إستخدام الشباب الجامعى للصفحات الدينية ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم

محمود على محمد سليم

أ.م.د / حازم أنور محمد البنا

أستاذ الإذاعة والتليفزيون التعليمي المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنصورة

د/ حنان عبدالله عبد الصمد

مدرس الصحافة بقسم الإعلام التربوى كلية التربية النوعية جامعة المنصورة

ملخص الدراسة باللغة العربية

هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على دوافع إستخدام الشباب الجامعى للصفحات الدينية ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم وتم إجراء دراسة تحليلية علي أربع صفحات دينية تمثلت في ( صفحة الشيخ متولي الشعراوي – صفحة وذكر – صفحة دار الإفتاء المصرية – صفحة الداعية الشاب مصطفي حسني ) ودراسة ميدانية علي عينة من الشباب الجامعي قوامها 400 مفردة وذلك باستخدام أداتي تحليل المضمون والإستبيان في ضوء منهج المسح الإعلامي وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها :-

بينت نتائج الدراسة أن الفيس بوك جاء فى مقدمة مواقع الشبكات الإجتماعية التى يفضل المبحوثين إستخدامها بنسبة بلغت 95.5% ثم موقع يوتيوب فى المرتبة الثانية بنسبة بلغت 63.9% ثم موقع جوجل بلس فى المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 37.4% .

بينت نتائج الدراسة أن نسبة 75.6% من المبحوثين عينة الدراسة يتابعون الصفحات الدينية على مواقع الشبكات الإجتماعية بينما نجد نسبة 24.4% منهم لا يتابعونها .

أظهرت نتائج الدراسة أن الدوافع الطقوسية جاءت فى المقدمة عن الدوافع النفعية والتى تمثلت فى العبارات التالية (تساعدنى فى فهم الذات وتعزيز الفيم الأخلاقية ) أما الدوافع النفعية فتمثلت فى العبارات التالية ( أحصل على المعلومات الدينية – تصقل قدراتى ومعرفتى ) .

بينت تنائج الدراسة أن الإشباعات شبه التوجيهية جاءت فى المقدمة عن الإشباعات التوجيهية والتى تمثلت فى العبارات التالية ( أشعر بالمتعة عندما أقرأ فى الصفحات الدينية – أشعر بالحرية عندما أستثمر وقتى فى شىء مفيد – أشعر بالبهجة عندما أتعرف على حلول المشكلات التى تواجهنى – وأشعر بروح الإثارة عندما أقرأ عن الشخصيات الإسلامية والتاريخية ) .

بينت نتائج الدراسة أن الفتاوى الدينية جاءت فى مقدمة القضايا التى تناقشها الصفحات الدينية على مواقع الشبكات الإجتماعية بنسبة بلغت 81.4% ثم الحجاب فى المرتبة الثانية بنسبة بلغت 58.2% ثم سلوكيات المرأة فى المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 44.2% ثم عمل المرأة فى المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 29.1% .

بينت نتائج الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة إرتباطية دالة إحصائيا بين كثافة تعرض الشباب الجامعى للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية ودرجة إلتزامهم بالقيم الأخلاقية حيث بلغ معامل الإرتباط لبرسون (0.977) وهى قيمة دالة عند مستوى 0.001

بينت نتائج الدراسة وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائيا بين دوافع إستخدام المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية والإشباعات التى تحققها لهم حيث بلغ معامل إرتباط برسون قيما دالة عند مستوى ثقة 99.9% .

Summary of the study in English

The aim of this study was to identify the motives of using university youth for religious pages in some social networking sites and their relation to their moral values. An analytical study was conducted on four religious pages, in the page of Sheikh Metwally Al Shaarawi, And a field study on a sample of university youth of 400 individuals using the tools of content analysis and questionnaire in light of the methodology of the media survey. The study reached a number of results, the most important of which are:

Results • The results of the study showed that Facebook came in the forefront of the social networking sites that the respondents prefer to use at 95.5% followed by YouTube in second place with 63.9% and Google Plus in third place with 37.4%.

• The results of the study showed that 75.6% of the respondents in the study sample follow the religious pages on social networking sites while 24.4% of them do not follow them.

• The results of the study showed that ritual motives came first on utilitarian motives, which were represented in the following phrases: (help me in self-understanding and the promotion of moral values). The utilitarian motives were represented in the following words: "I get religious information and refine my abilities and knowledge."

• The results of the study showed that semi-guidance impressions were at the forefront of the guiding impressions, which were in the following terms (I feel pleasure when reading religious pages - I feel free when I invest my time in something useful - I feel exhilarated when I know the solutions to the problems that are facing me - When I read about Islamic and historical figures).

• The results of the study showed that religious fatwas came first among the issues discussed by the religious pages on the social networking sites at 81.4% followed by the headscarf in second place with 58.2% followed by women's behavior in third place with 44.2% 29.1%.

• The results of the study showed the validity of the hypothesis that there is a statistically significant correlation between the intensity of the exposure of the university youth to the religious pages in the social networking sites and the degree of their commitment to the moral values. The correlation coefficient of (0.977)

• The results of the study showed a statistically significant correlation between the motives of the respondents' use of the religious sample in the social networking sites and the satisfaction achieved by them.

أولاً : مقدمة الدراسة:-

نتيجة للتقدم التكنولوجى السريع الذى يشهده العالم كل يوم وما أحدثته الثورات المعلوماتية من تغير فى طرق الحصول على المعلومات وما أحدثه الإنترنت منذ ظهوره من جعل العالم كله عبارة عن قرية صغيرة متصلة ببعضها البعض فقد أتاح العديد والكثير من الخدمات كخدمة البريد الإلكترونى والمنتديات ومواقع التواصل الإجتماعى التى أصبح لها الدور البارز والفعال فى تللك الأونة والتى حققت جو من التواصل والتفاعل للعالم كله فى مجتمع إفتراضى صغير يجمعهم فيه الإهتمام الواحد حيث تقوم بدور فعال في نقل الأحداث والقضايا المجتمعية إلى جانب تنمية الرأى العام والتعبير عن الرأى فى حرية وتبادل الأراء والمعلومات وكذلك التعبير عن الذات بأشكال إعلامية مختلفة لتصبح بذلك ألية إعلامية جديدة ومصدر للمعلومات لكثير من فئات المجتمع .

