دور صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب المصري

دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي

د/ ممدوح السيد شتلة(*)

مقدمة:

في عالم تسيطر عليه الصناعات الثقافيه والإعلامية الغربية بات من الضروري والحتمي على الأمة الإسلامية أن تفكر في استغلال الإعلام الجديد وخصوصاً الفيس بوك لنشر الوعي والقيم الدينية والثقافة الإسلامية بين شبابها ، وتعتبر مواقع التواصل الإجتماعي من أهم الوسائل التي يمكن توظيفها لخدمة تلك الأهداف التي تصبو إليها الأمة الإسلامية ؛ لدورها في تشكيل الوعي بصورة غير مباشرة ، وإكسابهم العادات والسلوكيات باعتبارها من الوسائل الهامة التي يلجأ إليها الشباب لإستقاء معلومات عن كافة القضايا، حتي أصبحت الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم ؛كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع ، وخاصة الشباب بإعتبارهم الأكثر تأثيرًا في أي مجتمع بما يمثلونه من طاقة وقابلية للتغيير والتطوير.

ويشكل الفضاء الافتراضي أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم، فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال، ساهم في ظهور نوع جديد من الإعلام، وهو الإعلام الإلكتروني الذي يعتبر ظاهرة إعلامية جديدة، وهو يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور، وبأقصر وقت ممكن، وأقل تكلفة [1].

(*) مدرس الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة كفرالشيخ.

ومع تنامي إعتماد الأفراد على الإنترنت وتطور المواقع تعددت الإستخدامات من التصفح للبريد الإلكتروني ثم المنتديات، وغرف الدردشة، والرسائل النصية والفورية، والمدونات حتي ظهرت المواقع الإجتماعية كمصطلح أُطلق على مجموعة المواقع الإلكترونية التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب (Web2.0)، وأتاحت التواصل مع مجتمع افتراضي، ولعل أشهرها موقع التواصل الإجتماعي فيس بوك Face Book، وأدى ذلك إلى أن وصلت نسبة مستخدمي الإنترنت من الشباب لأكثر من 42%؛ حيث وفرت للمستخدمين بنية تفاعلية افتراضية Vitual Interactive Environment إحتلت مساحة واضحة من وقت وفكر واهتمام ووجدان وعقول الشباب، وخاصة بعد نجاحها في جذب واستقطاب العديد من الفئات العمرية دونما إعتبار للفوارق الجغرافيه والدينية والعرقية والجنسية والسياسية والاقتصادية؛ ليمتزج الاتصال الذاتي والشخصي والجمعي والجماهيرى في بيئة واحدة أعادت معها تشكيل الحياة الإجتماعية والاتصالية للفرد، وساهمت في التأثير على منظومة القيم والأخلاق التي تكون سلوك الأفراد (2).

ويعتبر موقع التواصل الإجتماعي فيس بوك Face Book أكثر المواقع الإجتماعية تصفحًا على شبكة الإنترنت، فبناءً على إحصائيات موقع (Statistic Brain) نجح فيس بوك Face Book في 14 أبريل 2015 في أن يستحوذ على أكثر من (104) بلايين مستخدم حول العالم بمعدل اشتراك بلغ أكثر من (330) ألف مستخدم جديد يوميًّا يتواصلون معًا عبرصفحة شخصية خاصة بكل منهم، أكثرهم من الشباب، وذلك وفق آخر إحصائية يصدرها موقع "إحصائيات الإنترنت العالمية" (3).

ولقد تعددت الوسائل الدعوية في العصر الحالى، فلم يعد المسجد فقط أو الشريط الإسلامي أو الكتب المطبوعة هي الوسيلة الدعوية للدعاة إلى الله- مع التأكيد على عدم التقليل من شأن ما مضى وأهميته الدعوية- بل تطورت الوسائل، وتعددت في زمن العالم المفتوح ومواقع التواصل الإجتماعي.

