كما تحقق معد المقياس من ثبات المقياس باستخدام معادلة ألفا كرونباخ حيث تراوحت معاملات الثبات لأبعاد المقياس ما بين (٠,٦٣ - ٠,٩٤).

وتم إعطاء كل عبارة من عبارات المقياس وزناً متدرجاً وفقاً لسلم ليكرت الخماسي وذلك على النحو التالي: موافق بشدة (٥ درجات)، موافق (٤ درجات)، محايد (لا أدري) (٣ درجات)، غير موافق (درجتان)، غير موافق بشدة (درجة واحدة). وعليه، فإن درجات المستجيب على مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي تتراوح من (٧٠-١٤) درجة. ويصنف المستجيبين على المقياس بحسب الدرجات على النحو الآتي:

- من (٤٢-١٤) درجة تعني استعمال طبيعي أو متوسط (غير مدمن).

- من (٧٠-٤٣) درجة تعني استعمال مفرط وتظهر عليه أعراض الإدمان (مدمن).

صدق مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسة الحالية

تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي للمقياس عن طريق إيجاد معامل الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس، مع بيان مستوى الدلالة وذلك على العينة الاستطلاعية سابقة الذكر، وجدول (٢) يوضح ذلك.

جدول (٢) معامل الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية للمقياس

معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
**٠,٥٩٤	١١	**٠,٣٩٠	٦	**٠,٣٦٦	١
**٠,٧٤٠	١٢	**٠,٣٩٧	٧	**٠,٥٦٠	٢
**٠,٧٧٦	١٣	**٠,٦٨٣	٨	**٠,٦٨٥	٣
**٠,٦٩٥	١٤	**٠,٧٦٦	٩	**٠,٦٩٥	٤
		**٠,٧١٠	١٠	**٠,٧٠٦	٥

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,001$)

ثبات مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسة الحالية

تم التحقق من ثبات مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال حساب معامل الثبات كرونباخ ألفا للمقياس ككل، وذلك من خلال تطبيق المقياس على العينة الاستطلاعية سابقة الذكر، حيث بلغ معامل كرونباخ ألفا (٠,٨٧٦)، وهي قيمة عالية تدل على ثبات المقياس ومناسبته لأغراض الدراسة الحالية.

ثانياً: استبانة الأنساق القيمية

بعد الاطلاع على الأدب التربوي والدراسات السابقة المتعلقة بالقيم بشكل عام، والنسق القيمي بشكل خاص، قام الباحث بإعداد استبانة تكونت في صورتها الأولية من (٤٥) عبارة تتضمن خمس مجالات، وهي: مجال القيم الدينية، ومجال القيم الاجتماعية، ومجال القيم الاقتصادية، ومجال القيم السياسية، ومجال القيم الجمالية. وتم إعطاء كل عبارة من عبارات الاستبانة وزناً متدرجاً وفقاً لسلم ليكرت الخماسي لقياس ترتيب الأنساق القيمية بحسب درجة أهميتها لدى أفراد عينة الدراسة على النحو التالي: بدرجة كبيرة جداً (٥ درجات)، بدرجة كبيرة (٤ درجات)، بدرجة متوسطة (٣ درجات)، بدرجة قليلة (درجتان)، بدرجة قليلة جداً (درجة واحدة).

ولتحديد ولتحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي، تم استخدام المعيار الآتي:

المعيار = (درجة الاستجابة العليا - درجة الاستجابة الدنيا) ÷ عدد المستويات

المعيار = (٤-١=٥) ÷ ٣ = (١,٣٣)، وبعد ذلك أضيفت هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا بالنسبة لبقية الخلايا الأخرى، وجدول (٣) يوضح ترتيب الأنساق القيمية بحسب درجة أهميتها لدى عينة الدراسة وفقاً للمتوسطات الحسابية.

جدول (٣) واقع النسق القيمي لدى عينة الدراسة وفقاً للمتوسطات الحسابية

درجة الأهمية	المتوسط الحسابي
قليلة	١ - ٢,٣٣
متوسطة	٢,٣٤ - ٣,٦٧
كبيرة	٣,٦٨ - ٥

صدق استبانة الأنساق القيمية

أولاً: الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

للتحقق من صدق استبانة الأنساق القيمية تم عرضها على عدد من المحكمين المختصين من أعضاء هيئة التدريس بكلية التربية الأساسية، وذلك للتأكد من مدى صلاحية وملائمة العبارات المستخدمة وانسجامها مع موضوع الدراسة، ومناسبة مضمون العبارات للمجال الذي تنتمي إليه، وسلامة صياغتها اللغوية، وبناءً على الملاحظات التي أُعطيت من قبل السادة المحكمين تم إجراء التعديلات اللازمة، حيث تم حذف عبارتان، وتعديل صياغة عبارة واحدة، والاحتفاظ بباقي عبارات الاستبانة والتي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها (٨٠%) أو أكثر؛ لتصبح الاستبانة في صورتها النهائية مكونة من (٤٣) عبارة.

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي

تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة عن طريق إيجاد معامل الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه، مع بيان مستوى الدلالة وذلك على العينة الاستطلاعية سابقة الذكر، وجدول (٤) يوضح ذلك.

جدول (٤) معامل الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه

رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
١	**٠,٦٩٠	١٢	**٠,٥٩٢	٢٣	**٠,٦٣٩	٣٤	**٠,٣٤٢
٢	**٠,٥٠٨	١٣	**٠,٧٩٥	٢٤	**٠,٥٣٩	٣٥	*٠,٣٠٥
٣	**٠,٦٧٨	١٤	**٠,٦٣١	٢٥	**٠,٥٧٥	٣٦	**٠,٧٧٥
٤	**٠,٥٠٥	١٥	**٠,٧١٩	٢٦	*٠,٢٥٨	٣٧	**٠,٦٩٢
٥	**٠,٣٠٠	١٦	**٠,٦٦٨	٢٧	**٠,٥٨١	٣٨	**٠,٧٩٩
٦	**٠,٥٣٠	١٧	**٠,٧١٤	٢٨	**٠,٨٠٧	٣٩	**٠,٧٠٢
٧	**٠,٧٧٤	١٨	**٠,٥٧٦	٢٩	**٠,٦٢٤	٤٠	**٠,٥٨٤
٨	**٠,٥١٨	١٩	**٠,٦٩١	٣٠	**٠,٦٣٥	٤١	**٠,٦٦٣
٩	**٠,٦٢٦	٢٠	**٠,٧٧٨	٣١	**٠,٤٨١	٤٢	**٠,٦٦٢
١٠	**٠,٤٥١	٢١	**٠,٧٤٠	٣٢	**٠,٧١١	٤٣	**٠,٥٨٧
١١	**٠,٥٨٧	٢٢	**٠,٦٣٦	٣٣	**٠,٥٢٠		

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,01$)

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$)

يتضح من الجدول السابق أن جميع عبارات الأداة دالة من حيث ارتباطها بالمجال الذي تنتمي إليه، مما يدل على صدق الاتساق الداخلي للأداة.