وتعددت مواقع التواصل الإجتماعي فمنها الفيس بوك واليوتيوب والتويتر وماى سبيس وجوجل بلس والفليكر ولينكدإن وغيرها ولكن يظل الفيس بوك واليوتيوب والتويتر من أهم المواقع التى يتردد عليها الجمهور بصفة دائمة حيث نشر موقع ebizmba في 1أبريل لعام 2017م أكثر 15 موقع من مواقع الشبكات الإجتماعية شعبية فى العالم فجاء موقع الفيس بوك فى مقدمة هذه المواقع والذي بلغ عدد مستخدميه 1500000000مليار وخمسمائة مليون مستخدم يليه موقع اليوتيوب فى الترتيب الثانى والذي بلغ عدد مستخدميه 1499000000مليار وأربع مائة وتسعة وتسعون مليون مستخدم يليه موقع تويتر فى الترتيب الثالث والذى بلغ عدد مستخدميه 400000000 أربع مائة مليون مستخدم .(www.ebizmba.Com.articles .social network)

وفى تقرير صدر عن مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار ذكر فيه أكثر مواقع الشبكات الإجتماعية دخولا من قبل المصرين فوجد أن الفيس بوك يحتل المرتبة الأولى يليه فى المرتبة الثانية محرك البحث جوجل ثم موقع اليوتيوب فى المرتبة الثالثة ولم يعد الفيس بوك واقفا على أنشاء الصداقات والتعارف بين المستخدمين والحصول على المعلومات بل ظهر ما يسمى بالصفحات المتخصصة كالصفحات الإقتصادية والسياسية والفنية وكذلك الدينية التى أصبحت من أهم الصفحات التى يتابعها الجمهور فى الفترة الأخيرة حيث إحتلت المركز الأول فى نسبة المشاركة والمشاهدة فعلى سبيل المثال وصل عدد متابعى صفحة إجعل النبي رقم 1 على الفيس بوك نحو 3.2 مليون مستخدم يليه صفحة عمرو خالد بالإنجليزية والتى وصل عدد مستخدميها نحو 2.6 مليون مستخدم .(مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار العدد 53 لسنة 2015م) ومن هنا كان على الباحث إخضاع هذه الصفحات للدراسة ومعرفة أسباب إستخدام الشباب الجامعى لها ودوافع هذا الإستخدام .

ثانيا : مشكلة الدراسة :-

تزايدت أهمية الإنترنت على المستوى الدولى مع زيادة عدد المستخدمين وتنوع إستخداماتها ، حيث أصبحت أهمية الإنترنت لا تقتصر على كونها وسيلة مهمة فى مجال تبادل المعلومات ، إذ أصبحت وسيلة لبث بعض المواقع ، وحرصت معظم وسائل الإعلام التقليديه على إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت حتى تلائم الإحتياجات الجديدة للجمهور فى ضوء الإستخدام المتزايد لوسائل الإعلام الجديدة ومنها الصفحات الدينية التى إنتشرت بصورة كبيرة فى الأونة الأخيرة على مواقع الشبكات الإجتماعية والتى أصبح لها جمهور يتعامل معها إما بصورة يومية أو أسبوعية أو شهرية .

ومن خلال الملاحظة الشخصية للباحث ، والإطلاع على بعض أدبيات الدراسات السابقة فى مجال المواقع الإلكترونية ومواقع الشبكات الإجتماعية وما أحدثته هذه المواقع من ظهور أشكال جديده للنشر الإلكترونى مثل المواقع الإسلامية والمدونات والصفحات الإلكترونيه وخاصة الصفحات الدينية – موضوع الدراسة الحالية - وجد الباحث قلة فى الدراسات التى تناولت الصفحات الدينية الموجودة ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية فكان من الضروري دراسة هذه الصفحات ومعرفة دوافع إستخدام الشباب الجامعى لها و علاقة هذا الإستخدام بالقيم الأخلاقية لديهم ومن هنا تحددت مشكلة الدراسة فى الإجابة على التساؤل الرئيسى التالى:

ما دوافع إستخدام الشباب الجامعى للصفحات الدينيه ببعض مواقع الشبكات الاجتماعيه وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم ؟

ثالثا ً : أهداف الدراسة:-

الأهداف التحليلية:-

التعرف علي نسب و نوعية القيم الاخلاقية التي تتضمنها الصفحات الدينية موضوع الدراسة

التعرف علي المصادر التي تعتمد عليها الصفحات الدينية موضوع الدراسة فى الحصول علي المعلومات .

التعرف على المساحة الزمنية التى تعكسها الصفحات الدينية موضوع الدراسة للقيم الأخلاقية خلال فترة الدراسة

الأهداف الميدانية :-

التعرف على واقع إستخدام الشباب الجامعى لمواقع الشبكات الإجتماعية ومعدل إستخدامه للصفحات الدينية بها .

رصد درجة إعتماد الشباب الجامعى على الصفحات الدينية موضوع الدراسة كمصدر للحصول على المعلومات التي تؤثر على مستوى الإلتزام بالقيم الأخلاقية لديهم .

التعرف على مستوى إدراك الشباب الجامعى للتأثيرات التى تحدثها الصفحات الدينية على مستوى الإلتزام بالقيم الأخلاقية لديهم وعلاقتها بالمستوى الإجتماعى والإقتصادى ونوع التعليم والبيئة الجغرافية والجنس .

التعرف على أسباب ( تعرض ، عدم تعرض ) الشباب الجامعى للصفحات الدينية موضوع الدراسة .

التعرف على أهم الإيجابيات والسلبيات للصفحات الدينية من وجهة نظر عينة الدراسة

رابعاً: أهمية الدراسة:-

تأتى أهمية الدراسة من خلال عدم تناول الدراسات السابقة للصفحات الدينية والقيم الأخلافية ومعرفة العلاقة بينهم وخاصة إذا ما قورنت هذه الدراسات بالدراسات التى أجريت على المواقع الإسلامية والقيم بصفة عامة ولذلك قام الباحث بدراسة هذه الصفحات التى أصبحت منتشرة على مواقع الشبكات الإجتماعية فى الفترة الأخيرة ومعرفة دوافع إستخدام الشباب الجامعى لها وعلاقة هذا الإستخدام بالقيم الأخلاقية لديهم ومن هنا تأتى أهمية الدراسة والتى تتمثل فى جانبين هما :-

الأهمية النظرية :-

أنها تتناول الصفحات الدينية على مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقتها بالقيم الأخلاقية وهذا مالم تتناوله أى دراسة من الدراسات السابقة التى تناولت المواقع الإسلامية والقيم بصفة عامة وذلك فى حدود علم الباحث .

رغبة الباحث فى معرفة الأسباب التى دفعت الشباب الجامعى لمتابعة الصفحات الدينية على مواقع الشبكات الإجتماعية وخاصة فى الفترة الأخيرة .

حاجة المكتبة الإعلامية إلى الكثير من الدراسات التحليلية والميدانية التى تتناول الربط بين الجانب الدينى لدى الشباب سواء كان متمثل فى متابعة برامج دينية أو مواقع إسلامية أو صفحات دينية والقيم الأخلاقية التى إفتقدها الكثير من الشباب داخل المجتمع وهذا ناتج عن قلة المعرفة الدينية لديهم .

معرفة أراء ومقترحات هؤلاء الشباب حول هذه الصفحات وكيفية تطويرها مستقبلاً .

ب - الأهمية التطبيقية :-

أهمية الفترة الزمنية التى تجرى فيها الدراسة وخاصة أنها تأتى بعد أعقاب أكثر من ثورة قام بها الشباب بصفة عامة والشباب الجامعى بصفة خاصة وما حدث من إنفلات أخلاقى وعدم الإهتمام بهذا الجانب كثيرا من قبل الدراسات التى أجريت قبل ذلك .

أهمية الصفحات الدينية ودورها فى إمداد الكثير من الشباب بالمعلومات الدينية وكذلك سهولة التواصل بين العلماء وهؤلاء الشباب وسهولة الحصول على الفتاوى الدينية التى يريدونها .

