

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

د. حازم أنور محمد البنا  
 أستاذ الإذاعة والتلفزيون التعليمي المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنصورة  
 د. حنان عبدالله عبدالصمد  
 مدرس الصحافة بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنصورة  
 محمود على محمد سليم

**الخلاصة**

**الهدف:** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي للصفحات الدينية ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم.  
**المنهج:** دراسة تحليلية.

**الهيبة:** أربع صفحات دينية تمثلت في (صفحة الشيخ منولى الشعراوي- صفحة وذكر- صفحة دار الإفتاء المصرية- صفحة الداعية الشاب مصطفى حسنى) ودراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي قوامها ٤٠٠ مفردة وذلك باستخدام أدوات تحليل المضمون والإستبيان في ضوء منهج المسح الإعلامي.  
**النتائج:** توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها بينت نتائج الدراسة أن الفيس بوك جاء في مقدمة مواقع الشبكات الإجتماعية التي يفضل الباحثون استخدامها بنسبة بلغت ٩٥,٥% ثم موقع يوتيوب في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٦٣,٩% ثم موقع جوجل بلس في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٣٧,٤%, وبينت أن نسبة ٧٥,٦% من الباحثين عينة الدراسة يتابعون الصفحات الدينية على مواقع الشبكات الإجتماعية بينما نجد نسبة ٢٤,٤% منهم لا يتابعونها، وأظهرت نتائج الدراسة أن الدوافع الطقوسية جاءت في المقدمة عن الدوافع النفعية والتي تمثلت في العبارات التالية (تساعدني في فهم الذات وتعزيز القيم الأخلاقية) أما الدوافع النفعية فتمثلت في العبارات التالية (أشعر بالمتعة عندما أقرأ في الصفحات الدينية- أشعر بالحرية عندما أستثمر وقتي في شيء مفيد- أشعر بالبهجة عندما أتعرف على حلول المشكلات التي تواجهني- وأشعر بروح الإثارة عندما أقرأ عن الشخصيات الإسلامية والتاريخية)، وبينت أن الفتاوى الدينية جاءت في مقدمة القضايا التي تناقشها الصفحات الدينية على مواقع الشبكات الإجتماعية بنسبة بلغت ٨١,٤% ثم الحجاب في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٥٨,٢% ثم سلوكيات المرأة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٤٤,٢% ثم عمل المرأة في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٢٩,١%, وبينت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية ودرجة التزامهم بالقيم الأخلاقية حيث بلغ معامل الارتباط لبرسون ٠,٩٧٧، وهي قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، وبينت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الإجتماعية والإشباع التي تحققها لهم حيث بلغ معامل ارتباط لبرسون قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩,٩%.

**The University Youths Uses Of Religious Web Pages In Some Social Networkand Relationship With Their Ethical Values**

**Aim:** 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.

**Methods:** An analytical study.

**Sample:** 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.

**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%, and 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, and 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), and 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, and 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.

إستخدام الشباب الجامعى لها وعلاقة هذا الإستخدام بالقيم الأخلاقية لديهم ومن هنا تحددت مشكلة الدراسة فى الإجابة على التساؤل الرئيسى ما دوافع إستخدام الشباب الجامعى للصفحات الدينية ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم؟

#### أهداف الدراسة:

١. الأهداف التحليلية:
  - أ. التعرف على نسب ونوعية القيم الاخلاقية التى تتضمنها الصفحات الدينية موضوع الدراسة.
  - ب. التعرف على المصادر التى تعتمد عليها الصفحات الدينية موضوع الدراسة فى الحصول على المعلومات.
  - ج. التعرف على المساحة الزمنية التى تعكسها الصفحات الدينية موضوع الدراسة للقيم الأخلاقية خلال فترة الدراسة.

#### ٢. الأهداف الميدانية:

- أ. التعرف على واقع إستخدام الشباب الجامعى لمواقع الشبكات الإجتماعية ومعدل إستخدامه للصفحات الدينية بها.
- ب. رصد درجة إعتماد الشباب الجامعى على الصفحات الدينية موضوع الدراسة كمصدر للحصول على المعلومات التى تؤثر على مستوى الإلتزام بالقيم الأخلاقية لديهم.
- ج. 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.
- د. التعرف على أسباب (تعرض، عدم تعرض) الشباب الجامعى للصفحات الدينية موضوع الدراسة.
- هـ. التعرف على أهم الإيجابيات والسلبيات للصفحات الدينية من وجهة نظر عينة الدراسة.

#### أهمية الدراسة:

تأتى أهمية الدراسة من خلال عدم تناول الدراسات السابقة للصفحات الدينية والقيم الأخلاقية 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:

١. الأهمية النظرية:
  - أ. 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.
  - ب. رغبة الباحث فى معرفة الأسباب التى دفعت الشباب الجامعى لمتابعة الصفحات الدينية على مواقع الشبكات الإجتماعية وخاصة فى الفترة الأخيرة.
  - ج. 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 إنفقدها الكثير من الشباب داخل المجتمع وهذا ناتج عن قلة المعرفة الدينية لديهم.
  - د. معرفة آراء ومقترحات هؤلاء الشباب حول هذه الصفحات وكيفية تطويرها مستقبلاً.
٢. الأهمية التطبيقية:
  - أ. 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

#### المقدمة:

نتيجة للتقدم التكنولوجى السريع الذى يشهده العالم كل يوم وما أحدثته الثورات المعلوماتية من تغيير 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 الإلكتروني والمنديات ومواقع التواصل الإجتماعى التى أصبح لها الدور البارز والفعال فى تلك الأونة والتى حققت جو من التواصل والتفاعل للعالم كله فى مجتمع إفتراضى صغير يجمعهم فيه الإهتمام الواحد حيث تقوم بدور فعال فى نقل الأحداث والقضايا المجتمعية إلى جانب تنمية رأى العام والتعبير عن رأى فى حرية وتبادل الآراء والمعلومات وكذلك التعبير عن الذات بأشكال إعلامية مختلفة لتصبح بذلك آلية إعلامية جديدة ومصدر للمعلومات لكثير من فئات المجتمع.