ثبات استبانة الأنساق القيمية

للتحقق من ثبات استبانة الأنساق القيمية تم تطبيقها على العينة الاستطلاعية وذلك لحساب معامل الثبات كرونباخ ألفا لكل مجال من مجالات الأداة، وللأداة ككل، وجدول (٥) يوضح ذلك.

جدول (٥) معاملات ثبات كرونباخ ألفا

المجال	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
القيم الدينية	٩	٠,٧١٣
القيم الاجتماعية	٩	٠,٨٠٨
القيم الاقتصادية	٨	٠,٧١٦
القيم السياسية	٩	٠,٧٣٧
القيم الجمالية	٨	٠,٨١١
الأداة ككل	٤٣	٠,٨٨٦

يتبين من جدول (٥) أن قيم معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لجميع مجالات الأداة تراوحت ما بين (٠,٧١٣-٠,٨١١)، في حين بلغ معامل الثبات للأداة ككل (٠,٨٨٦)، وهي قيمة عالية تدل على ثبات الأداة ومناسبتها لأغراض الدراسة الحالية.

و- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

بعد جمع الاستبانات، أدخلت البيانات إلى الحاسوب، وحللت باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وأجريت المعالجات الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية للتعرف على خصائص عينة الدراسة والإجابة عن السؤال الأول.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابة عن السؤال الثاني.
- اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent Samples T-test) للإجابة عن السؤال الثالث.

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

للإجابة عن السؤال الأول: ما مدى انتشار إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت؟ تم حساب التكرارات والنسب المئوية للكشف عن مدى انتشار إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت، و جدول (٦) يوضح ذلك.

جدول (٦) التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة وفقاً لمتغير الإدمان على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الفئة	العينة الكلية		الذكور		الإناث	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
مدمني شبكات التواصل الاجتماعي	٤٥٢	٥٤,٢%	١٤٠	٥٢,٢٣%	٣١٢	٥٥,١٢%
غير المدمنين على شبكات التواصل الاجتماعي	٣٨٢	٤٥,٨%	١٢٨	٤٧,٧٧%	٢٥٤	٤٤,٨٨%
المجموع	٨٣٤	١٠٠%	٢٦٨	١٠٠%	٥٦٦	١٠٠%

يتضح من جدول (٦) أن (٣٨٢) من طلبة كلية التربية الأساسية، والذين يشكلون ما نسبته (٤٥,٨%) من عينة الدراسة الكلية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بمعدل طبيعي أو متوسط وبالتالي ليس لديهم إدمان على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. أما بالنسبة لمدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فقد بلغ عددهم (٤٥٢) طالباً وطالبةً بما نسبته (٥٤,٢%) من عينة الدراسة الكلية.

وتدل النتيجة السابقة على انتشار إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة والذي قد يكون مرده إلى توافر شبكة الإنترنت في الأماكن الخاصة بالمنزل والأماكن العامة بمختلف مساقاتها التعليمية (كالجامعات والمعاهد والكليات)، والخدمية (كالبانوك والفنادق والشركات الخاصة والمؤسسات الحكومية)، والترفيهية (كالمطاعم والمقاهي والحدائق)، هذا بالإضافة إلى رخص ثمنها نسبةً للمستوى الاقتصادي والمعيشي لدى غالبية أفراد المجتمع الكويتي. كما يمكن تفسير ارتفاع نسبة إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة إلى توافر تطبيقاتها على الحواسيب المحمولة والهواتف الذكية مما يسهل من وصول المستخدم لها. كما يمكن تفسير انتشار إدمان شبكات التواصل الاجتماعي على نطاق واسع إلى طبيعة المرحلة العمرية لدى عينة الدراسة والمتمثلة بالشباب، كونهم أقدر من غيرهم على تقبل كل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا والتكيف معه، كما من الممكن أن يدمن الشباب على هذه الشبكات رغبةً منهم في تلبية احتياجاتهم وإشباع رغباتهم العلمية والدينية والسياسية والاقتصادية وغيرها، بالإضافة إلى ما يمكن أن تقدمه هذه الشبكات للشباب من إمكانية التعبير عن آرائهم وقضاياهم بعيداً عن رقابة وتبعية الأسرة. فضلاً عن كون السلوك الإدماني، بغض النظر عن ماهية هذا السلوك، "غالباً ما يلقى الدعم والتأييد من خلال عناصر خارجية كالأصحاب أو الدعاية، هذا بالإضافة إلى شعور المدمن أو اعتقاده بأن بعض حاجاته قد لبيت من خلال سلوكه الإدماني، مما يجعله يبدأ بالاعتقاد بأن هذا السلوك يجعله أكثر مرحاً وقبولاً أو أكثر جاذبيةً أو رقياً أو قوة" (فطير، ٢٠٠١، ١٢٨) مما قد يسهم في انتشار ظاهرة الإفراط في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وصولاً إلى مرحلة الإدمان على استخدامها.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة العازمي والمرتجي (٢٠١٧)، ودراسة عبد السلام وفني (٢٠١٨) والتي أظهرت نسبة إدمان على مواقع التواصل الاجتماعي بنسب تتراوح ما بين (٥٧%) إلى (٦٢%) تقريباً. كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة صباح والشجيري (٢٠١٨) والتي أشارت إلى وجود مستوى مرتفع من إدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين في العراق والجزائر.