خامساً: فروض الدراسة :-

الفرض الرئيسي الأول : توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب الجامعى للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية ودرجة إلتزامهم بالقيم الأخلاقية .

الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين دوافع إستخدام المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية والإشباعات التى تحققها لهم

الفرض الرئيسي الثالث : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا للمتغيرات التالية :-

نوع التعليم (حكومى – خاص – أزهرى ) ، النوع ( ذكور – إناث ) ، المستوى الإقتصادى ويتضمن (مستوى دخل الأسرة ، المستوى التعليمى للأب ، المستوى التعليمى للأم ) ، محل الإقامة أو البيئة الجغرافية ( حضر – ريف ) ، السن أو العمر.

الفرض الرئيسي الرابع : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقاً للمتغيرات التالية:- نوع التعليم (حكومى – خاص – أزهرى ) ، النوع ( ذكور – إناث ) ، المستوى الإقتصادى ويتضمن ( مستوى دخل الأسرة – المستوى التعليمى لأب – المستوى التعليمى للأم ) ، محل الإقامة أو البيئة الجغرافية ( ريف – حضر ) ، السن أو العمر .

سادساً: مصطلحات الدراسة :-

الشباب الجامعى : يعرفه الباحث إجرائياً بأنه مجموعة من الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى25 سنة وينتمون إلى المؤسسات التعليمية المختلفة سواء كانت حكومية أو خاصة داخل جمهورية مصر العربية ويستخدمون مواقع الشبكات الإجتماعية فى الحصول على المعلومات ويتابعون الصفحات الدينية بصورة مستمرة .

الصفحات الدينية : يعرفها الباحث إجرائيا بأنها عبارة عن مجموعة من الصفحات الإلكترونية المنتشرة على مواقع الشبكات الإجتماعيه وتكون هذه الصفحات إما( صفحات دعويه - صفحات بأسماء العلماء والمشايخ - صفحات تابعة لمواقع إسلامية - صفحات تابعة لأحزاب إسلامية - صفحات تابعة لمؤسسات رسمية ) وتهدف هذه الصفحات إلى الحصول على المعلومات الدينيةو التثقيف الديني و تحسين الصورة الذهنيه عن الإسلامو دعوة ومخاطبة غير المسلمين أو تبادل الآراء والتواصل بين الشباب عبر هذه الصفحات.

مواقع الشبكات الإجتماعية : يعرفها الباحث إجرائيا بأنها عبارة عن مجموعة من المواقع المنتشرة على شبكة الإنترنت والتى مكنت أو أتاحت للشباب والأفراد سرعة وسهولة التواصل فيما بينهم وتكوين صداقات جديدة فى عالم جديد يسمى بالعالم الإفتراضي وذلك للحصول على المعلومات والأخبار وبناء ملفات شخصية وتقديم خدمات فورية مثل الرسائل والبريد الإلكترونى والفيديو والتدوين وغيرها من الخدمات .

القيم الأخلاقية : يعرفها الباحث إجرائيا بأنها عبارة عن مجموعة من المعايير والقواعدوالمبادىء والأحكام التى يستطيع الفرد من خلالها الحكم على سلوكيات الأخرين سواء كانت صحيحة أو خاطئة وضبطهاوتقويمها وذلك وفقا للأحكام التى تستند إلى العقل والشرع والقوانين التى يصدرها المجتمع أو الدولة .

سابعا : الدراسات السابقة :تم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور كالتالى :-

الدراسات التي تناولت الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية أو المواقع الإسلامية كبديل لها .

الدراسات التى تناولت مدخل الإستخدامات والإشباعات ومواقع الشبكات الإجتماعية .

الدراسات التى تناولت القيم الأخلاقية بمواقع الشبكات الإجتماعية .

المحور الأول : الدراسات التى تناولت الصفحات الدينية أو المواقع الإسلامية .

دراسة دراسة الشيماء محمد أحمد حسن طه (2015 ) بعنوان :تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية على الفيس بوك وعلاقته بإكسابهم المعلومات الدينية .(الشيماء 2015)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذى تقوم به الصفحات الإسلامية على الفيس بوك فى إكساب المراهقين للمعلومات الدينية وطبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من المراهقين باستخدام منهج المسح وأداتى الإستبيان وتحليل المضمون لبعض الصفحات الإسلامية على الفيس بوك وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أن المراهقين أفراد العينة يتعرضون للفيس بوك بعدل مرتفع وذلك بنسبة (63.3%) .

أن الصفحات الدينية الإسلامية على الفيس بوك تأتى فى مقدمة المصادر التى يحصل منها أفراد العينة على معلوماتهم الدينية وذلك بنسبة (27.2%) بينما يأتى التليفزيون فى المرتبة الثانية وذلك بنسبة (21.1%).

أن من أهم أسباب متابعة المبحوثين للصفحات الإسلامية على الفيس بوك جاءت لزيادة المعرفة الدينية فى المرتبة الأولى بنسبة (79%) بينما جاءت الإستفادة من البحوث والمقالات الإسلامية المنشورة بنسبة (71%) فى حين جاءت لمساعدتى فى تكوين راى خاص بى بنسبة (71%) .

أن صفحة مصطفى حسنى Mustafa Hoseny جاءت فى المرتبة الأولى كأكثر الصفحات الإسلامية التى يفضل المبحثون متابعتها بنسبة (14.2%) وفى المرتبة الثانية جاءت صفحة المصحف الجامع بنسبة (11.2%).

أن نسبة (52%) من أفراد العينة يرون أن الصفحات الإسلامية أسهمت فى تنمية المعرفة الدينية لديهم بدرجة متوسطة .

دراسة حردان هادى صايل (2015) بعنوان : دور المواقع الإسلامية الإفتراضية فى تشكيل إتجاهات الشباب الجامعى العراقى نحو القضايا الدينية المعاصرة .(حردان صايل2015)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الإسلامية الإفتراضية فى تشكيل إتجاهات الشباب الجامعى العراقى نحو القضايا الدينية المعاصرة فى إطار خصوصية المجتمع العراقى وطبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعى العراقى باستخدام منهج المسح وأداة الإستبيان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

إنخفاض تعرض المبحوثين للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت حيث جاءت منخفض بنسبة 52.5% يليها متوسط فى المرتبة الثانية بنسبة 39% يليها مرتفع فى المرتبة الثالثة بنسبة 8.3%

جاء موقع المسلم وطريق الإسلام فى مقدمة المواقع التى يفضل المبحوثين عينة الدراسة متابعتها بنسبة 49.7% يليه موقع مفكرة الإسلام فى الترتيب الثانى بنسبة 41.7% يليه دليل الشيعة فى المرتبة الأخيرة بنسبة 22.3% .

جاءت لاتوجد رسوم فى المرتبة الأولى بنسبة 95.9% ضمن مدى إستعانة المواقع الإسلامية بالرسوم يليها الجرافيك فى المرتبة الثانية بنسبة 4.1% .

جاء نص مكتوب مع صورة فى المرتبة الأولى ضمن توظيف الوسائط المتعددة فى عرض القضايا الدينية المعاصرة فى المواقع الإسلامية بنسبة 50.5% يليه نص مكتوب فقط فى المرتبة الثانية بنسبة 41.2% .