ويلاحظ أن مواقع التواصل الإجتماعي، وبخاصة فيس بوك، استحوذت على عقول كثير من الناس في مصر، وبخاصة الشباب منهم؛ مما يجعلنا نؤكد على ضرورة التوجه صوب هذه الوسيلة لإغتنامها في الدعوة الإسلامية، من خلال دعوة الشباب المصري والعربي للتمسك بدينه، وعدم الولوج في بحر الظلمات المليء بموبقات التواصل مع الآخرين، وهي لا تخفى على أحد، بل أكدتها الدراسات العلمية العربية، حيث أكدت دراسة أن الفيس بوك قد يتعارض مع الثقافة والقيم والمبادئ السائدة في مجتمعاتهم، ومع ذلك فهم لايمكنهم الاستغناء عن متابعته [4].

ويُعد موقع الفيس بوك أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها؛ إذ يدخل عليه حوالى 104 بلايين مستخدم على مستوى العالم، مما يؤكد أهميته ورواجه الواقعي وتفاعل أعضائه في أي شيء، ومن خلاله يتم التواصل مع أي إنسان في أي مكان، وفي أي زمان؛ ومن هنا فقد إنتبه إليه دعاة كثيرون، وتم عمل صفحات شخصية لهم لمخاطبة جماهيرهم من الشباب، ونشر الدين والدعوة داخل مصر والعالم العربي وخارجه، وتُعد مصر الأولى في الشرق الأوسط إستخدامًا للفيس بوك، حيث يضم موقعها(2.4) مليون زائر يوميًّا معظمهم من الشباب بنهاية يوليو 2015 [5].

وفي خضم هذه الثورة التكنولوجية، في مجال التواصل الإفتراضي على مواقع التواصل الإجتماعي، ومشاركة الشباب بفاعلية فيها وخصوصًا من خلال موقع التواصل الإجتماعي فيس بوك Face Book، وجدت تلك الإيجابيات التي تتمثل في التعرف إلى الآخرين والتواصل معهم، ومعرفة آرائهم الفكرية والسياسية، وكذلك إبداء الآراء بكل حرية ودون قيود، ونشر الدعوة الإسلامية بكثير من الطرق المبدعة، والتعريف بالإسلام ومنهجه الحنيف، والتمسك بالقيم الإسلامية الوسطية، ونشر المقاطع المرئية والمسموعة، وكذلك الصور التي تعضد هذا التعريف وتناصره[6].

ومع كل هذه التطورات المتلاحقة، وبخاصة ما يتعلق بالتقنيات الحديثة مثل شبكة الإنترنت التي أحدثت نقلة غير تقليدية في عالم الإتصال والتواصل بوسائله المختلفة مثل الصحف والمواقع والإذاعات الإلكترونية المسموعة والمرئية، والمدونات، ومواقع الدردشة، والمنتديات، والبريد الإلكتروني، والمجموعات، ومواقع التواصل الإجتماعي المختلفة، وفي مقدمتها الفيس بوك فإن الدعوة الإسلامية أحوج ما يكون إلى إستخدام هذه الوسائل بفاعلية لشرح مبادئ وقيم الإسلام، ومواقفه من القضايا المطروحة على الساحة في مختلف المجالات الدينية، والسياسية، والاقتصادية، والأخلاقية، وتعزيز القيم الدينية الإسلامية الوسطية لدى الشباب.

المبحث الأول:

الإطار المنهجي والإجرائي والنظري للدراسة :

يتناول هذا المبحث الإطار المنهجي للدراسة متمثلاً في أهميتها ، ثم مراجعة التراث العلمي المتعلق بهذه الدراسة ، ويتناول بعد ذلك إشكالية الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها وفروضها ، وبعد ذلك يعرض للإجراءات المنهجية المتعلقة بالدراسة ممثلة في نوع الدراسة ومنهجها وعينتها وتوصيف هذه العينة توصيفاً دقيقاً، ثم أداة جمع البيانات ومعاملاتها الإحصائية ومفاهيمها الإجرائية ، واخيراً النظرية المستخدمة في الدراسة .