واختلفت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة الزبيدي (٢٠١٤) والتي أظهرت نتائجها أن نسبة مدمني شبكة الإنترنت لدى عينة الدراسة تبلغ (١٠%) تقريباً، وقد يعود السبب في ذلك إلى اعتماد الباحثة على عدد ساعات استخدام شبكة الإنترنت كمعيار لتحديد فئة المدمنين وغير المدمنين. كما اختلفت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة دغريري (٢٠١٧) والتي أشارت نتائجها إلى (٢٦%) من المراهقين السعوديين لديهم إدمان بدرجة مرتفعة، وقد يعود السبب في ذلك إلى اختلاف الإجراءات المتبعة في تحديد ماهية الإدمان عن الدراسة الحالية، حيث لجأ الباحث إلى تقسيم الإدمان إلى ثلاثة مستويات، منخفضة ومتوسطة وعالية.

كما يتضح من جدول (٦) أن نسب انتشار إدمان شبكات التواصل الاجتماعي بحسب النوع تصل إلى (٥٢,٢٣%) لدى الذكور من المجموع الكلي للذكور، فيما كانت لدى الإناث في حدود (٥٥,١٢%) من

المجموع الكلي للإناث. وتدلل هذه النتيجة على تقارب نسب إدمان شبكات التواصل الاجتماعي بين الذكور والإناث مع وجود ارتفاع نسبي بسيط لدى الإناث. ويمكن عزو تقارب نسب إدمان شبكات التواصل الاجتماعي لدى الجنسين مع وجود ارتفاع نسبي بسيط لدى الإناث إلى كون ظاهرة إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ظاهرة عامة لدى الشباب بسبب تشابه تكوينهم النفسي وحاجاتهم المعرفية التي يسعون إلى إشباعها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن الطبيعة الثقافية والقيود المجتمعية في دولة الكويت والتي تفرض قيوداً أكبر على الإناث مقارنة بالذكور من حيث حرية التنقل وارتياح المنتديات الثقافية والأندية الرياضية والالتقاء بالأصدقاء وغيرها من طرق التواصل مع الآخرين قد تفرض على الإناث البقاء في المنزل لفترات أطول من أقرانهم من الذكور مما قد يجعلهم أكثر سعياً لتمضية أوقات فراغهم أو إشباع حاجاتهم المعرفية والثقافية وغيرها عن طريق استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وربما بدرجة مفرطة تنحو بهم إلى مرحلة الإدمان.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة الزيدي (٢٠١٤) والتي أظهرت نتائجها أن المتوسطات الحسابية لمقياس إدمان الإنترنت لدى الإناث أعلى منه مقارنةً بأقرانهم من الذكور. كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة أنديرسون وبالييسين وجريفيثس (Andreasen, Pallesen, & Griffiths, 2017)، ودراسة سيمسيك وآخرون (Simsek et al., 2019) والتي أظهرت نتائجها أن الإناث أكثر عرضةً لإدمان شبكات التواصل الاجتماعي مقارنةً بالذكور.

واختلفت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة عبد السلام وفني (٢٠١٨) والتي أظهرت نتائجها أن نسب إدمان شبكات التواصل الاجتماعي لدى الذكور أعلى منها مقارنةً بالإناث وذلك على عينة من طلبة وطالبات المرحلة الثانوية في الجزائر، وقد يعود السبب في ذلك إلى اختلاف خصائص عينة الدراسة من حيث المرحلة التعليمية والفئة العمرية والطبيعة المجتمعية عن عينة الدراسة الحالية.

لإجابة عن السؤال الثاني: ما ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها لدى مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين من طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت؟ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة الأهمية لترتيب الأنساق القيمية لمجالات الدراسة والدرجة الكلية لدى مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين وجدول (٧) يوضح ذلك.

جدول (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة الأهمية لاستجابات أفراد العينة على مجالات الدراسة والدرجة الكلية للأداة

الدرجة الأهمية	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفئة	المجال
كبيرة	١	٠,٤٨٩	٤,٣١	مدمنين	القيم الدينية
كبيرة	١	٠,٤٥٨	٤,٢٣	غير مدمنين	
كبيرة	٣	٠,٦١٦	٤,١٩	مدمنين	القيم الاجتماعية
كبيرة	٣	٠,٥٨٠	٤,٠٨	غير مدمنين	
كبيرة	٤	٠,٦٧٨	٣,٩١	مدمنين	القيم الاقتصادية
كبيرة	٤	٠,٥٦٢	٣,٧٥	غير مدمنين	
كبيرة	٥	٠,٦٧٢	٣,٧٧	مدمنين	القيم السياسية
متوسطة	٥	٠,٥٤١	٣,٥٣	غير مدمنين	
كبيرة	٢	٠,٨٦٦	٤,٢٣	مدمنين	القيم الجمالية
كبيرة	٢	٠,٨٧٣	٤,١٩	غير مدمنين	
كبيرة		٠,٤٣٨	٤,٠٨	مدمنين	الدرجة الكلية للأداة
كبيرة		٠,٣٤٠	٣,٩٦	غير مدمنين	

يتضح من جدول (٧) أن المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة من فئة مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الدرجة الكلية للأنساق القيمية بلغ (٤,٠٨)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٤٣٨)، وبدرجة أهمية كبيرة، كما جاء ترتيب الأنساق القيمية لدى مدمني شبكات التواصل الاجتماعي على النحو الآتي: احتلت القيم الدينية المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي يبلغ (٤,٣١)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٤٨٩)، وبدرجة أهمية كبيرة، وجاءت القيم الجمالية في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي يبلغ (٤,٢٣)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٨٦٦)، وبدرجة أهمية كبيرة، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت القيم الاجتماعية وبمتوسط حسابي يبلغ (٤,١٩)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٦١٦)، وبدرجة أهمية كبيرة، وجاءت القيم الاقتصادية بالمرتبة الرابعة وبمتوسط حسابي يبلغ (٣,٩١)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٦٧٨)، وبدرجة أهمية كبيرة، فيما جاءت القيم السياسية بالمرتبة الخامسة والأخيرة وبمتوسط حسابي يبلغ (٣,٧٧)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٦٧٢)، وبدرجة أهمية كبيرة.