جاءت أبرز القضايا التى تناقشها المواقع الإسلامية قضية إضطهاد الأقليات المسلمة فى المرتبة الأولى بنسبة 32.2% يليها قضية تشويه الغرب صورة الإسلام فى المرتبة الثانية بنسبة 16.5% يليها قضية الغزو الثقافى الغربى للمسلمين فى المرتبة الثالثة بنسبة 15.6% .

دراسة مريم يوسف محمد رخا (2015) بعنوان : دور المواقع الإلكترونية الإسلامية فى تشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعى نحو القضايا الدينية .(مريم رخا 2015)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الإليكترونية الإسلامية فى تشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعى نحو القضايا الدينية حيث طبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعى باستخدام منهج المسح وأداة الإستبيان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

نسبة 61.5% من المبحوثين عينة الدراسة يستخدمون المواقع الإسلامية أحيانا ونسبة 32% يستخدمونها بصورة دائمة ونسبة 6.5% يستخدمونها نادرا .

جاءت الفتاوى الدينية فى الترتيب الأول كأحد الموضوعات التى يفضل الشباب الجامعى عينة الدراسة إستخدامها بالمواقع الإسلامية بنسبة 43.5% تليها الموضوعات الخاصة بالشباب فى الترتيب الثانى بنسبة 32.9% تليها القضايا فى الترتيب الثالث بنسبة 26.4% تليها الموضوعات التى تهم المرأة فى الترتيب الرابع بنسبة 26.1% تليها كلا من الأخبار والتحليلات وموضوعات السيرة بنسبة 23% تليها الحورات فى الترتيب السادس بنسبة 18.6% وجاءت الموضوعات الخاصة بالتنمية البشرية فى الترتيب السابع بنسبة 18% وأخيرا جاءت الإستشارات فى الترتيب الثامن بنسبة 9.9% .

جاءت زيادة المعارف والمعلومات عن القضايا الدينية كهدف من أهداف الإستخدام للمواقع الإسلامية فى الترتيب الأول بنسبة 57.8% يليها فهم ما يجرى من قضايا دينية فى الترتيب الثانى بنسبة 41.6% تليها تحديد موقف إيجابى أو سلبى تجاه القضايا الدينية فى الترتيب الرابع بنسبة 19.3% .

جاءت شبكة الإنترنت فى المرتبة الأولى كمصدر من مصادر المعلومات التى يعتمد عليها الشباب الجامعى عينة الدراسة يليها التليفزيون فى المرتبة الثانية يليها الراديو فى الترتيب الثالث يليها المجلات فى الترتيب الرابع وجاءت الصحف فى المرتبة الخامسة والأخيرة .

جاء نسبة 49.4% من المبحوثين عينة الدراسة يثقون فى المعلومات التى يحصلون عليها من المواقع الإسلامية بدرجة كبيرة تليها نسبة 35.7% يثقون بدرجة متوسطة وأخيرا نسبة 14.9% يثقون بدرجة قليلة .

المحور الثانى : الدراسات التي تناولت القيم الأخلاقية بمواقع الشبكات الإجتماعية .

1 - دراسة رباب رأفت محمد الجمال (2013) بعنوان أثر إستخدام شبكات التواصل الإجتماعى على تشكيل النسق القيمى الأخلاقى للشباب السعودى . (رباب الجمال 2013)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على حدود وطبيعة تأثير المواقع الإجتماعية على النسق القيمى الأخلاقى للشباب السعودى سعيا لتقييم ذلك التأثير وتحديد الطرح المستقبلى لدور أدوات الإتصال الجديدة خلال الفترة القادمة وطبقت الدراسة على عينة من الشباب السعودى قوامها 600 مفردة وذلك بإستخدام منهج المسح وآداة الإستبان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعى عبر الإنترنت بإنتظام حيث بلغت النسبة 86.33% ولا شك أنها بذلك إستطاعت أن تخلق مجالا عاما أحدث تأثيرا على النسق القيمى لشباب السعودى .

إرتفاع معدل إستخدام الشباب لشبكة الإنترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة 100% أنهم يستخدمون الإنترنت .

تبين أن معدل الثقة فى مواقع التواصل الإجتماعى منخفض للغاية .

دراسة خالد صالح ، ياسين ، سعد غالب (2012) بعنوان تأثير القيم الثقافية العربية فى شبكات التواصل الإجتماعى على الفيس بوك . (صالح ، ياسين ، غالب 2012)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير القيم الثقافية على الدوافع والمواقف تجاه مواقع الشبكات الإجتماعية فى العالم العربى وطبقت الدراسة على عينة من أعضاء الفيس بوك وذلك بإستخدام منهج المسح وآداة الإستبيان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

وجود تفاوت فى التأثير الثقافى على الدوافع والمواقف لدى المستخدمين لمواقع الشبكات الإجتماعية فى الوقت الذى يسعى الشباب العربى للتحرر من كل القيود

وجد أيضا تأثيرا للقيم الثقافية على دوافع ومواقف الشباب العربى المستخدم لمواقع الشبكات الإجتماعية وخاصة الفيس بوك .

دراسة تايلور ، لورا (2009) بعنوان علماء النفس : المخاوف الأخلاقية بشأن إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعيه. (تايلور، لورا 2009)

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة إستخدام طلاب الدراسات الأولية لمواقع الشبكات الإجتماعية وطرح أسئلة حول تنظيم الأنشطة عبر الإنترنت والتفاعلات والعلاقات السريرية التى نشأت نتيجة الأنشطة عبر الإنترنت والمخاوف الأخلاقية بشأن إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وطبقت الدراسة على عينة من الدراسات العليا وعلماء النفس وذلك بإستخدام منهج المسح وأداة الاسبيان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

بينت الدراسة أن نسبة 77% من طلاب الدراسات العليا وعلماء النفس الذين شاركوا فى الدراسة كانو أكثر إستفادة من إعدادات الخصوصية لصفحاتهم على مواقع التواصل الإجتماعى .

بينت الدراسة أن السلوكيات الأكثر أخلاقيه على الأنترنت تمثلت فى نشر صور لأنفسهم أو للآخرين عبر الإنترنت والحفاظ على التواصل والخصوصية أثاء الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى والحفاظ على هذه المواقع عند الإستخدام وكانت السلوكيات الأقل أخلاقيه هى البحث عن عميل على مواقع التواصل ومناقشة هذه الأنشطة مع العملاء على هذه المواقع عبر الإنترنت .

المحور الثالث : الدراسات التى تناولت مدخل الإستخدامات والإشباعات ومواقع الشبكات الإجتماعية .

دراسة هيام أنور أحمد أبو زيد (2016) بعنوان : دور مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل إتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية .(هيام أبو زيد 2016)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل إتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 450 مفردة من الشباب الجامعى باستخدام منهج المسح وأداة الإستبيان وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

جاء موقع الفيس بوك فى مقدمة مواقع التواصل الإجتماعى الأكثر إستخداما من قبل أفراد العينة تلاه موقع يوتيوب فى الترتيب الثانى ثم موقع جوجل بلس فى الترتيب الثالث ثم موقع تويتر وأخيرا موقع أنستجرام .