أهمية الدراسة:

إن لكل دراسة علمية أهميتها التي تحث الباحث على إجرائها، وتنبع أهميتها من عدة نقاط أساسية وهي :ـــــ

1- يأتي هذا البحث كمحاولة لبناء رؤية واقعية حول مستقبل نشر القيم الدينية والثقافة الإسلامية والوعي الديني عبر موقع الفيس بوك بين الشباب بإعتباره ساحة

جديدة يُمكن للعلماء والمختصين والمهتمين بالفكر الإسلامي أن يسخروه لنشر هذا الفكر للعالم أجمع.

2 - يكتسب البحث أهميتة أيضا في ظل التزايد الكبير والمستمر للصفحات الدعوية الدينية على موقع التواصل الإجتماعي فيس بوك وجماهير المستخدمين لها ، وتعدد إهتماماتهم الأمر الذي بات ظاهرة تستدعي الدراسة والبحث .

3 - تزايد دعوات تجديد الخطاب الديني والوعي الديني ، إذ أصبحت من أهم النقاشات المطروحة على المستويات الوطنية والإقليمية وحتي الدولية ، خاصة في ظل التحديات الراهنة التي تواجة الأمة الإسلامية من ظهور جماعات إرهابية تتخذ من الإسلام شعارا لها ، وتسعى إلى تجنيد الشباب في صفوفها .

4 - محاولة وضع تصور إعلامي وإتصالى يضمن التعامل الإيجابي بين الشاب ودينه،إنطلاقا من طرق إستخدامة للفيس بوك ومحاولة الإرتقاء بالعلاقات الإنسانية خلال التفاعل الطبيعي والتلقائي مع الأديان الآخرى في المجتمع.

مراجعة الدراسات السابقة:

قام الباحث باستعراض للدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة من خلال التعرض للدراسات التي تناولت موقع الفيس بوك وعلاقته بالشباب، بالإضافة إلى الدراسات التي تناولت شبكات التواصل الإجتماعي والقيم لدى الشباب ، ثم الدراسات التي تناولت كيفيه توظيف مدخل الإستخدامات والإشباعات في الدراسات الخاصة بالتعرض لشبكات التواصل الإجتماعي على شبكة الإنترنت، وذلك على النحوالتالي:

أولاً: دراسات تناولت موقع الفيس بوك وعلاقته بالشباب:

1- دراسة على ليلة (2009): وتدور الدراسة حول تأثير الفيس بوك على الثقافة السياسية والإجتماعية للشباب، وسعت الدراسة إلى فهم السلوكيات الإجتماعية التي انطلقت من الفيس بوك للتأثير في الواقع الإجتماعي، وانتهت الدراسة إلى أن ثقافة الترفيه على صفحات الفيس بوك تحتل مركزًا متقدمًا في دوافع التعرض، وأن الحوارات ليست جادة دائمًا، وأن الشباب يسعي لتطوير هوية افتراضية جديدة على الفيس بوك أدت إلى تحرك المجموعات الشبابية المشاركة في الفيس بوك من موقع المتلقي إلى موقع المشارك(7) .

2- دراسة ميك وولينز (2009): وهي بعنوان الفيس بوك والاندماج الاجتماعي والتعليم غير الرسمي في الجامعة، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الفيس بوك في عملية الاندماج الإجتماعي والتعليم غير الرسمي في الجامعة، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الطلاب الجدد بالجامعة وجدوا أن الفيس بوك كان جزءًا من الرابط الاجتماعي الذي ساعدهم على الاستقرار في الحياة الجامعية، كما توصلت الدراسة إلى أن الطلاب يعتقدون أن الفيس بوك يستخدم أكثر لأسباب إجتماعية، وليس لأغراض تعليمية، على الرغم من أنه أحيانًا كان يستخدم بصورة غير رسمية لأغراض التعليم(8).