أما بالنسبة لفئة غير المدمنين لشبكات التواصل الاجتماعي، فيتضح من جدول (٧) أن المتوسط الحسابي للأنساق القيمية لدى فئة غير المدمنين على الدرجة الكلية للأداة بلغ (٣,٩٦)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٣٤٠)، وبدرجة أهمية كبيرة، فيما جاء ترتيب الأنساق القيمية لدى غير المدمنين على شبكات التواصل الاجتماعي على النحو الآتي: حيث جاءت القيم الدينية المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي يبلغ (٤,٢٣)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٤٥٨)، وبدرجة أهمية كبيرة، وجاءت القيم الجمالية في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي يبلغ (٤,١٩)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٨٧٣)، وبدرجة أهمية كبيرة، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت القيم الاجتماعية وبمتوسط حسابي يبلغ (٤,٠٨)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٥٨٠)، وبدرجة أهمية كبيرة، وجاءت القيم الاقتصادية بالمرتبة الرابعة وبمتوسط حسابي يبلغ (٣,٧٥)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٥٦٢)، وبدرجة أهمية كبيرة، فيما جاءت القيم السياسية بالمرتبة الخامسة والأخيرة وبمتوسط حسابي يبلغ (٣,٥٣)، وبانحراف معياري مقداره (٠,٥٤١)، وبدرجة أهمية متوسطة.

وتدلل النتائج السابقة على تشابه ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها لدى مدمني شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين، حيث جاء ترتيب القيم داخل النسق القيمي متشابه لدى العينتين، ويمكن عزو هذه النتيجة إلى تعدد المشتركات بين عيّنتي الدراسة، فهم ينتمون إلى ذات المرحلة العمرية، مرحلة الشباب، وإلى ذات المستوي التعليمي والتخصص الدراسي، فالعينتين هم من طلبة المرحلة الجامعية وتحديداً من طلبة كلية التربية، علاوةً عن كونهم من أبناء البيئة ذاتها ويتمثلون بذات القيم والمبادئ والأخلاقيات السائدة في المجتمع، ولذلك وعلى سبيل المثال، فقد جاءت القيم الدينية والاجتماعية على رأس الهرم القيمي لدى العينتين لما تشكله الثقافة الدينية الإسلامية من أهمية بالغة لدى المجتمع الكويتي وباعتباره مرجعاً أساسياً ومحدداً جوهرياً لسلوكيات الأفراد واتجاهاتهم، هذا بالإضافة إلى ما يمتاز به المجتمع الكويتي من حرص على التمسك بالعادات والتقاليد الاجتماعية، آخذين في الاعتبار أن العديد من القيم الاجتماعية هي في الأصل قيم منبعها الدين الإسلامي كصلة الرحم ومساعدة الفقراء وزيارة المرضى والإحسان للجار واحترام كبار السن وغيرها. ولما كان اختلاف هذه المتغيرات (العمر، المرحلة الدراسية، التخصص الدراسي) من المتوقع أن يؤثر في النسق القيمي لدى الأفراد، فإن تماثلها من جانب آخر من الممكن أن يسهم في تشابه النتائج بين العينتين.

كما يمكن عزو النتيجة السابقة إلى انعكاس النسق القيمي السائد في المجتمع وترتيبه من حيث الأهمية بشكل متشابه على عينتي الدراسة لما يتميز به النسق القيمي بشكل عام من ثبات نسبي (الجلاد، ٢٠١٣؛ زاهر، ١٩٩٦)، خصوصاً لدى فئة الشباب الجامعي، فالقيم كما يؤكد شوارز Schwarz لا تكون محكاً مرجعياً لقرارات الفرد وسلوكياته إلا بعد سن السادسة عشر تقريباً، حيث تبدأ القيم بالتشكل حتى تصل إلى مرحلة النضوج والثبات النسبي من خلال ما توفره مرحلة التعليم الجامعي من خبرات تعليمية ومواقف واتجاهات سلوكية تجاه القضايا المختلفة (الشيخ وصليبي، ١٩٨٦).

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة الفضاله (٢٠١٩) من حيث ترتيب الأنساق القيمية لدى طلبة كلية التربية الأساسية، حيث جاءت القيم الدينية بالمرتبة الأولى، تليها القيم الاجتماعية بالمرتبة الثانية، ثم القيم الجمالية بالمرتبة الثالثة، فيما جاءت القيم النظرية بالمرتبة الرابعة، وحلت القيم الاقتصادية بالمرتبة الخامسة، وأخيراً جاءت القيم السياسية بالمرتبة السادسة.

للإجابة عن السؤال الثالث: هل توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها بين مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين؟ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واختبار (ت) الإحصائي للعينات المستقلة، للكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية في ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها بين مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين من أفراد عينة الدراسة، وجدول (٨) يبين ذلك.

جدول (٨) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) الإحصائي لدلالة الفروق في ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها بين مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين

المجال	الفئة	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت) المحسوبة	مستوى الدلالة
القيم الدينية	مدمنين	٤٥٢	٤،٣١	٠،٤٨٩	٢،٤٩٠	*٠،٠١٣
	غير مدمنين	٣٨٢	٤،٢٣	٠،٤٥٨		
القيم الاجتماعية	مدمنين	٤٥٢	٤،١٩	٠،٦١٦	٢،٧٠٣	*٠،٠٠٧
	غير مدمنين	٣٨٢	٤،٠٨	٠،٥٨٠		
القيم الاقتصادية	مدمنين	٤٥٢	٣،٩١	٠،٦٧٨	٣،٨١٨	*٠،٠٠٠
	غير مدمنين	٣٨٢	٣،٧٥	٠،٥٦٢		
القيم السياسية	مدمنين	٤٥٢	٣،٧٧	٠،٦٧٢	٥،٦٦٧	*٠،٠٠٠
	غير مدمنين	٣٨٢	٣،٥٣	٠،٥٤١		
القيم الجمالية	مدمنين	٤٥٢	٤،٢٣	٠،٨٦٦	٠،٥٦٤	٠،٥٧٣
	غير مدمنين	٣٨٢	٤،١٩	٠،٨٧٣		
الدرجة الكلية للأداة	مدمنين	٤٥٢	٤،٠٨	٠،٤٣٨	٤،٦٧٩	*٠،٠٠٠
	غير مدمنين	٣٨٢	٣،٩٦	٠،٣٤٠		