نسبة 77% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعى بشكل كثيف ، ونسبة 21% يستخدمونها بدرجة متوسطة وأخيرا نسبة 2% يستخدمونها بدرجة قليلة .

جاءت الأساليب العاطيفة فى مقدمة الأساليب الأقناعية المستخدمة بنسبة 40% تليها الأساليب العقلية والعاطفية معا فى المرتبة الثانية بنسبة 34% تليها الأساليب العقلية فى المرتبة الثالثة بنسبة 22% .

دراسة نورهان محمد أحمد (2016 ) بعنوان دوافع تعرض الشباب الجامعى للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الإجتماعى والإشباعات المتحققة منها .(نورهان أحمد2016)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعى للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الإجتماعى والإشباعات المتحققة منها وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعى باستخدام منهج المسح وأداة الإستبيان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

جاء موقع الفيس بوك فى مقدمة مواقع التواصل الإجتماعى التى يفضل المبحوثين عينة الدراسة إستخدامها يليه موقع يوتيوب فى المرتبة الثانية يليه موقع تويتر فى المرتبة الثالثة .

جاءت الدوافع النفعية فى مقدمة الدوافع يليها الدوافع الطقوسية .

جاءت الإشباعات التوجيهية فى مقدمة الإشباعات يليها الإشباعات الإجتماعية يليها الإشباعات شبه الإجتماعية ثم الإشباعات شبه التوجيهية .

يستخدم المبحوثين عينة الدراسة الفيس بوك أكثر من ثلاث ساعات يوميا .

دراسة محمد فتحى توفيق الصائغ (2015) بعنوان : إستخدامات الشباب المصرى لموقع اليوتيوب YouTube والإشباعات المتحققة منها .(توفيق الصائغ 2015)

هدفت هذه الدراسة إلىرصد وتحليل إستخدامات الشباب المصرى عينة الدراسة لليوتيوبYouTube ومقارنتها باستخدامات التليفزيون ومدى إشباع هذا الموقع لحاجاتهم ، وكذلك تحديد وتحليل دوافع إستخدام الشباب المصرى عينة الدراسة لليوتيوب والتى جعلته من شبكات التواصل الإجتماعيةالأكثر إستخداما ، مع مقارنتها بدوافع إستخدام اشبكات التواصل الإجتماعية الأخرى ،ومعرفة ترتيب اليوتيوب بين شبكات التواصل الإحتماعى الأخرى من حيث كثافة الإستخدام ،وتقيم تفاعل الشباب المصرى مع موقع اليوتيوب من خلال رصد أهم الوظائف الإتصالية المتاحة لمستخدميه ، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 300مفردة من الشباب المصرى باستخدام منهج المسح وأداة الإستبيان وقدتوصلت الدراسة إلى مجموعةمن النتائج أهمها :

إرتفعت نسبة إستخدام عينة الدراسة لمواقع الشبكات الإجتماعية وجاء موقع اليوتيوب فى المرتبة الثانية بعد موقع الفيس بوك .

جاءت دوافع إستخدام الشباب الجامعى لموقع اليوتيوب فى الهروب من المشكلات والترفيه وتوطيد علاقات وصداقات جديدة كدوافع طقوسية ،وكذلك الحصول على المعلومات والمعرفة كدوافع نفعية .

جاءت الإشباعات العاطفية من أكثر الإشباعات النى تسعى عينة الدراسة إلى إشباعها.

التعليق على الدراسات السابقة :-

بالإطلاع على دراسات المحور الأول يتضح الأتى تناولت بعض الدراسات العلاقة بين تعرض المراهقين للصفحات الدينية وإكتساب المعلومات الدينية كما فى دراسة الشيماء محمد أحمد حسن طه (2015م) ، كما تناولت بعض الدراسات التعرف على دور المواقع الإسلامية فى تشكيل إتجاهات الشباب نحو القضايا الدينية المعاصرة كما فى دراسة ( حردان هادى صايل 2015م –ودراسة مريم يوسف محمد رخا 2015م)

أما دراسات المحور الثانى قد ركزت على تأثير إستخدام الفيس بوك على سلوكيات الشخصية والقيم لدى المستخدمين وكذلك تأثير إستخدام المواقع الإجتماعية على النسق القيمى الأخلاقى للشباب كما فى دراسة رباب الجمال (2013م) ودراسة خالد صالح وياسين وسعد غالب ( 2012م ) ودراسة تايلور ولورا (2009م)

أما دراسات المحور الثالث فقد إهتمت بمعرفة دور مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل إتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات كما فى دراسة هيام أنور أحمد أبو زيد (2016م ) ، وكدلك دوافع التعرض للمضامين المعروضة على مواقع التواصل وإستخدامات بعض المواقع كما فى دراسة نورهان محمد أحمد (2016م ) ومحمد فتحى توفيق الصائغ (2015م)

مدى الإستفادة من الدراسات السابقة :-

لقد إستفاد الباحث من الدراسات السابقة فى نحديد منهج الدراسة ونوع الدراسة وعينة الدراسة وفروض الدراسة وأدوات الدراسة وتحديد الإجراءات المنهجية للدراسة واالتعرف على أهمية الدراسة وأهداف الدراسة ومصطلحات الدراسة وكذلك تحديد مشكلة الدراسة بدقة .

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:-

عينة الدراسة :

تتمثل عينة الدراسة فى شقين الشق الأول يتمثل فى العينة التحليلية أو الموضوعية وهى ممثلة فى تحليل بعض الصفحات الدينية الموجودة ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية وتم إختيار موقع القيس بوك كأحد هذه المواقع لدراسة هذه الصفحات و قد تم إختيارها وفقا لأعلى نسبة دخول أوتعرض أو لأعداد المتصفحين والمشتركين فى هذه الصفحات وسيتم تحليل صفحات ( صفحة الشيخ متولى الشعراوى – صفحة الداعية مصطفى حسنى Mustafa Hoseny – صفحة وذكر- صفحة دار الإفتاء المصرية ) وذلك وفقا لترتيب موقع social bakers . أما الشق الثاتى فيتمثل فى العينة البشرية ممثلة فى جمهور الشباب الجامعى المصرى والذى يتم عن طريق سحب عينة قوامها 400 مفردة (200ذكور ، 200إناث) والتى تقسم بالتساوى على الجامعات المصرية والتى تتراوح أعمار الشباب فيها من 18 إلى 21 سنة وهى تقسم كالتالى : ( جامعة القاهرة ممثلة للجامعات الحكومية بالقاهرة 100 مفردة ، جامعة المنصورة ممثلة للجامعات الحكومية الإقليمية 100 مفردة ، جامعة الأزهر ممثلة للجامعات ذات الطابع الديني 100 مفردة ، جامعة جنوب الوادى بقنا ممثلة لجامعات الوجه القبلى 100 مفردة )

نوع الدراسة ومنهجها:-

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تعنى بدراسة وقائع الأحداث وتفسير البيانات وتحليلها وإستخلاص النتائج منها والوصول إلى إستنتاجات معينة حيث تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع إستخدام الشباب الجامعى للصفحات الدينية ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته بمعدل أو مستوى الإلتزام بالقيم الأخلاقية لديهم وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامى فى شقيه التحليلى والميدانى .