وتعددت مواقع التواصل الإجتماعى فمنها الفيسبوك واليوتيوب والتويتز وماى سبيس وجوجل بلس والفليكر ولينكدان وغيرها ولكن يظل الفيسبوك واليوتيوب والتويتز من أهم المواقع التى يتردد عليها الجمهور بصفة دائمة حيث نشر موقع Ebizmba فى ١ أبريل لعام ٢٠١٧ أكثر من ١٥ موقع من مواقع الشبكات الإجتماعية شبيهة فى العالم فجاء موقع الفيسبوك فى مقدمة هذه المواقع الذى بلغ عدد مستخدميه ١٥٠٠٠٠٠٠٠٠٠ مليار وخمسمائة مليون مستخدم يليه موقع اليوتيوب فى الترتيب الثانى الذى بلغ عدد مستخدميه ١٤٩٩٠٠٠٠٠٠٠ مليار وأربع مائة وتسعة وتسعون مليون مستخدم يليه موقع تويتز فى الترتيب الثالث الذى بلغ عدد مستخدميه ٤٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠ مليار وأربع مائة مليون مستخدم. [www.ebizmba.Com.articles.social-network](http://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 الفيسبوك يحتل المرتبة الأولى يليه فى المرتبة الثانية محرك البحث جوجل ثم موقع اليوتيوب فى المرتبة الثالثة ولم يعد الفيسبوك 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 والمشاركة فعلى سبيل المثال وصل عدد متابعى صفحة إبعث النبى رقم ١ على الفيسبوك نحو ٣,٢ مليون مستخدم يليه صفحة عمرو خالد بالإنجليزية والتى وصل عدد مستخدميها نحو ٢,٦ مليون مستخدم. (مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار العدد ٥٣ لسنة ٢٠١٥) ومن هنا كان على الباحث إخضاع هذه الصفحات للدراسة ومعرفة أسباب إستخدام الشباب الجامعى لها ودوافع هذا الإستخدام.

#### 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 جديدة للنشر الإلكتروني مثل المواقع الإسلامية والمدونات والصفحات الإلكترونية وخاصة الصفحات الدينية (موضوع الدراسة الحالية) وجد الباحث قلة فى الدراسات التى تناولت الصفحات الدينية الموجودة ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية فكان من الضرورى دراسة هذه الصفحات ومعرفة دوافع

الدراسات التي أجريت قبل ذلك.

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

#### فروض الدراسة:

١ الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية ودرجة التزامهم بالقيم الأخلاقية.

٢ الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع التي تحققها لهم

٣ الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً للمتغيرات التالية (نوع التعليم (حكومي - خاص - أهري)، النوع (ذكور - إناث)، المستوى الإقتصادي ويتضمن (مستوى دخل الأسرة، المستوى التعليمي للأب، المستوى التعليمي للأم)، محل الإقامة أو البيئة الجغرافية (حضر - ريف)، السن أو العمر).

٤ الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً للمتغيرات التالية: نوع التعليم (حكومي - خاص - أهري)، النوع (ذكور - إناث)، المستوى الإقتصادي ويتضمن (مستوى دخل الأسرة - المستوى التعليمي لأب - المستوى التعليمي للأم)، محل الإقامة أو البيئة الجغرافية (ريف - حضر)، السن أو العمر.

#### مصطلحات الدراسة:

١ الشباب الجامعي: يعرفه الباحث إجرائياً بأنه مجموعة من الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ إلى ٢٥ سنة وينتمون إلى المؤسسات التعليمية المختلفة سواء كانت حكومية أو خاصة داخل جمهورية مصر العربية ويستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية في الحصول على المعلومات ويتابعون الصفحات الدينية بصورة مستمرة.

٢ الصفحات الدينية: يعرفها الباحث إجرائياً بأنها عبارة عن مجموعة من الصفحات الإلكترونية المنتشرة على مواقع الشبكات الاجتماعية وتكون هذه الصفحات إما (صفحات دعوية - صفحات بأسماء العلماء والمشايخ - صفحات تابعة لمواقع إسلامية - صفحات تابعة لأحزاب إسلامية - صفحات تابعة لمؤسسات رسمية) وتهدف هذه الصفحات إلى الحصول على المعلومات الدينية والتثقيف الديني وتحسين الصورة الذهنية عن الإسلام ودعوة ومخاطبة غير المسلمين أو تبادل الآراء والتواصل بين الشباب عبر هذه الصفحات.

٣ مواقع الشبكات الاجتماعية: يعرفها الباحث إجرائياً بأنها عبارة عن مجموعة من المواقع المنتشرة على شبكة الإنترنت والتي مكنت أو أتاحت للشباب والأفراد سرعة وسهولة التواصل فيما بينهم وتكوين صداقات جديدة في عالم جديد يسمى بالعالم الافتراضي وذلك للحصول على المعلومات والأخبار وبناء ملفات شخصية وتقديم خدمات فورية مثل الرسائل والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين وغيرها من الخدمات.

٤ القيم الأخلاقية: يعرفها الباحث إجرائياً بأنها عبارة عن مجموعة من المعايير والقواعد والمبادئ والأحكام التي يستطيع الفرد من خلالها الحكم على سلوكيات الآخرين سواء كانت صحيحة أو خاطئة وضبطها وتقويمها وذلك وفقاً للأحكام التي تستند إلى العقل والشرع والقوانين التي يصدرها المجتمع أو الدولة.