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$)

يتبين من جدول (٨) عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها بين مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين

وذلك في مجال القيم الجمالية، وهذه النتيجة تعني أن القيم الجمالية لها نفس درجة الأهمية لدى مدمني شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين، ومن الممكن أن يرجع السبب في ذلك إلى طبيعة المرحلة العمرية لدى عينة الدراسة، فدمني شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين، جميعهم من فئة الشباب الجامعي، ومن المعلوم الحرص الشديد لهذه الفئة العمرية على الاهتمام بالتنسيق والأشكال الجميلة المتوافقة، وتقدير الجمال في مختلف صورته والعناية بمظهرهم الخارجي ونظافتهم الشخصية. فمظهر الفرد وشكله الخارجي كما يؤكد الفضاله (٢٠١٩، ٢١١) "هو أول ما يمكن ملاحظته والحكم عليه من قبل الآخرين، سواءً بالإيجاب أو السلب، كما أن المظهر العام للأفراد لا يدل على شخصية الفرد ومكانته الاجتماعية فقط، بل ويعتبر أحد العوامل المهمة لعملية القبول الاجتماعي، ولذلك كله يحرص الطلبة الجامعيون على الظهور بالمظهر اللائق أمام أقرانهم وأساتذتهم"، دون أن يكون لإدمان شبكات التواصل الاجتماعي أية تأثير على قيم الشباب الجمالية بالسلب أو الإيجاب.

وتتفق النتيجة السابقة جزئياً مع نتائج دراسة أحمد وهلالي (٢٠١٩) والتي أشارت نتائجها إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين مدمني الإنترنت وغير المدمنين في بعدين من أبعاد القيم الجمالية وهما بعدي الذوق العالي والراقي، وحب الإبداع. وتختلف نتيجة الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة الزبون وآخرون (٢٠١٧) والتي أشارت نتائجها إلى وجود فروق دالة إحصائية في منظومة القيم، بما فيها القيم الجمالية، لدى عينة الدراسة، تبعاً لمتغير مدة التواصل اليومية، وذلك لصالح مدة التواصل الأعلى (ست ساعات فأكثر)، وقد يرجع السبب في ذلك إلى الإجراءات المتبعة في الدراسة لتحديد فئة المدمنين وغير المدمنين والاعتماد على مدة الاستخدام فقط كمحدد للإدمان، وكما هو معلوم فإن إدمان شبكات التواصل الاجتماعي لا يتحدد فقط من خلال مدة الاستخدام بل يشمل العديد من المحددات التشخيصية الأخرى كبروز السلوك الإدماني، وتغير المزاج نتيجة الاستخدام، وظهور بعض الأعراض الانسحابية في حالة عدم ممارسة السلوك الإدماني وغيرها.

كما يتضح من جدول (٨) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في ترتيب الأنساق القيمية بحسب درجة أهميتها بين مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين وذلك في مجال القيم الدينية، ومجال القيم الاجتماعية، ومجال القيم الاقتصادية، ومجال القيم السياسية، والدرجة الكلية للأداء، ولصالح مدمني شبكات التواصل الاجتماعي، وبصورة أخرى، فإن النتيجة السابقة تعني أن القيم الدينية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والقيم ككل تعد أكثر أهمية لدى فئة مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مقارنةً بأقرانهم من غير المدمنين.

وعلى الرغم من أن هذه النتيجة قد تبدو للوهلة الأولى غير منطقية وذلك لكثرة الفرضيات القائلة بسلبية الآثار الناتجة عن إدمان شبكات التواصل الاجتماعي والإنترنت عموماً على النسق القيمي للأفراد، إلا أن نتيجة الدراسة الحالية تدل بشكل أو بآخر على التأثير الإيجابي لإدمان شبكات التواصل الاجتماعي على مجموعة القيم السابقة.

فشبكات التواصل الاجتماعي من الممكن أن تسهم في تعزيز ونشر القيم الدينية من خلال الحث على العبادات والطاعات، وتبصير مستخدميها بمبادئ الإسلام السمحة، والدفاع عن العقيدة الإسلامية من خلال كشف افتراءات خصومها وكارهيتها. وفي مجال القيم الاجتماعية فإن شبكات التواصل الاجتماعي تساعد على استمرارية تواصل وتقارب أفراد الأسرة الواحدة والأصدقاء، وإعادة روابط الصداقات القديمة، وتكوين صداقات جديدة، كما يصبح الفرد نتيجة استخدامها أكثر انفتاحاً على الآخر، بالإضافة إلى دورها

الفاعل في توجيه الأفراد نحو المشاركة في الأعمال التطوعية والإنسانية. أما على مستوى القيم الاقتصادية، فقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي نافذة اقتصادية توعوية للشباب يستخدمونها في البحث عن الوظائف، ومقارنة أسعار السلع المختلفة، كما تزيد من خلق فرص العمل الحر للشباب بتكاليف وأجور منخفضة. وفي الجانب السياسي، فإن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بنشر الوعي السياسي من خلال الاطلاع على أخبار ومعلومات كاشفة للحقائق بعيداً عن سيطرة الإعلام الرسمي للدول، فأصبحت منبراً لحرية الرأي والتعبير، ووسيلةً لغرس مفاهيم سياسية قد تكون جديدةً لدى المواطنين، بالإضافة إلى دورها الفاعل في حث الأفراد على المشاركة في الأنشطة السياسية المختلفة، وحشد الرأي العام خلف قضايا معينة للتأثير على متخذي القرار والضغط على الحكومات والأنظمة السياسية (السويدي، ٢٠١٤؛ شقرة، ٢٠١٤؛ العصيمي، ٢٠٠٤؛ المقادي، ٢٠١٣).