ج- مجتمع الدراسة :-

يتمثل مجتمع الدراسة فى الشباب الجامعى المتمثل فى أربع جامعات مصرية وهى جامعة القاهرة ، وجامعة المنصورة ، وجامعة الأزهر، وجامعة جنوب الوادى، وكذلك الصفحات الدينية الموجودة ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية والمتمثلة فى الصفحات ( صفحة الشيخ متولى الشعراوى – صفحة وذكر – صفحة الشيخ والداعية الشاب مصطفى حسنى – صفحة دار الإفتاء المصرية ).

د- حدود الدراسة :-

تتمثل حدود الدراسة فيما يلى :

حدود موضوعية : تقتصر الدراسةالحالية على إستخدام الشباب الجامعى للصفحات الدينية ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم .

حدود زمنية : وهى دراسة الصفحات الدينية بموقع الفيس بوك كأحد مواقع الشبكات الإجتماعية لمدة 15 يوما كاملا أى نصف دورة شهرية .

حدود مكانية : وتتمثل فى محافظات القاهرة ، قنا ، الدقهلية .

حدود بشرية : وتتمثل فى الشباب الجامعى بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة ممثلة فى جامعة القاهرة ، وجنوب الوادى ، والمنصورة ، والأزهر.

ر: أدوات الدراسة :

تمثلت آدوات الدراسة فى شقين الشق الأول متمثل فى صحيفة الإستقصاء أو إستمارة الإستبيان التى يستخدمها الباحث فى الحصول على البيانات وجمعها وذلك بإعتبارها أداة بحثية مناسبة لجمع البيانات من مفردات عينة الدراسة كماأنها من أكثر الأدوات البحثية إستخداما وشيوعا. أما الشق الثانى متمثل فى إستمارة تحليل المضمون والتى تستخدم فى تحليل عينة من الصفحات الدينية الموجودة على موقع الفيس بوك كأحد مواقع الشبكات الإجتماعية .

ع : إجراءات الصدق والثبات :-

ولكي يطمئن الباحث علي عدم تسرب الخطأ في أي مرحلة من مراحل الدراسة، أخذ الباحث في الإعتبار مدي توافر الصدق والثبات في جميع مراحل الدراسة، وفيما يلي توضيح ذلك:

الثبات: للتأكد من توافر شروط الثبات في كل من إستمارة الإستبيان وإستمارة تحليل المضمون قام الباحث بإجراء الخطوات التالية:

بالنسبة لثبات إستمارة الإستبيان:

قام الباحث بتطبيق الإستمارة علي عينة مصغرة من المراهقين، تمثل 10% من عينة الدراسة وتقدر (40 مفردة) من الذكور والإناث وذلك عن طريق المقابلة ثم قام بتطبيقها مرة أخري بعد أسبوعين علي نفس العينة ، وذلك بتطبيق معامل هولستي :

2 × 37

40×40

74

80

80

 2ت

 ن1+ن2

 درجة الثبات = =

= 92.5 % ، حيث ت = عدد حالات الإتفاق بين الباحثين = 2× 37 ( حالة إتفاق من إجمالي 40)، ون1 = حجم العينة للباحث في التطبيق الأول = ( 40 مفردة )، ون2 = حجم العينة للباحث في التطبيق الثاني = ( 40 مفردة ) ، ويشير معامل الثبات 92.5% إلي عدم وجود إختلاف كبير في إجابات المبحوثين علي صحيفة الإستبيان .

بالنسبة لثبات إستمارة تحليل المضمون :

بالنسبة للثبات فتم تحقيقه عن طريق القيام بإسلوب Test Re-Testحيث تم إجراء إختبار ثبات التحليل مع إثنين من الباحثين ([[1]](#footnote-1)♠) علي عينة قدرها 10% من مجتمع الدراسة التحليلية، وذلك لتحديد نسبة ثبات استمارة تحليل المضمون، حيث شرح الباحث استمارات التحليل والفئات الخاصة بها وتم تزويدهم بنسخ من استمارات التحليل والتعريفات الإجرائية وبلغت قيمة معامل الثبات (0.91)علي النحو التالي :وتم حساب معادلة هولستي :

 معامل الثبات = 2 ( ت )

ن 1 + ن 2

حيث أن : ت = عدد حالات الإتفاق بين المرمزين

ن 1 = عدد الحالات التي رمزها المرمز الأول

ن 2 = عدد الحالات التي رمزها المرمز الثاني

وطبقا لهذه المعادلة كانت قيم الثبات كما يلي :

ثبات الباحث مع نفسه = 0.91

ثبات أ مع ب = 0.91

ثبات أ مع ج = 0.91

ثبات ب مع ج = 0.92

وبحساب المتوسط الحسابي بين هذه القيم يكون معامل الثبات = 0.91

الصدق: وللتأكد من توافر شرط الصدق في كل من إستمارة الإستبيان وإستمارة تحليل المضمون قام الباحث بالخطوات التالية:

بالنسبة لصدق إستمارة الإستبيان:

قام الباحث بإعدادها وعرضها علي عدد من المتخصصين في الإعلام والطفولة وعلم الإجتماع ومناهج البحث ، ثم إجراء التعديلات اللازمة إذا رأي المتخصصون ذلك ، وتحديد النسبة العامة للاتفاق بينهم والتي تشير إلي مدي توافر الصدق في الإستمارة، كما يجري الباحث إختبار مبدئي علي مجموعة من عينة الدراسة للتأكد من وضوحها وسهولة الإجابة عليها .

بالنسبة لصدق إستمارة تحليل المضمون:

قام الباحث بعرض الإستمارة علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والطفولة وعلم الإجتماع ومناهج البحث للحكم عليها وعلي مدي صلاحية القوائم التي أعدها الباحث في عملية التحليل وذلك بعد إعداد الاستمارة وتحديد فئات ووحدات التحليل وكذلك إجراء التعديلات التي يقدمها المحكمون لضمان وضوح الفئات والوحدات المستخدمة في التحليل ، وكذلك المصطلحات المستخدمة في ذلك . .([[2]](#footnote-2))

الأساليب الإحصائية المستخدمة فى الدراسة

بعد الإنتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها وإستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: تم اللجوء الي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

إختبار كا2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية (Nominal)

تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف إختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)

إختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

معامل إرتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة وإتجاه العلاقة الإرتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.

إختبار(z) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين ، وقد إعتبرت قيمة z غير دالة إذا لم تصل 1.96، وإعتبرت دالة عند مستوي ثقة 95% فأكثر إذا بلغت 1.96 وأقل من 2.58 ، وأعتبرت دالة عند مستوي ثقة 99% فأكثر إذا بلغت 2.58 فأكثر.

وقد تم قبول نتائج الإختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0.05) فأقل.