#### الدراسات السابقة:

١ المحور الأول الدراسات التي تناولت الصفحات الدينية أو المواقع الإسلامية:

١. دراسة الشيماء محمد أحمد حسن طه (٢٠١٥) بعنوان تعرض المراهقين

للصفحات الإسلامية على الفيسبوك وعلاقته بإكسابهم المعلومات الدينية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الصفحات الإسلامية على الفيسبوك في إسباب المراهقين للمعلومات الدينية وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين باستخدام منهج المسح وأداتى الاستبيان وتحليل المضمون لبعض الصفحات الإسلامية على الفيسبوك وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن المراهقين أفراد العينة يتعرضون للفيسبوك بعدل مرتفع وذلك بنسبة ٦٣,٣%، وأن الصفحات الدينية الإسلامية على الفيسبوك تأتي في مقدمة المصادر التي يحصل منها أفراد العينة على معلوماتهم الدينية وذلك بنسبة ٧٧,٢% بينما يأتي التلفزيون في المرتبة الثانية وذلك بنسبة ٢١,١%، وأن من أهم أسباب متابعة المبحوثين للصفحات الإسلامية على الفيسبوك جاءت لزيادة المعرفة الدينية في المرتبة الأولى بنسبة ٧٩% بينما جاءت الاستفادة من البحوث والمقالات الإسلامية المنشورة بنسبة ٧١% في حين جاءت لمساعدتي في تكوين رأي خاص بي بنسبة ٧١%، وأن صفحة مصطفى حسنى Mustafa Hoseny جاءت في المرتبة الأولى كأكثر الصفحات الإسلامية التي يفضل المبحوثون متابعتها بنسبة ١٤,٢% وفي المرتبة الثانية جاءت صفحة المصحف الجامع بنسبة ١١,٢%، وأن نسبة ٥٢% من أفراد العينة يرون أن الصفحات الإسلامية أسهمت في تنمية المعرفة الدينية لديهم بدرجة متوسطة. (الشيماء طه، ٢٠١٥)

٢. دراسة حردان هادي صايل (٢٠١٥) بعنوان دور المواقع الإسلامية الافتراضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا الدينية المعاصرة. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الإسلامية الافتراضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا الدينية المعاصرة في إطار خصوصية المجتمع العراقي وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي العراقي باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها إنخفاض تعرض المبحوثين للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت حيث جاءت منخفض بنسبة ٥٢,٥% يليها متوسط في المرتبة الثانية بنسبة ٣٩% يليها مرتفع في المرتبة الثالثة بنسبة ٨,٣%، وجاء موقع المسلم وطريق الإسلام في مقدمة المواقع التي يفضل المبحوثين عينة الدراسة متابعتها بنسبة ٤٩,٧% يليه موقع مفكرة الإسلام في الترتيب الثاني بنسبة ٤١,٧% يليه دليل الشيعة في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٢,٣%. وجاءت لتوجد رسوم في المرتبة الأولى بنسبة ٩٥,٩% ضمن مدى إستعانة المواقع الإسلامية بالرسوم يليها الجرافيك في المرتبة الثانية بنسبة ٤,١%، وجاء نص مكتوب مع صورة في المرتبة الأولى ضمن توظيف الوسائط المتعددة في عرض القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية بنسبة ٥٠,٥% يليه نص مكتوب فقط في المرتبة الثانية بنسبة ٤١,٢%، وجاءت أبرز القضايا التي تناقشها المواقع الإسلامية قضية إضطهاد الأقليات المسلمة في المرتبة الأولى بنسبة ٣٢,٢% يليها قضية تشويه العرب صورة الإسلام في المرتبة الثانية بنسبة ١٦,٥% يليها قضية الغزو الثقافي الغربي للمسلمين في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥,٦%. (حردان صايل، ٢٠١٥)

٣. دراسة مريم يوسف محمد رخا (٢٠١٥) بعنوان دور المواقع الإلكترونية الإسلامية في تشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا الدينية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الإلكترونية الإسلامية في تشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا الدينية حيث طبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها نسبة ٦١,٥% من المبحوثين عينة الدراسة يستخدمون المواقع الإسلامية أحياناً

الأنشطة عبر الإنترنت والمخاوف الأخلاقية بشأن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وطبقت الدراسة على عينة من الدراسات العليا وعلماء النفس وذلك باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها بينت الدراسة أن نسبة ٧٧% من طلاب الدراسات العليا وعلماء النفس الذين شاركوا في الدراسة كانوا أكثر إسناداً من إعدادات الخصوصية لصفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وبينت الدراسة أن لآخرين عبر الإنترنت والحفاظ على التواصل والخصوصية أثناء الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي والحفاظ على هذه المواقع عند الاستخدام وكانت السلوكيات الأقل أخلاقية هي البحث عن عميل على مواقع التواصل ومناقشة هذه الأنشطة مع العملاء على هذه المواقع عبر الإنترنت. (تايلور، لورا، ٢٠٠٩)

٢٣ المحور الثالث الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والإشباعات ومواقع الشبكات الاجتماعية:

١. دراسة هيام أنور أحمد ابوزيد (٢٠١٦) بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة من الشباب الجامعي باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها جاء موقع الفيسبوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل أفراد العينة تلاه موقع يوتيوب في الترتيب الثاني ثم موقع جوجل بلس في الترتيب الثالث ثم موقع تويتر وأخيراً موقع أنستجرام، ونسبة ٧٧% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كثيف، ونسبة ٢١% يستخدمونها بدرجة متوسطة وأخيراً نسبة ٢% يستخدمونها بدرجة قليلة، وجاءت الأساليب العاطفية في مقدمة الأساليب الأفعائية المستخدمة بنسبة ٤٠% تليها الأساليب العقلية والعاطفية معاً في المرتبة الثانية بنسبة ٣٤% تليها الأساليب العقلية في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٢%. (هيام ابوزيد، ٢٠١٦)
٢. دراسة نورهان محمد أحمد (٢٠١٦) بعنوان دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها جاء موقع الفيسبوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين عينة الدراسة استخدامها يليه موقع يوتيوب في المرتبة الثانية يليه موقع تويتر في المرتبة الثالثة، وجاءت الدوافع الفعائية في مقدمة الدوافع يليها الدوافع الطوقسية، وجاءت الإشباعات التوجيهية في مقدمة الإشباعات يليها الإشباعات الاجتماعية يليها الإشباعات شبه الاجتماعية ثم الإشباعات شبه التوجيهية، ويستخدم المبحوثين عينة الدراسة الفيسبوك أكثر من ثلاث ساعات يومياً. (نورهان أحمد، ٢٠١٦)
٣. دراسة محمد فتحى توفيق الصائغ (٢٠١٥) بعنوان استخدامات الشباب المصرى لموقع اليوتيوب YouTube والإشباعات المتحققة منها. هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل استخدامات الشباب المصرى عينة الدراسة لليوتيوب YouTube ومقارنتها باستخدامات التلفزيون ومدى إشباع هذا الموقع لحاجاتهم، وكذلك تحديد وتحليل دوافع استخدام الشباب المصرى عينة الدراسة لليوتيوب والتي جعلته من شبكات التواصل الاجتماعية الأكثر