ومن الممكن عزو الفروق الدالة إحصائياً في ترتيب الأنساق القيمية من حيث درجة أهميتها بين مدمني استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين وذلك في مجال القيم الدينية، ومجال القيم الاجتماعية، ومجال القيم الاقتصادية، ومجال القيم السياسية، وفي الدرجة الكلية للأداة، ولصالح فئة المدمنين، إلى أن إدمان شبكات التواصل الاجتماعي والاستخدام المفرط لهذه الشبكات أتاح لمدمنيها التعرض للكثير من الموضوعات والنقاشات والحوارات مما مكنهم من القدرة على الاختيار والتمييز بين الصالح منها والاطالح، بمعنى أنهم يشاركون في ما يدور في هذه الشبكات بصفة انتقائية، لا عشوائية، فلا يتعرضون إلى محتويات تنتقص من ثقافتهم وقيمهم بل يختارون منها ما يوطد تلك القيم ويعززها.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة الزبون وآخرون (٢٠١٧) والتي أشارت نتائجها إلى وجود فروق دالة إحصائية في منظومة القيم لدى الطلبة الجامعيين تبعاً لمتغير مدة التواصل اليومية ولصالح المدة الزمنية الأعلى (٦ ساعات فأكثر)، وكذلك دراسة الحلاق (٢٠١٦) والتي توصلت نتائجها إلى أن أغلبية عينة الدراسة يعتقدون أن استخدامهم لموقع "الفيسبوك" والتعرض لمحتوياته ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم.

كما تتفق نتائج الدراسة الحالية والمتعلقة بمجال القيم الدينية جزئياً مع دراسة التميمي (٢٠١٧) والتي أظهرت نتائجها وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير عدد ساعات الاستخدام اليومي لصالح الطالبات اللواتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي من (٣-٤) ساعات يومياً، فيما تختلف مع نتائج دراسة الطيار (٢٠١٤) والتي أظهرت نتائجها أن من أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تتمثل في الإهمال في الشعائر الدينية وقد يعود السبب في ذلك إلى عدم استخدام الباحث لمتغير الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي والاكتفاء بمتغير الاستخدام فقط.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية والمتعلقة بمجال القيم الاجتماعية جزئياً مع نتائج دراسة مؤيد (٢٠١٦) والتي أظهرت نتائجها وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة الدراسة في بعدي التعاون والترابط الأسري تبعاً لمتغير كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لصالح ذوي كثافة الاستخدام المرتفع، ودراسة كارا وتكين (Kara & Tekin, 2017) والتي أشارت نتائجها إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الطلبة ذوي الاستخدام المرتفع لوسائل التواصل الاجتماعي وذوي الاستخدام المنخفض في قيم الصداقة، ولصالح ذوي الاستخدام المرتفع. وتختلف نتائج الدراسة الحالية والمتعلقة بمجال القيم الاجتماعية جزئياً مع نتائج دراسة الزبيدي (٢٠١٤) والتي توصلت إلى وجود علاقة عكسية دالة إحصائية بين إدمان الإنترنت والتواصل الاجتماعي وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن إدمان الإنترنت

أشمل وأوسع من إدمان شبكات التواصل الاجتماعي، بل أن إدمان شبكات التواصل الاجتماعي يعد شكلاً من أشكال إدمان الإنترنت والذي يضم كذلك إدمان الألعاب الإلكترونية وإدمان المحادثات الإلكترونية وغيرها.

وتتفق كذلك نتائج الدراسة الحالية والمتعلقة بمجال القيم الاقتصادية جزئياً مع نتائج دراسة الزبون وآخرون (٢٠١٧) والتي أشارت نتائجها إلى وجود فروق دالة إحصائياً لدى الطلبة الجامعيين في القيم الاقتصادية تبعاً لمتغير مدة التواصل اليومية ولصالح المدة الزمنية الأعلى (٦ ساعات فأكثر).

كما تتفق نتائج الدراسة الحالية والمتعلقة بمجال القيم السياسية جزئياً مع نتائج دراسة مؤيد (٢٠١٦) والى أظهرت نتائجها وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات عينة الدراسة في بعد الانتماء للوطن تبعاً لمتغير كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لصالح ذوي كثافة الاستخدام المرتفع، وكذلك دراسة شوكير وشوكير (Chukwuere & Chukwuere, 2017) والتي أشارت نتائجها إلى أن أهم التأثيرات الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة تتمثل في كون هذه الشبكات تشجع على الانخراط في القضايا السياسية. فيما تختلف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة مؤيد (٢٠١٦) والتي أشارت نتائجها إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات عينة الدراسة في بعد الانتماء للوطن التي عززتها مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمستوى إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لصالح ذوي الإدمان المنخفض، وقد يرجع السبب في ذلك إلى اختلاف الإجراءات المتبعة في الدراسة عنها في الدراسة الحالية، حيث قام مؤيد (٢٠١٦) بتقسيم الإدمان إلى ثلاث مستويات منخفضة، متوسط، ومرتفع.

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، يوصي الباحث بجملة التوصيات الآتية:

١- ضرورة توعية الطلبة بالفوائد المرجوة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وطرق الاستخدام الأمثل لهذه الشبكات من جانب، وتبيان أشكال الاستخدامات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها السلبية المحتملة على منظومتهم القيمية من جانب آخر، وذلك من خلال عقد الندوات التثقيفية والتوعية داخل أسوار المؤسسات التعليمية وخارجها.

٢- ضرورة توظيف انجذاب الطلبة الجامعيين، والشباب عامةً وتهافتهم على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وإدمانهم عليها في تدعيم وتعزيز منظومة القيم لديهم، كأن تقوم إدارات المؤسسات التعليمية بإنشاء عدة مواقع لها على هذه الشبكات وتضمينها جملةً من القيم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

٣- ضرورة إعداد برنامج إرشادي وتوعوي متكامل تساهم في صياغته والإشراف على محتواه مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة وذلك لتثقيف الأسر بمخاطر وسلبيات إدمان شبكات التواصل الاجتماعي، وماهي الخطوات الصحيحة لوقاية أبنائهم من الوقوع في دائرة إدمان هذه الشبكات.

٤- العمل على تضمين أخلاقيات الاستخدام الآمن لشبكات التواصل الاجتماعي في المقررات والمناهج الدراسية الجامعية.

٥- تحفيز الطلبة على التفاعل والمشاركة في بعض شبكات التواصل الاجتماعي ذات المحتوى المفيد للطلاب علمياً وقيماً.