الفصل الثانى

النتائج العامة للدراسة

الفرض الأول: " توجد علاقة إرتباطية دلالة إحصائيا بين كثافة تعرض الشباب الجامعى للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية ودرجة إلتزامهم بالقيم الأخلاقية "

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل إرتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة تعرض الشباب الجامعى للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية ودرجة إلتزامهم بالقيم الأخلاقية وذلك كما يلي:

 جدول(40)

معامل إرتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة تعرض الشباب الجامعى للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية ودرجة إلتزامهم بالقيم الأخلاقية

|  |  |
| --- | --- |
| المتغيرات | درجة إلتزامهم بالقيم الأخلاقية |
| العدد | معامل الإرتباط | مستوي المعنوية | الدلالة |
| كثافة تعرض الشباب الجامعى للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية  | 377 | 0.977 | 0.000 | 0.001 |

 يشير الجدول السابق إلى ما يلي:وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائيا بين كثافة تعرض الشباب الجامعى للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية ودرجة إلتزامهم بالقيم الأخلاقية، حيث بلغ معامل إرتباط بيرسون (0.977) وهي قيمة دالة عند مستوي =0.001

الفرض الثاني: " توجد فروق ذات دالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا للنوع (ذكور وإناث) ووفقاً لمحل الإقامة (ريف وحضر)

تم إستخدام إختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين (ذكور وإناث) و(ريف وحضر) حول كثافة تعرضهم للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية.

جدول (41)

نتائج إختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين (ذكور وإناث) و(ريف وحضر) حول كثافة تعرضهم للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية

| المتغير | المتغير | العدد | م | ع | قيمة (ت) | مستوي المعنوية | الدلالة |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية | الذكور | 191 | 0.70 | 0.459 | 2.506 | 0.013 | 0.05 |
| الإناث | 186 | 0.81 | 0.392 |
| ريف | 245 | 0.73 | 0.442 | 1.272 | 0.204 | غير دالة |
| حضر | 131 | 0.79 | 0.406 |

تشير نتائج تطبيق إختبار "ت": إلي وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين (ذكور وإناث)حول كثافة تعرضهم للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية، حيث بلغت قيمة "ت" (2.506) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05). كما تشير نتائج تطبيق إختبار "ت": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين (ريف وحضر) حول كثافة تعرضهم للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية، حيث بلغت قيمة "ت" (1.272) وهي قيمة غيردالة إحصائياً.

الفرض الثاني: " توجد فروق ذات دالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية على إختلاف نوع التعليم (حكومي وأزهري وخاص) والسن (من 16- 18 ومن18 – 20 ومن 20- 22) ومستوي دخل الأسرة (أقل من 1000 جنيه ، ومن1000 لأقل من 3000 جنيه ، ومن 3000 لأقل من 5000 جنيه ، وأكثر من 5000 جنيه) والمستوى التعليمى للأب(أمى ، وأقل من المتوسط ، ومتوسط ، وجامعى ، وفوق الجامعى) والمستوى التعليمى للأم ( أمى ، وأقل من المتوسط ، ومتوسط وجامعى ، وفوق الجامعى ).

تم إستخدام إختبار تحليل التباين الأحادى (ANOVA) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية.

جدول (42)

نتائج إختبار تحليل التباين الأحادى لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| المتغيرات | مصدر التباين | مجموعات المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة ف | الدلالة |
| كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقاً للعمر | بين المجموعات | 0.103 | 1 | 0.103 | 0.281 | 0.596 |
| داخل المجموعات | 137.382 | 375 | 0.366 |
| المجموع | 137.485 | 376 |   |
| كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا للجامعة | بين المجموعات | 1.239 | 1 | 1.239 | 6.756 | 0.010 |
| داخل المجموعات | 68.751 | 375 | 0.183 |
| المجموع | 69.989 | 376 |   |
| كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا للدخل | بين المجموعات | 0.895 | 1 | 0.895 | 1.294 | 0.256 |
| داخل المجموعات | 259.508 | 375 | 0.692 |
| المجموع | 260.403 | 376 |   |
| كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا لتعليمالوالد | بين المجموعات | 2.229 | 1 | 2.229 | 2.909 | 0.089 |
| داخل المجموعات | 287.320 | 375 | 0.766 |
| المجموع | 289.549 | 376 |   |
| كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا لتعليم الوالدة | بين المجموعات | 0.100 | 1 | 0.100 | 0.109 | 0.742 |
| داخل المجموعات | 342.617 | 375 | 0.914 |
| المجموع | 342.716 | 376 |   |

 تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية، حيث بلغت قيمة "ت" قيماً غيردالة إحصائياً، ما عدا بعد بين متوسطات درجات المبحوثين حول كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا للجامعة حيث بلغت قيمة دالة احصائيا عند مستوي دلالة 0.05

الفرض الثالث: " توجد فروق ذات دالة إحصائية حول درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا للنوع (ذكور واناث) ووفقاً لمحل الإقامة (ريف وحضر)

تم إستخدام إختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين (ذكور واناث) و(ريف وحضر)حول درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية.

جدول (43)

نتائج إختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين (ذكور واناث) و(ريف وحضر)حول درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية

| المتغير | المتغير | العدد | م | ع | قيمة (ت) | مستوي المعنوية | الدلالة |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية | الذكور | 191 | 110.26 | 73.699 | 3.278 | 0.001 | 0.01 |
| الإناث | 186 | 133.91 | 66.134 |
| ريف | 245 | 117.63 | 72.445 | 1.560 | 0.120 | غير دال |
| حضر | 131 | 129.60 | 67.871 |

 تشير نتائج تطبيق إختبار "ت": إلي وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين (ذكور واناث)حول درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية ، حيث بلغت قيمة "ت" (3.278) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01). كما تشير نتائج تطبيق إختبار "ت": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين (ريف وحضر)حول درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية، حيث بلغت قيمة "ت" (1.560) وهي قيمة غيردالة إحصائياً.

الفرض الثالث: " توجد فروق ذات دالة إحصائية حول درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية على إختلاف نوع التعليم (حكومي وأزهري وخاص) والسن ( من 16- 18 ، ومن18 – 20 ، ومن 20- 22) ومستوي دخل الأسرة ( أقل من 1000 جنيه ، ومن1000 لأقل من 3000 جنيه ، ومن 3000 لأقل من 5000 جنيه ، وأكثر من 5000جنيه) والمستوى التعليمى للأب ( أمى ، وأقل من المتوسط ، ومتوسط ، وجامعى ، وفوق الجامعى) والمستوى التعليمى للأم ( أمى ، وأقل من المتوسط ، ومتوسط ، وجامعى ، وفوق الجامعى).

تم إستخدام إختبار تحليل التباين الأحادى (ANOVA) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حولدرجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية.