ونسبة ٣٢% يستخدمونها بصورة دائمة ونسبة ٦,٥% يستخدمونها نادراً، وجاءت الفتاوى الدينية في الترتيب الأول كأحد الموضوعات التي يفضل الشباب الجامعي عينة الدراسة استخدامها بالمواقع الإسلامية بنسبة ٤٣,٥% تليها الموضوعات الخاصة بالشباب في الترتيب الثاني بنسبة ٣٢,٩% تليها القضايا في الترتيب الثالث بنسبة ٢٦,٤% تليها الموضوعات التي تهم المرأة في الترتيب الرابع بنسبة ٢٦,١% تليها كلا من الأخبار والتحليلات وموضوعات السيرة بنسبة ٢٣% تليها الحورات في الترتيب السادس بنسبة ١٨,٦% وجاءت الموضوعات الخاصة بالتنمية البشرية في الترتيب السابع بنسبة ١٨% وأخيراً جاءت الإستشارات في الترتيب الثامن بنسبة ٩,٩% وجاءت زيادة المعارف والمعلومات عن القضايا الدينية كهدف من أهداف الاستخدام للمواقع الإسلامية في الترتيب الأول بنسبة ٥٧,٨% يليها فهم ما يجرى من قضايا دينية في الترتيب الثاني بنسبة ٤١,٦% تليها تحديد موقف إيجابي أو سلبي تجاه القضايا الدينية في الترتيب الرابع بنسبة ١٩,٣% وجاءت شبكة الإنترنت في المرتبة الأولى كمصدر من مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الشباب الجامعي عينة الدراسة يليها التلفزيون في المرتبة الثانية يليها الراديو في الترتيب الثالث يليها المجالات في الترتيب الرابع وجاءت الصحف في المرتبة الخامسة والأخيرة، وجاء نسبة ٤٩,٤% من المبحوثين عينة الدراسة يتقون في المعلومات التي يحصلون عليها من المواقع الإسلامية بدرجة كبيرة تليها نسبة ٣٥,٧% يتقون بدرجة متوسطة وأخيراً نسبة ١٤,٩% يتقون بدرجة قليلة. (مريم رخا، ٢٠١٥)

٢٤ المحور الثاني: الدراسات التي تناولت القيم الأخلاقية بمواقع الشبكات الاجتماعية.

١. دراسة رباب رأفت محمد الجمال (٢٠١٣) بعنوان أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على حدود وطبيعة تأثير المواقع الاجتماعية على النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي سعياً لتقييم ذلك التأثير وتحديد الطرح المستقبلي لدور أدوات الإتصال الجديدة خلال الفترة القادمة وطبقت الدراسة على عينة من الشباب السعودي قوامها ٦٠٠ مفردة وذلك باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت بانتظام حيث بلغت النسبة ٨٦,٣٣% ولا شك أنها بذلك استطاعت أن تخلق مجالاً عاماً أحدث تأثيراً على النسق القيمي لشباب السعودي، وإرتفاع معدل استخدام الشباب لشبكة الإنترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة ١٠٠% أنهم يستخدمون الإنترنت، وتبين أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية. (رباب الجمال، ٢٠١٣)
٢. دراسة خالد صالح، ياسين، سعد غالب (٢٠١٢) بعنوان تأثير القيم الثقافية العربية في شبكات التواصل الاجتماعي على الفيسبوك. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير القيم الثقافية على الدوافع والمواقف تجاه مواقع الشبكات الاجتماعية في العالم العربي وطبقت الدراسة على عينة من أعضاء الفيسبوك وذلك باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود تفاوت في التأثير الثقافي على الدوافع والمواقف لدى المستخدمين لمواقع الشبكات الاجتماعية في الوقت الذي يسعى الشباب العربي للتححرر من كل القيود، ووجد أيضاً تأثيراً للقيم الثقافية على دوافع ومواقف الشباب العربي المستخدم لمواقع الشبكات الاجتماعية وخاصة الفيسبوك. (صالح، ياسين، غالب، ٢٠١٢)
٣. دراسة تايلور، لورا (٢٠٠٩) بعنوان علماء النفس: المخاوف الأخلاقية بشأن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة استخدام طلاب الدراسات الأولية لمواقع الشبكات الاجتماعية وطرح أسئلة حول تنظيم الأنشطة عبر الإنترنت والتفاعلات والعلاقات السريرية التي نشأت نتيجة

ممتلة لجامعات الوجه القبلي ١٠٠ مفردة).

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعنى بدراسة وقائع الأحداث وتفسير البيانات وتحليلها وإستخلاص النتائج منها والوصول إلى إستنتاجات معينة حيث تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي للصفحات الدينية ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته بمعدل أو مستوى الإلتزام بالقيم الأخلاقية لديهم وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي في شقيه التحليلي والميداني.

#### مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي المتمثل في أربع جامعات مصرية وهي جامعة القاهرة، وجامعة المنصورة، وجامعة الأزهر، وجامعة جنوب الوادي، وكذلك الصفحات الدينية الموجودة ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية والمتمثلة في الصفحات (صفحة الشيخ متولى الشعراوي- صفحة وذكر- صفحة الشيخ والداعية الشاب مصطفى حسني- صفحة دار الإفتاء المصرية).

#### حدود الدراسة:

١ حدود موضوعية: تقتصر الدراسة الحالية على استخدام الشباب الجامعي للصفحات الدينية ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم.

٢ حدود زمنية: وهي دراسة الصفحات الدينية بموقع الفيسبوك كأحد مواقع الشبكات الإجتماعية لمدة ١٥ يوما كاملا أى نصف دورة شهرية.

٣ حدود مكانية: وتتمثل في محافظات القاهرة، قنا، الدقهلية.

٤ حدود بشرية: وتتمثل في الشباب الجامعي بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة ممثلة في جامعة القاهرة، وجنوب الوادي، والمنصورة، والأزهر.

#### أدوات الدراسة:

تمثلت أدوات الدراسة في شقين الشق الأول متمثل في صحيفة الإستقصاء أو إستمارة الإستبيان التي يستخدمها الباحث في الحصول على البيانات وجمعها وذلك باعتبارها أداة بحثية مناسبة لجمع البيانات من مفردات عينة الدراسة كما أنها من أكثر الأدوات البحثية استخداما وشيوعا. أما الشق الثاني متمثل في إستمارة تحليل المضمون والتي تستخدم في تحليل عينة من الصفحات الدينية الموجودة على موقع الفيسبوك كأحد مواقع الشبكات الإجتماعية.

#### إجراءات الصدق والثبات:

ولكي يطمئن الباحث على عدم تسرب الخطأ في أى مرحلة من مراحل الدراسة، أخذ الباحث في الاعتبار مدى توافر الصدق والثبات في جميع مراحل الدراسة، وفيما يلي توضيح ذلك:

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

١. بالنسبة لثبات إستمارة الإستبيان: قام الباحث بتطبيق الإستمارة على عينة مصغرة من المراهقين، تمثل ١٠% من عينة الدراسة وتقدر ٤٠ مفردة من الذكور والإناث وذلك عن طريق المقابلة ثم قام بتطبيقها مرة أخرى بعد أسبوعين على نفس العينة، وذلك بتطبيق معامل هولستي:

$$\text{درجة الثبات} = \frac{2 \times 37 \times 2}{40 + 40} = \frac{148}{80} = 1.85$$

حيث:

ت = عدد حالات الإتفاق بين الباحثين = ٣٧ × ٢ (حالة إتفاق من إجمالي ٤٠).

ن = حجم العينة للباحث في التطبيق الأول = (٤٠ مفردة).

ن = حجم العينة للباحث في التطبيق الثاني = (٤٠ مفردة).

يشير معامل الثبات ٩٢,٥% إلى عدم وجود إختلاف كبير في إجابات

المبحوثين على صحيفة الإستبيان.

٢. بالنسبة لثبات إستمارة تحليل المضمون: بالنسبة للثبات فتم تحقيقه عن طريق

استخداما، مع مقارنتها بدوافع استخدام اشبكات التواصل الإجتماعية الأخرى، ومعرفة ترتيب اليوتيوب بين شبكات التواصل الإجتماعي الأخرى من حيث كثافة الإستخدام، وتقييم تفاعل الشباب المصرى مع موقع اليوتيوب من خلال رصد أهم الوظائف الإصالية المتاحة لمستخدميه، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من الشباب المصرى باستخدام منهج المسح وأداة الإستبيان وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها إرتفعت نسبة استخدام عينة الدراسة لمواقع الشبكات الإجتماعية وجاء موقع اليوتيوب فى المرتبة الثانية بعد موقع الفيسبوك، وجاءت دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب فى الهروب من المشكلات والترفيه وتوطيد علاقات وصدقات جديدة كدوافع طقوسية، وكذلك الحصول على المعلومات والمعرفة كدوافع نفعية، وجاءت الإشباعات العاطفية من أكثر الإشباعات التي تسعى عينة الدراسة إلى إشباعها. (توفيق الصانع، ٢٠١٥)

#### التعليق على الدراسات السابقة:

بالإطلاع على دراسات المحور الأول يتضح الأتي تناولت بعض الدراسات العلاقة بين تعرض المراهقين للصفحات الدينية وإكتساب المعلومات الدينية كما فى دراسة الشيماء محمد أحمد حسن طه (٢٠١٥)، كما تناولت بعض الدراسات التعرف على دور المواقع الإسلامية فى تشكيل إتجاهات الشباب نحو القضايا الدينية المعاصرة كما فى دراسة حردان هادى صايل (٢٠١٥)، ودراسة مريم يوسف محمد رخا (٢٠١٥).

أما دراسات المحور الثاني قد ركزت على تأثير استخدام الفيسبوك على سلوكيات الشخصية والقيم لدى المستخدمين وكذلك تأثير استخدام المواقع الإجتماعية على النسق القيمي الأخلاقي للشباب كما فى دراسة رباب الجمال (٢٠١٣) ودراسة خالد صالح وياسين وسعد غالب (٢٠١٢) ودراسة تايلور ولورا (٢٠٠٩).

أما دراسات المحور الثالث فقد إهتمت بمعرفة دور مواقع التواصل الإجتماعي فى تشكيل إتجاهات الشباب نحو بعض الأزمت كما فى دراسة هيام أنور أحمد ابوزيد (٢٠١٦)، وكذلك دوافع التعرض للمضامين المعروضة على مواقع التواصل وإستخدامات بعض المواقع كما فى دراسة نورهان محمد أحمد (٢٠١٦) ومحمد فتحى توفيق الصانع (٢٠١٥).