المقترحات

تقترح الدراسة في ضوء نتائجها مجموعة من البحوث والدراسات المكتملة لها، ومن أهمها:

- ١- إجراء المزيد من الدراسات المشابهة للدراسة الحالية على فئات وشرائح مختلفة، كطلاب المرحلة الثانوية، والعمال والموظفين في الجهات الحكومية والخاصة.
- ٢- إجراء دراسات علمية مشابهة لأهداف الدراسة الحالية مع استخدام تصنيفات مختلفة للقيم عن تلك المستخدمة في الدراسة الحالية، كاستخدام التصنيف القائم على المقصد والذي يقسم القيم إلى قيم وسيليه وقيم غائية، للإلمام بشكل أكبر بالظاهرة موضوع الدراسة.
- ٣- إجراء المزيد من الدراسات المتعلقة بالأنساق القيمية لدى مدمني شبكات التواصل الاجتماعي وغير المدمنين مع تحديد الشبكة أو الموقع محل الإدمان، نظراً لإمكانية اختلاف الآثار المترتبة على استخدام كل موقع من هذه المواقع والإدمان عليه على الأنساق القيمية للأفراد.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- أبو جادو، صالح. (٢٠١٣). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية. ط ١٣. الأردن: دار المسيرة للطباعة والنشر.
- أبو زايد، عايدة. (٢٠١٦). استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية "دراسة ميدانية في محافظات غزة". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة.
- أبو العينين، علي. (١٩٨٨). القيم الإسلامية والتربية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- أحمد، ممدوح وهلال، ممدوح. (٢٠١٩). إدمان الإنترنت وعلاقته بالقيم الجمالية لدى طلاب كلية التربية بجامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، ٢٧ (٦)، ٢٩٥-٣١٥.
- البدري، خالد. (٢٠١٣). نسق القيم الاجتماعية وعلاقته باتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعي. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- التميمي، إيمان. (٢٠١٧). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية لدى طالبات قسم الدراسات الإسلامية في جامعة الدمام وعلاقتها ببعض المتغيرات. مجلة دراسات، العلوم التربوية، ٤٤ (٤)، ١٩٣-٢١٠.
- الجلاد، ماجد زكي. (٢٠١٣). تعلم القيم وتعليمها. ط ٤، الأردن: دار المسيرة للطباعة والنشر.
- الحكمي، حسين. (٢٠١٨). واقع استخدام الشباب السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي الحديثة. مجلة الآداب، جامعة الملك سعود، ٣٠ (٣)، ١٩٧-٢٣٧.

- الحلاق، بطرس. (٢٠١٦). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة موقع "فيسبوك" نموذجاً. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، ٣٨ (٣)، ٢٣١-٢٥٣.
- الخرزاعلة، عبد الله. (٢٠٠٩). الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية. الأردن: دار الحامد.
- خليفة، عبد اللطيف محمد. (١٩٩٢). "ارتقاء القيم (دراسة نفسية)". سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب (الكويت)، ١٦٠ (أبريل)، ١-٢٥٧.
- دغري، علي. (٢٠١٧). إيمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، ٢ (١)، ٨٩-١١٠.
- الدليمي، عبد الرزاق. (٢٠١١). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. عمان: دار وائل للنشر.
- دياب، فوزية. (١٩٨٠). القيم والعادات الاجتماعية: مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية. بيروت: دار النهضة العربية.
- زاهر، ضياء. (١٩٩٦). القيم في العملية التربوية. القاهرة: مركز الكتاب للنشر.
- الزبون، أحمد وأبو ملح، محمد والعوامل، عبد الله. (٢٠١٧). درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، ١٠ (٣)، ٣٣١-٣٥٧.
- الزبيدي، أمل. (٢٠١٤). إيمان الإنترنت وعلاقته بالتواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي لدى طلبة جامعة نزوى. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوى، سلطنة عمان.
- الزيود، ماجد. (٢٠١١). الشباب والقيم في عالم متغير. ط٢. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- السويدي، جمال. (٢٠١٤). وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك. ط٤. الإمارات: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- شقرة، علي. (٢٠١٤). الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- الشيخ، عمر وصليبي، جهاد. (١٩٨٦). دور الجامعة الأردنية في تنمية اتجاهات الحداثة لدى طلبتها. مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، ١٤ (٤)، ١٨١-١٩٢.
- صباح، عايش والشجيري، عمر. (٢٠١٨). أثر إيمان مواقع التواصل الاجتماعي على التطرف الفكري لدى طلبة الجامعة: دراسة مقارنة بين جامعتي سعيدة والأنبار. مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، ٤ (٣)، ٢٤١-٢٥٩.
- الطيبار، فهد. (٢٠١٤). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً". المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، ٣١ (٦١)، ١٩٣-٢٢٤.

العازمي، أحمد والمرتجي، يوسف. (٢٠١٧). بعض المحددات النفسية لإدمان تطبيقات التواصل الاجتماعي لدى طلبة المرحلة الثانوية بدولة الكويت في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية. مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، ١٧٣ (أبريل)، ٦١٩-٦٥٥.

عباس، محمد ونوفل، محمد والعبسي، محمد وأبو عواد، فريال. (٢٠٠٧). مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

عبد السلام، دعيدش وفني، وفاء. (٢٠١٨). الخصائص المدرسية للتلاميذ المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي في مرحلة التعليم الثانوي بالجزائر. المجلة الدولية التربوية المتخصصة، ٧ (٤)، ١٠٠-١١٠.

العصيمي، عبد المحسن. (٢٠٠٤). الآثار الاجتماعية للإنترنت. الرياض: قرطبة للنشر والتوزيع.

عقل، محمود. (٢٠٠١). القيم السلوكية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في دول الخليج العربية. الرياض: مكتب التربية العربي لدول الخليج.

العنزي، سميرة. (٢٠١٨). القدوة الرقمية من وجهة نظر طلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت: مشاهير التواصل الاجتماعي نموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة الكويت.

فخرو، حصة والروبي، أحمد. (١٩٩٥). "الفروق في نسق القيم لدى الطالبات القطريات بالجامعة وعلاقته بالتخصص الأكاديمي والمستوى الدراسي". حولية كلية التربية (جامعة قطر)، ١٢، ٥٤٩-٥٩٢.