جدول (44)

نتائج إختبار تحليل التباين الأحادى لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حولدرجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| المتغيرات | مصدر التباين | مجموعات المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة ف | الدلالة |
| درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقاً للعمر | بين المجموعات | 20.721 | 59 | 0.351 | 0.953 | 0.575 |
| داخل المجموعات | 116.764 | 317 | 0.368 |
| المجموع | 137.485 | 376 |  |
| درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا للجامعة | بين المجموعات | 12.214 | 59 | 0.207 | 1.136 | 0.245 |
| داخل المجموعات | 57.776 | 317 | 0.182 |
| المجموع | 69.989 | 376 |  |
| درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا للدخل | بين المجموعات | 52.299 | 59 | 0.886 | 1.350 | 0.056 |
| داخل المجموعات | 208.105 | 317 | 0.656 |
| المجموع | 260.403 | 376 |  |
| درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا لتعليم الوالد | بين المجموعات | 45.061 | 59 | 0.764 | 0.990 | 0.501 |
| داخل المجموعات | 244.488 | 317 | 0.771 |
| المجموع | 289.549 | 376 |  |
| درجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية وفقا لتعليم الوالدة | بين المجموعات | 55.579 | 59 | 0.942 | 1.040 | 0.404 |
| داخل المجموعات | 287.137 | 317 | 0.906 |
| المجموع | 342.716 | 376 |  |

 تشير نتائج تطبيق إختبار "ت": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين حولدرجة إلتزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التى تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية، حيث بلغت قيمة "ت" قيماً غيردالة إحصائياً

الفرض الرابع: " توجد علاقة إرتباطية دلالة إحصائية بين دوافع إستخدام المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية والإشباعات التى تحققها لهم " وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل إرتباط بيرسون لقياس العلاقة بين بين دوافع إستخدام المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية والإشباعات التى تحققها لهم وذلك كما يلي:

جدول (45)

معامل إرتباط بيرسون لقياس العلاقة بين توجد علاقة إرتباطية دلالة إحصائية بين دوافع إستخدام المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية والإشباعات التى تحققها لهم

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| المتغيرات | الدوافع النفعية | الدوافع الطقوسية | إشباعات المحتوي التوجيهية | إشباعات المحتوي الإجتماعية | إشباعات الوسيلة شبة التوجيهية | إشباعات الوسيلة شبة الإجتماعية |
| الدوافع النفعية | معامل الإرتباط |  | 0.924\*\* | 0.963\*\* | 0.913\*\* | 0.946\*\* | 0.911\*\* |
| مستوي المعنوية |  | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| العدد |  | 377 | 377 | 377 | 377 | 377 |
| الدوافع الطقوسية | معامل الإرتباط | 0.924\*\* |  | 0.923\*\* | 0.923\*\* | 0.913\*\* |  |
| مستوي المعنوية | 0.000 |  | 0.000 | 0.000 | 0.000 |  |
| العدد | 377 |  | 377 | 377 | 377 |  |
| اشباعات المحتوي التوجيهية | معامل الإرتباط | 0.963\*\* | 0.923\*\* |  | 0.925\*\* |  |  |
| مستوي المعنوية | 0.000 | 0.000 |  | 0.000 |  |  |
| العدد | 377 | 377 |  | 377 |  |  |
| إشباعات المحتوي الإجتماعية | معامل الإرتباط | 0.913\*\* | 0.923\*\* | 0.925\*\* |  |  |  |
| مستوي المعنوية | 0.000 | 0.000 | 0.000 |  |  |  |
| العدد | 377 | 377 | 377 |  |  |  |
| إشباعات الوسيلة شبة التوجيهية | معامل الإرتباط | 0.946\*\* | 0.913\*\* |  |  |  |  |
| مستوي المعنوية | 0.000 | 0.000 |  |  |  |  |
| العدد | 377 | 377 |  |  |  |  |
| إشباعات الوسيلة شبة الإجتماعية | معامل الإرتباط | 0.911\*\* |  |  |  |  |  |
| مستوي المعنوية | 0.000 |  |  |  |  |  |
| العدد | 377 |  |  |  |  |  |

يشير الجدول السابق إلى ما يلي:وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائيا بين دوافع إستخدام المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية والإشباعات التى تحققها لهم، حيث بلغ معامل إرتباط بيرسون قيماً دالة عند مستوي ثقة 99.9%.

قائمة المراجع

الشيماء محمد أحمد حسن طه ، " تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية على الفيس بوك وعلاقته بإكسابهم المعلومات الدينية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال ، 2015م .

حردان هادى صايل ، " دور المواقع الإسلامية الإفتراضية فى تشكيل إتجاهات الشباب الجامعى العراقى نحو القضايا الدينية المعاصرة " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم العلاقات العامة والإعلان ، 2015 م .

رباب رأفت محمدالجمال ، " أثر إستخدام شبكات التواصل الإجتماعى على تشكيل النسق القيمى الأخلاقى للشباب السعودى " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ،جامعة الملك عبد العزيز ، كلية الإتصال والإعلام، قسم الصحافة ، 2013م.

مريم يوسف محمد رخا ، " دور المواقع الإلكترونية الإسلامية فى تشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعى نحو القضايا الدينية " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال ، 2015 م .

محمد فتحى توفيق الصائغ ، " إستخدامات الشباب المصرى لموقع اليوتيوب You tube والإشباعات المتحققة منها " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون ، 2015م .

نورهان محمد أحمد ، " دوافع تعرض الشباب الجامعى للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الإجتماعى والإشباعات المتحققة منها " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة حلوان ، كلية الأداب ، قسم الإعلام ، 2016 م .

هيام أنور أحمد أبو زيد ، " دور مواقع التواصل لإجتماعى فى تشكيل إتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال ، 2016م .

مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار – تقرير شهري – مجلس الوزراء – السنة الخامسة ، العدد (53) مايو 2011م ، ص3 نقلاً عن الشيماء محمد أحمد حسن طه (2015م).

Alomoush ,khaled saleh, yaseen, saad ghaleb: almatitan Mohamed atwan" the impact of Arab cultural values on line social networking" the case of face book. .(references),peer viewer journal,2012

Taylor,Laura , " psychologists, attitudes and ethical concerns regarding the use of social networking web sites ", psy.d,united statsgearge fox university, 2009.

www.ebizmba.Com.articles .social net work.

على بركة الله

و طالما عرضت نتائج الفروض فقط

اقترح حذف التساؤلات من هنا و الاكتفاء بذكر الفروض و التحقق منها

و تبقى عرض التساؤلات في الرسالة نفسها

لاحظ التعديلات تم عملها باللون الاصفر

1. **(♠ ) الباحثان هما :**

ممدوح مكاوي:مدرس الصحافة الإذاعية، كلية الآداب، جامعة بني سويف .

عبير العشري: باحثة ماجستير بقسم الإعلام، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس . [↑](#footnote-ref-1)
2. () أسماء السادة المحكمين

	1. أ. د / عبد العزيز السيد : أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الإتصال جامعة جنوب الوادى سابقا .
	2. أ. د / عبدالله جاد :أستاذ الصحة النفسية ورئيس قسم علم النفس كلية التربية النوعية جامعة المنصورة .
	3. أ. د/ مصطفى الجزيرى : أستاذ الإعلام بكلية الأداب جامعة جنوب الوادى والأستاذ بكلية الإعلام وتكنولوجيا الإتصال جامعة جنوب الوادى .
	4. أ. د/ هالة كمال نوفل :عميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الإتصال جامعة جنوب الوادى والأستاذ بكلية الأداب جامعة جنوب الوادى
	5. أ. د / أمينة شلبى : وكيل كلية التربية النوعية لشئون التعليم والطلاب السابق وعميد كلية السياحة والفنادق جامعة المنصورة .
	6. أ. م. د/ أحمد حسين محمد حسينأستاذ المسرح المساعد ورئيس قسم الإعلام التربوى السابق كلية التربية النوعية جامعة المنصورة [↑](#footnote-ref-2)