3- دراسة نرمين زكريا خضر (2009): حول الآثار النفسية والإجتماعية لإستخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية تطبيقًا على مستخدمي موقع فيس بوك، وهدفت الدراسة للتعرف على دوافع إستخدام الشباب لموقع الفيس بوك والأنشطة التي يمارسونها في هذا الموقع، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن ومنهج المسح الإجتماعي، وأداة الاستبيان لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك من الشباب الجامعي في جامعة القاهرة والجامعة البريطانية، وتوصلت

الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: التأكيد على الآثار السلبية التي تنعكس على سلوك الأفراد، والتي تتمثل أهمها في ضعف التفاعل الإجتماعي، والميل إلى العزلة الاجتماعية، وتضاؤل المشاركة في الأنشطة الإجتماعية، كما توصلت الدراسة إلى دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع إستخدام طلاب الجامعة لموقع الفيس بوك، وتوصلت كذلك إلى إتفاق مجموعة طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية (من الجنسين) على أن التفاعل الإجتماعي بين الأشخاص عبر موقع الفيس بوك يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية، والتعامل مع الآخرين، ومن أهم مزايا الفيس بوك التواصل مع الاصدقاء، ومواكبة ما يجري من أحداث، والوقوف على مزاج الأصدقاء، وتجديد العلاقات بأصدقاء الماضي، وإبداء الرأي الحر[9].

4- **دراسة جازين وكوكا (2011):** بعنوان الفروق بين الجنسين في إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي، هدفت الدراسة للتعرف إلى الفروق في إستخدام الجنسين للشبكة الإجتماعية الفيس بوك، واتبع الباحثان المنهج الوصفي لإجراء الدراسة، وإستخدما الإستبانة كأداة لجمع البيانات، وبلغ حجم العينة 870 طالبًا وطالبة من مستخدمي الفيس بوك في مرحلة الشباب، وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد إختلاف واضح في الأهداف من إستخدام الفيس بوك بين الذكور والإناث، حيث إن إستخدام الفيس بوك لإيجاد علاقات اجتماعية جديدة كان لصالح الطلاب، بينما كان إستخدام الفيس بوك للأغراض الأكاديمية لصالح الطالبات[10].

5- **دراسة لمب وآخرون (2011):** بعنوان إستخدام الشباب للفيس بوك لتنظيم التعاون في النشاطات الدراسية الفصلية، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن الكيفيه التي يستخدم بها طلبة البكالوريوس للشبكة الاجتماعية الفيس بوك كبيئة تواصل أكاديمية غير رسمية، وقد تم إستخدام المنهج الوصفي لإجراء الدراسة، وقام الباحثون بتصميم استمارتي إستبيان كأداتين لجمع البيانات، وكان حجم العينة التي طبق عليها الاستبيان

الأول 302 مفردة، وحجم العينة التي طبق عيها الاستبيان الثاني 214 مفردة من طلبة جامعة ميتشيجان في الولايات المتحدة الامريكية، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلبة يستخدمون الفيس بوك بدوافع مختلفة، منها إستخدام الفيس بوك للتواصل فيما بينهم، والتعاون في إنجاز الأعمال المشتركة، كما أنهم يستخدمون الفيس بوك للتواصل مع مُعلميهم وتسليم الأعمال، وإستلام التعليقات المختلفة(11).

6- دراسة بادج وآخرون (2012): هدفت هذه الدراسة إلى تفعيل إستخدام الفيس بوك وتويتر كوسيلة أو معيار لتحديد مدى ارتباط الطلبة بالعملية التعليمية؛ حيث اتبع الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، فقاموا بجمع بيانات التواصل بين الطلبة ومعلميهم إلكترونيًّا، وتكونت عينة الدراسة من 250طالبًا من طلبة جامعة لايسيستر(Leicester) في المملكة المتحدة، وأسفرت النتائج عن أن بعض الطلبة الأكثر ارتباطًا بالعملية التعليمية يسهلون بناء الشبكة، وخاصة في إشراك زملائهم، وأن الفيس بوك كان له الأثر الأكبر في الربط بين الطلاب داخل الجامعة(12).