#### مدى الإستفادة من الدراسات السابقة:

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

#### الإجراءات المنهجية

##### عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة فى شقين الشق الأول يتمثل فى العينة التحليلية أو الموضوعية وهى ممتلة فى تحليل بعض الصفحات الدينية الموجودة ببعض مواقع الشبكات الإجتماعية وتم إختيار موقع القيس بوك كأحد هذه المواقع لدراسة هذه الصفحات وقد تم إختيارها وفقا لأعلى نسبة دخول أو تعرض أو لأعداد المتصفحين والمشاركين فى هذه الصفحات وسيتم تحليل صفحات (صفحة الشيخ متولى الشعراوي- صفحة الداعية مصطفى حسني Mustafa Hoseny- صفحة وذكر- صفحة دار الإفتاء المصرية) وذلك وفقا لترتيب موقع Social Bakers. أما الشق الثاني فيتمثل فى العينة البشرية ممثلة فى جمهور الشباب الجامعي المصرى والذى يتم عن طريق سحب عينة قوامها ٤٠٠ مفردة (٢٠٠ ذكور، ٢٠٠ إناث) والتي تقسم بالتساوى على الجامعات المصرية والتي تتراوح أعمار الشباب فيها من ١٨ إلى ٢١ سنة وهى تقسم كالتالى: (جامعة القاهرة ممثلة للجامعات الحكومية بالقاهرة ١٠٠ مفردة، جامعة المنصورة ممثلة للجامعات الحكومية الإقليمية ١٠٠ مفردة، جامعة الأزهر ممثلة للجامعات ذات الطابع الدينى ١٠٠ مفردة، جامعة جنوب الوادي بقنا

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- اختبار كاي Chi Square Test لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية Nominal
- تحليل التباين ذو البعد الواحد Oneway Analysis of Variance المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الباحثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة Interval Or Ratio
- اختبار T- Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من الباحثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة Interval Or Ratio
- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
- اختبار (z) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتي مؤبطين، وقد اعتبرت قيمة (Z) غير دالة إذا لم تصل ١,٩٦، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة ٩٥% فأكثر إذا بلغت ١,٩٦ وأقل من ٢,٥٨، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة ٩٩% فأكثر إذا بلغت ٢,٥٨ فأكثر.
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

#### نتائج الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية ودرجة التزامهم بالقيم الأخلاقية، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية ودرجة التزامهم بالقيم الأخلاقية وذلك كما يلي:
- جدول (١) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية ودرجة التزامهم بالقيم الأخلاقية

المتغيرات	درجة التزامهم بالقيم الأخلاقية		
	العدد	معامل الارتباط مستوى المعنوية	الدلالة
كثافة تعرض الشباب الجامعي للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية	٣٧٧	٠,٩٧٧	٠,٠٠١

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية ودرجة التزامهم بالقيم الأخلاقية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون ٠,٩٧٧، وهي قيمة دالة عند مستوى = ٠,٠٠١.

- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً للنوع (ذكور وإناث) ووفقاً لمحل الإقامة (ريف وحضر)، وتم استخدام اختبار T. Test لقياس الفروق بين متوسطات درجات الباحثين (ذكور وإناث) و(ريف وحضر) حول كثافة تعرضهم للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية.
- جدول (٢) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين (ذكور وإناث) و(ريف وحضر) حول كثافة تعرضهم للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية

المتغير	المتغير	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية	الذكور	١٩١	٠,٧٠	٠,٤٥٩	٢,٥٠٦	٠,٠١٣	٠,٠٥
	الإناث	١٨٦	٠,٨١	٠,٣٩٢			
	ريف	٢٤٥	٠,٧٣	٠,٤٤٢	١,٢٧٢	٠,٢٠٤	غير دالة
حضر	١٣١	٠,٧٩	٠,٤٠٦				

تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى وجود فروق بين متوسطات درجات الباحثين (ذكور وإناث) حول كثافة تعرضهم للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث بلغت قيمة (ت) ٢,٥٠٦، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٥. كما تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات الباحثين (ريف وحضر) حول كثافة تعرضهم للصفحات الدينية بمواقع الشبكات

القيام بإسلوب Test Re- Test حيث تم إجراء اختبار ثبات التحليل مع إثنين من الباحثين<sup>(١)</sup> على عينة قدرها ١٠% 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 ٠,٩١ على النحو التالي: وتم حساب معادلة هولستي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{t}{n_1 + n_2} = 0,91$$

حيث:

ت = عدد حالات الإتفاق بين المرزبين.  
 ن<sup>١</sup> = عدد الحالات التي رمزها المرز الأول.  
 ن<sup>٢</sup> = عدد الحالات التي رمزها المرز الثاني.

وبحساب المتوسط الحسابي بين هذه القيم يكون معامل الثبات = ٠,٩١.

وطبقاً لهذه المعادلة كانت قيم الثبات كما يلي:

ثبات الباحث مع نفسه = ٠,٩١.

ثبات أ مع ب = ٠,٩١.

ثبات أ مع ج = ٠,٩١.

ثبات ب مع ج = ٠,٩٢.

- الصدق: وللتأكد من توافر شرط الصدق في كل من استمارة الإستبيان واستمارة تحليل المضمون قام الباحث بالخطوات التالية:

١. بالنسبة لصدق استمارة الإستبيان: قام الباحث بإعدادها وعرضها على عدد من المتخصصين في الإعلام والطفولة وعلم الإجتماع ومناهج البحث، ثم إجراء التعديلات اللازمة إذا رأى المتخصصون ذلك، وتحديد النسبة العامة للاتفاق بينهم والتي تشير إلى مدى توافر الصدق في الاستمارة، كما يجرى الباحث اختبار مبدئي على مجموعة من عينة الدراسة للتأكد من وضوحها وسهولة الإجابة عليها.

٢. بالنسبة لصدق استمارة تحليل المضمون: قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والطفولة وعلم الإجتماع ومناهج البحث للحكم عليها وعلى مدى 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. (\*\*)

#### الأساليب الإحصائية:

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

الباحثان هما:

مدوح مكاي مدرس الصحافة الإذاعية، كلية الآداب، جامعة بني سويف.