الفضالة، خالد محمد. (٢٠١٩). واقع النسق القيمي لدى طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت. مجلة البحث في التربية وعلم النفس، ٣٤ (٤)، ١٨٤-٢٢٥.

فطائر، جواد. (٢٠٠١). الإدمان: أنواعه، مراحله، علاجه. عمان: دار الشروق.

الفيلكاوي، حليلة. (٢٠١٧). أثر إدمان الموبايل كوسيلة من وسائل الاتصال على بعض المتغيرات النفسية لدى طالبات الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت. مجلة العلوم التربوية، ٣ (١)، ١٥٠-٢٠٦.

القحطاني فهد. (٢٠١٩). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي في جامعة أم القرى. مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية، ١١ (١)، ٣٧-١.

كافي، محمد والصالحي، حاتم. (٢٠١٦). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي. كرسي اليونسكو للإعلام المجتمعي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

محمد، عماد صقر. (٢٠١٦). أثر إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي للمستهلك الكويتي. مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، ٤٤ (٤)، ٩٣-١٣٥.

المقادي، خالد. (٢٠١٣). ثورة الشبكات الاجتماعية. عمان: دار النفائس.

الملاحي، وفاء مجيد. (٢٠١٢). "رؤية تربوية مقترحة لمواجهة أزمة الاضطراب القيمي لدى الشباب المصري: أولويات ما بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١". المؤتمر العلمي الحادي عشر بعنوان أزمة القيم في المؤسسات التعليمية، جامعة الفيوم، كلية التربية، ١٤٣-٢٢٨.

مؤيد، هيثم. (٢٠١٦). إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي: دراسة مقارنة في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، ٦ (٢)، ٢٣٣-٣٥٥.*

يونس، بسمة. (٢٠١٦). إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Al-Menayes, J. J. (2015). Dimensions of social media addiction among university students in Kuwait. *Psychology and Behavioral Sciences, 4(1), 23-28.*

Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports, 2, 175-184.*

Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors, 64(1), 287-293.*

Baltaci, O. (2019). The Predictive Relationships between the Social Media Addiction and Social Anxiety, Loneliness, and Happiness. *International Journal of Progressive Education, 15(4), 73-82.*

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication, 13(1), 210-230.*

Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet use and psychosocial well-being: development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computers in human behavior, 18(5), 553-575.*

Chukwuere, J. E., & Chukwuere, P. C. (2017). The impact of social media on social lifestyle: A case study of university female students. *Gender and Behaviour, 15(4), 9966-9981.*

-
- Diclemente, C. C. (2018). *Addiction and change: How addictions develop and addicted people recover (2nd ed)*. New York: Guilford Publications.
- Enrique, E. (2010). Addiction to new technologies and to online social networking in young people: A new challenge. *Adicciones*, 22(2), 91-95.
- Griffiths, M. (2000). Internet addiction-time to be taken seriously? *Addiction research*, 8(5), 413-418.
- Griffiths, M. D. (2012). Facebook addiction: concerns, criticism, and recommendations—a response to Andreassen and colleagues. *Psychological reports*, 110(2), 518-520.
- Halstead, M. & Taylor, M. (1996). *Values in Education and Education in Values*. London: The Falmer Press.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1), 1-4.
- Kara, A., & Tekin, H. (2017). The Investigation of Human Values Perceived from the Use of Social Media of Secondary School Students. *Universal Journal of Educational Research*, 5(11), 1912-1925.
- Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the use of the mass media for important things. *American sociological review*, 38(2), 164-181.
- Kwon, O., & Wen, Y. (2010). An empirical study of the factors affecting social network service use. *Computers in Human Behaviour*, 26(2), 254–263.
- Niemz, K., Griffiths, M., & Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the General Health Questionnaire (GHQ), and disinhibition. *Cyberpsychology & behavior*, 8(6), 562-570.
- Robles, A. (2016). Indicators of social networking addiction in college students from Lima. *Revista Digital De Investigacion En Docencia Universitaria*, 10(2), 48-58.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in human behavior*, 25(2), 578-586.
-

-
- Shaffer, H.J. (1996) Understanding the means and objects of addiction: Technology, the Internet, and gambling. *Journal of Gambling Studies*, 12(4), 461-469.
- Simsek, A., Elciyar, K., & Kizilhan, T. (2019). A comparative study on social media addiction of high school and university students. *Contemporary Educational Technology*, 10(2), 106-119.
- We Are Social and Hoot Suite. (2019). Global Digital Report. Retrieved from <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.
- West, R., & Brown, J. (2013). *Theory of Addiction*. 2nd. Chichester: John Wiley & Sons.
- Young, K. (1998). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *Cyber Psychology and Behaviour*, 1(3), 237-244.
- Yu, L., & Shek, D. T. L. (2013). Internet addiction in Hong Kong adolescents: a three-year longitudinal study. *Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology*, 26(3), 10-17.

The differences in the value systems order between social media addicts and non-social media addicts**A comparative field study on a sample of college of basic education students****Dr. Khaled Al-Fadhalah**

Faculty of Educational Foundations and Administration

College of Basic Education

Email: khalfadhalah@hotmail.com

Abstract

This study aimed to identify the differences in the values system order in respect to its degree of significance between social networks addicts and non-social networks addicts among students of College of Basic Education in Kuwait. To achieve the objectives of this study, a questionnaire of (43) items was developed by the researcher to measure the significance degree of value system, and the social media addiction scale developed by Al-Menayes (2015), and both tools were distributed on a sample of (834) students at the College of Basic Education.

Results showed that (54.2%) of the sample were addicted to social networks, and that the order of the value systems in respect to its significance for both social networks addicts and non-social networks addicts was similar, and in the following descending order: religious values, aesthetic values, social values, economic values, and political values. In addition, the study found that there were no statistically significant differences at the level of ($\alpha \leq 0.05$) in the aesthetic values between social networks addicts and non-social networks addicts while there were statistically significant differences in the religious values, social values, economic values, political values, and on the total degree between social networks addicts and non-social networks addicts.

Key words: value system, social networks, addiction