7- دراسة علاء أحمد الدحدوح (2012): بعنوان تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية Face book في الجامعات الفلسطينية، سعت الدراسة إلى اقتراح تصور لتوظيف الشبكة الاجتماعية الفيس بوك في الجامعات الفلسطينية؛ لذا قام الباحث بدراسة واقع إستخدام الطلبة للشبكة الاجتماعية الفيس بوك، إستخدم المنهج الوصفي التحليلي، كما إستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وكانت العينة مكونة من 330 طالبًا وطالبة من كافة الجامعات الفلسطينية، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب بالجامعات الفلسطينية يستخدمون شبكة الفيس بوك للأغراض التعليمية بنسبة كبيرة جدًا(13).

8- دراسة لوسيا فيسنك (2012): بعنوان المشاركة السياسية والويب 2.0 في أوربا دراسة حالة على الفيس بوك، وتهدف الدراسة إلى الحصول على نمُوذج للمشاركة

السياسية على مواقع الشبكات الاجتماعية في أوربا مع التركيز على السياسة الأوربية، وعلى إستخدام الفيس بوك في الاتصال السياسي بين الشباب على المستوى الأوربي، وإستخدمت الباحثة لهذه الدراسة إستطلاع رأي، وكان حجم العينة 361 من المشاركين من دول الاتحاد الأوربي ممن يستخدمون الفيس بوك، وتتراوح أعمارهم من 18سنة فما فوق، وتتمثل أهم النتائج في أن الفيس بوك يساعد على وصول الحملة للأفراد محل العينة، وساعد في وصول المعلومات المراد إيصالها، وأن الفيس بوك كان له أثر بالغ في التأثير في الثقافات السياسية(14).

9- دراسة ميربديث وآخرون (2012): بعنوان الفيس بوك والمشاركة السياسية لدى الشباب- دراسة حول عضوية مجموعة سياسية عبر الإنترنت والمشاركة السياسية الفعلية، وتهدف الدراسة إلى تحليل صفحات جماعة سياسية عبر الفيس بوك مكونة من 400 طالب لتقييم العلاقة بين عضوية الجماعة السياسية عبر المواقع السياسية، والمشاركة السياسية، ومقياس المشاركة السياسية من خلال المعرفة السياسية والمشاركة السياسية المحيطة، وقد توصلت الدراسة إلى أن الفيس بوك وغيره من مواقع التواصل الإجتماعي خلق وسائل لسد الهوة بين المستخدمين من خلال التفاعلية، وتأثيرها على السياسة، كذلك أظهرت النتائج أن الفيس بوك ساعد الطلاب على اكتساب المعارف السياسية المختلفة(15).

ثانيًا: الدراسات التي تناولت شبكات التواصل الإجتماعي والقيم لدى الشباب :

1- دراسة أميمة عمران (2007): بعنوان التعرض للمواقع الدينية بالإنترنت وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن أولويات القيم الدينية والأخلاقية والإجتماعية لدى المبحوثين، ومدى إرتباطها بالتعرض للمواقع الدينية، وتمثلت عينة الدراسة في 200 مفردة من طلاب الجامعة، وأشارات نتائج الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائيًا بين تعرض المبحوثين للمواقع الدينية

الإسلامية، وبين تفضيلهم لبعض القيم الاقتصادية، بينما لا توجد علاقة دالة إحصائيًا بين معدل تعرضهم لهذه المواقع وبين تفضيلهم للقيم الدينية والأخلاقية والإجتماعية، حيث تلعب مؤسسات التنشئة الإجتماعية الآخرى كالأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام الدور الأكبر في هذا المجال(16).

2- دراسة سامية زكي (2008): وتناولت إستخدام الشبكات الإجتماعية عبر الإنترنت وآثارها الإجتماعية والثقافيه والقيمية والعلمية والاقتصادية على الشباب، بهدف الوصول إلى أهم الآثار الإيجابية والسلبية التي أحدثتها شبكة الإنترنت على الشباب، وإنتهت الدراسة إلى أن الفئة العمرية من (21-27) سنة هي أكثر الفئات إستخدامًا للإنترنت، وأن تأثير إستخدام الشبكة العنكبوتية أدى إلى تبني الشباب لأنماط ثقافيه مغايرة لقيم المجتمع وأنماط سلوكية شاذة، وإلى إهمال القيم الأصيلة للمجتمع(17).