عبيد العشري باحثة ماجستير بقسم الإعلام، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس. أسماء السادة المحكمين:

أ.د. عبدالعزيز السيد أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الإتصال جامعة جنوب الوادي سابقاً.

أ.د. عبدالله جاد أستاذ الصحة النفسية ورئيس قسم علم النفس كلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

أ.د. مصطفى الجزيري أستاذ الإعلام بكلية الآداب جامعة جنوب الوادي والأستاذ بكلية الإعلام وتكنولوجيا الإتصال جامعة جنوب الوادي.

أ.د. هالة كمال نوافل عميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الإتصال جامعة جنوب الوادي والأستاذ بكلية الآداب جامعة جنوب الوادي.

أ.د. أمينة شلبي وكيل كلية التربية النوعية لشؤون التعليم والطلاب السابق وعميد كلية السياحة والفنادق جامعة المنصورة.

د. أحمد حسين محمد حسين أستاذ المسرح المساعد ورئيس قسم الإعلام التربوي السابق كلية التربية النوعية جامعة المنصورة

والمستوى التعليمي للأب (أمي، وأقل من المتوسط، ومتوسط، وجامعي، وفوق الجامعي) والمستوى التعليمي للأم (أمي، وأقل من المتوسط، ومتوسط وجامعي، وفوق الجامعي).

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA لقياس الفروق بين متوسطات درجات الباحثين حول كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية.

جدول (٣) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين حول كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً للعمر	بين المجموعات	٠,١٠٣	١	٠,١٠٣	٠,٢٨١	٠,٥٩٦
	داخل المجموعات	١٣٧,٣٨٢	٣٧٥	٠,٣٦٦		
	المجموع	١٣٧,٤٨٥	٣٧٦			
كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً للجامعة	بين المجموعات	١,٢٣٩	١	١,٢٣٩	٦,٧٥٦	٠,٠١٠
	داخل المجموعات	٦٨,٧٥١	٣٧٥	٠,١٨٣		
	المجموع	٦٩,٩٨٩	٣٧٦			
كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً للدخل	بين المجموعات	٠,٨٩٥	١	٠,٨٩٥	١,٢٩٤	٠,٢٥٦
	داخل المجموعات	٢٥٩,٥٠٨	٣٧٥	٠,٦٩٢		
	المجموع	٢٦٠,٤٠٣	٣٧٦			
كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً لتعليم الوالد	بين المجموعات	٢,٢٢٩	١	٢,٢٢٩	٢,٩٠٩	٠,٠٨٩
	داخل المجموعات	٢٨٧,٣٢٠	٣٧٥	٠,٧٦٦		
	المجموع	٢٨٩,٥٤٩	٣٧٦			
كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً لتعليم الوالدة	بين المجموعات	٠,١٠٠	١	٠,١٠٠	٠,١٠٩	٠,٧٤٢
	داخل المجموعات	٣٤٢,٦١٧	٣٧٥	٠,٩١٤		
	المجموع	٣٤٢,٧١٦	٣٧٦			

الفرض الثالث: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول درجة إلتزام الباحثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً للنوع (ذكور واثاث) وفقاً لمحل الإقامة (ريف وحضر)، وتم استخدام اختبار T. Test لقياس الفروق بين متوسطات درجات الباحثين (ذكور واثاث) و(ريف وحضر) حول درجة إلتزام الباحثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية.

جدول (٤) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين (ذكور واثاث) و(ريف وحضر) حول درجة إلتزام الباحثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية

المتغير	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
درجة إلتزام الباحثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية	الذكور	١١٠,٢٦	٧٣,٦٩٩	٣,٢٧٨	٠,٠٠١	٠,٠١
	الإناث	١٨٦	١٣٣,٩١			
ريف	٢٤٥	١١٧,٦٣	٧٢,٤٤٥	١,٥٦٠	٠,١٢٠	غير دال
	حضر	١٣١	١٢٩,٦٠			

الإحصائية على إختلاف نوع التعليم (حكومي وأزهري وخاص) والسن (من ١٦- ١٨، ومن ١٨- ٢٠، ومن ٢٠- ٢٢) ومستوى دخل الأسرة (أقل من ١٠٠٠ جنيه، ومن ١٠٠٠ لأقل من ٣٠٠٠ جنيه، ومن ٣٠٠٠ لأقل من ٥٠٠٠ جنيه، وأكثر من ٥٠٠٠ جنيه) والمستوى التعليمي للأب (أمي، وأقل من المتوسط، ومتوسط، وجامعي، وفوق الجامعي) والمستوى التعليمي للأم (أمي، وأقل من المتوسط، ومتوسط، وجامعي، وفوق الجامعي)، وتم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA لقياس الفروق بين متوسطات درجات الباحثين حول درجة إلتزام الباحثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية.

الإحصائية، حيث بلغت قيمة (ت) ١,٢٧٢، وهي قيمة غيردالة إحصائياً. الفرض الثاني: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية على إختلاف نوع التعليم (حكومي وأزهري وخاص) والسن (من ١٦- ١٨، ومن ١٨- ٢٠، ومن ٢٠- ٢٢) ومستوى دخل الأسرة (أقل من ١٠٠٠ جنيه، ومن ١٠٠٠ لأقل من ٣٠٠٠ جنيه، ومن ٣٠٠٠ لأقل من ٥٠٠٠ جنيه، وأكثر من ٥٠٠٠ جنيه)

جدول (٣) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين حول كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية

تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات الباحثين حول كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث بلغت قيمة (ت) قيمة غير دالة إحصائياً، ما عدا بعد بين متوسطات درجات الباحثين حول كثافة تعرض الباحثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً للجامعة حيث بلغت قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٠٥.

جدول (٤) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين (ذكور واثاث) و(ريف وحضر) حول درجة إلتزام الباحثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية

تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى وجود فروق بين متوسطات درجات الباحثين (ذكور واثاث) حول درجة إلتزام الباحثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث بلغت قيمة (ت) ٣,٢٧٨، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١. كما تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات الباحثين (ريف وحضر) حول درجة إلتزام الباحثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث بلغت قيمة (ت) ١,٥٦٠ وهي قيمة غيردالة إحصائياً.

الفرض الثالث: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول درجة إلتزام الباحثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات

جدول (٥) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول درجة التزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
درجة التزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً للعمر	بين المجموعات	٢٠,٧٢١	٥٩	٠,٣٥١	٠,٩٥٣	٠,٥٧٥
	داخل المجموعات	١١٦,٧٦٤	٣١٧	٠,٣٦٨		
	المجموع	١٣٧,٤٨٥	٣٧٦			
درجة التزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً للجامعة	بين المجموعات	١٢,٢١٤	٥٩	٠,٢٠٧	١,١٣٦	٠,٢٤٥
	داخل المجموعات	٥٧,٧٧٦	٣١٧	٠,١٨٢		
	المجموع	٦٩,٩٨٩	٣٧٦			
درجة التزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً للدخل	بين المجموعات	٥٢,٢٩٩	٥٩	٠,٨٨٦	١,٣٥٠	٠,١٥٦
	داخل المجموعات	٢٠٨,١٠٥	٣١٧	٠,٦٥٦		
	المجموع	٢٦٠,٤٠٣	٣٧٦			
درجة التزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً لتعليم الوالد	بين المجموعات	٤٥,٠٦١	٥٩	٠,٧٦٤	٠,٩٩٠	٠,٥٠١
	داخل المجموعات	٢٤٤,٤٨٨	٣١٧	٠,٧٧١		
	المجموع	٢٨٩,٥٤٩	٣٧٦			
درجة التزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً لتعليم الوالدة	بين المجموعات	٥٥,٥٧٩	٥٩	٠,٩٤٢	١,٠٤٠	٠,٤٠٤
	داخل المجموعات	٢٨٧,١٣٧	٣١٧	٠,٩٠٦		
	المجموع	٣٤٢,٧١٦	٣٧٦			

المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع التي تحققها لهم" وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين بين دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع التي تحققها لهم وذلك كما يلي:

تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول درجة التزام المبحوثين عينة الدراسة بالقيم الأخلاقية التي تعكسها الصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث بلغت قيمة (ت) قيمة غير دالة إحصائياً.

٢ الفرض الرابع: "توجد علاقة ارتباطية دلالة إحصائية بين دوافع استخدام

جدول (٦) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين توجد علاقة ارتباطية دلالة إحصائية بين دوافع استخدام

المتغيرات	الدوافع النفعية	الدوافع الطقوسية	إشباع المحتوى التوجيبي	إشباع المحتوى الاجتماعية	إشباع الوسيلة التوجيبي	إشباع الوسيلة الاجتماعية
الدوافع النفعية	معامل الارتباط	**٠,٩٢٤	**٠,٩٦٣	**٠,٩١٣	**٠,٩٤٦	**٠,٩١١
	مستوى المعنوية	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
	العدد	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧
الدوافع الطقوسية	معامل الارتباط	**٠,٩٢٤	**٠,٩٢٣	**٠,٩٢٣	**٠,٩١٣	**٠,٩١٣
	مستوى المعنوية	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
	العدد	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧
إشباع المحتوى التوجيبي	معامل الارتباط	**٠,٩٢٣	**٠,٩٢٣	**٠,٩٢٥	**٠,٩٢٥	**٠,٩٢٥
	مستوى المعنوية	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
	العدد	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧
إشباع المحتوى الاجتماعية	معامل الارتباط	**٠,٩١٣	**٠,٩٢٣	**٠,٩٢٥	**٠,٩٢٥	**٠,٩٢٥
	مستوى المعنوية	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
	العدد	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧
إشباع الوسيلة التوجيبي	معامل الارتباط	**٠,٩٤٦	**٠,٩١٣	**٠,٩١٣	**٠,٩١٣	**٠,٩١٣
	مستوى المعنوية	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
	العدد	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧
إشباع الوسيلة الاجتماعية	معامل الارتباط	**٠,٩١١	**٠,٩١١	**٠,٩١١	**٠,٩١١	**٠,٩١١
	مستوى المعنوية	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
	العدد	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧	٣٧٧

٣. رباب رأفت محمد الجمال، "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الملك عبدالعزيز، كلية الإتصال والإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٣.

٤. مريم يوسف محمد رجا، "دور المواقع الإلكترونية الإسلامية في تشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا الدينية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٥.

٥. محمد فتحى توفيق الصائغ، "استخدامات الشباب المصرى لموقع اليوتيوب YouTube والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥.

٦. نورهان محمد أحمد، "دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدينية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع التي تحققها لهم، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩,٩%.

#### المراجع:

- الشيء محمد أحمد حسن طه، "تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية على الفيسبوك وعلاقته بإكسابهم المعلومات الدينية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٥.
- حردان هادى صايل، "دور المواقع الإسلامية الافتراضية في تشكيل إتجاهات الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا الدينية المعاصرة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٥.



- غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٦.
٧. هيام أنور أحمد ابوزيد، "دور مواقع التواصل لإجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٦.
٨. مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار- تقرير شهري- مجلس الوزراء- السنة الخامسة، العدد (٥٣) مايو ٢٠١١، ص ٣ نقلاً عن الشيماء محمد أحمد حسن طه (٢٠١٥).
9. 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
10. Taylor, Laura, "Psychologists, attitudes and ethical concerns regarding the use of social networking web sites", **Psy.D**, united statsgearge fox university, 2009.
11. [www.ebizmba.Com.articles.social.net.work](http://www.ebizmba.Com.articles.social.net.work).