3ـــ دراسة تيفني بمبك وآخرون (2009): بعنوان خبرات طلبة الكليات بمواقع التواصل الإجتماعي دراسة على الفيس بوك، وطبقت الدراسة على عينة من الشباب الأمريكي قوامها (92) شابًا جامعيًا، وتم وضع مقياس لمدة أسبوع لتحديد إستخدام الوقت يوميًّا، وملء قائمة مرجعية لتقييم الأنشطة المقدمة عبر مواقع التواصل الإجتماعي الفيس بوك، وانتهت النتائج إلى أن الطلاب يستخدمون الفيس بوك ما يقرب من30 دقيقة على مدار اليوم كجزء من روتين حياتهم اليومية، وأن له العديد من التأثيرات السلبية على منظومة القيم الإجتماعية(18).

4- دراسة محمد سعد الدين محمد (2009): بعنوان دور شبكة الإنترنت في إكساب الشباب بعض السلوكيات السلبية التي تتعارض مع القيم الأسرية، وأجرى الباحث دراسة تحليلية وميدانية إعتمدت على تحليل المواقع الاجتماعية التي يتعرض لها الشباب على شبكة الإنترنت وغرف الدردشة، وأكدت نتائج الدراسة تأثير المواقع

الإجتماعية في اكتساب الشباب بعض القيم الاستهلاكية، وإضعاف التفاعل الإجتماعي والعزلة عن بقية أفراد الأسرة والبعد عن القيم الأسرية التي يطلق عليها السلوكيات السلبية الناجمة عن استخدام الشباب للإنترنت(19).

5- دراسة وليد رشاد.(2009): حول المجتمع الإفتراضي عبرالشبكات الإجتماعية ودورها في أزمة منظومة قيم الأسرة المصرية، وهدفت الدراسة للتعرف إلى تأثير التفاعلات الإفتراضية التي تتم في محيط الفضاء الرمزي على منظومة القيم الأسرية لدى المتفاعلين بالتركيز على قيمة الطاعة والحوار والتعاون، وانتهت النتائج إلى أن متغير تكوين الصداقات احتل المرتبة الأولى في دوافع الإستخدام، كما أكدت النتائج أن اللغة في التجمعات الإفتراضية تعتمد على استخدام ألفاظ مختزلة بدرجة كبيرة(20).

6- دراسة فليب باين (2010): حول تأثير العولمة الإلكترونية، وطرحت مفهوم التحدي الأخلاقي وتغيير مفاهيم القيم والأخلاق في البيئة الإلكترونية، خاصة على فئة الشباب، وإنتهت النتائج إلى أن تأثير الشبكات الإجتماعية قد إمتد لتبني الشباب قيمًا ثقافيه سلبية تتعارض مع قيم المجتمع وسلوكياته(21).

7- دراسة موريس وريان. (2010): حول النسبية والقيم والأخلاق، وسعت الدراسة لقياس تأثير التواصل الإلكتروني على بناء القيم تطبيقًا على عينة من الشباب الجامعي، وإستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي ، والاستبانة كأداة لجمع البيانات، وانتهت الدراسة إلى التاكيد على دور المؤسسات التعلمية في تعزيز القيم والأخلاق عبر العملية التعليمية، وطالبت بالتصدي لخطورة تأثير التواصل الإلكتروني على القيم والأخلاق من خلال المناهج التعليمية(22).

8- دراسة ويلي وسايسون (2010): وتناولت الدراسة تأثير مواقع الشبكات الإجتماعية (الفيس بوك) على الشباب الأمريكي ودوره الافتراضي في الأخلاق لديهم، وكان من أهم نتائج الدراسة أن التواصل عبر الشبكات قد أصبح أداة لقضاء

الوقت، وجزءًا من الأنشطة اليومية لمعظم البالغين في الولايات المتحدة، وأفاد طلاب الجامعات الامريكية باستخدام الفيس بوك في المتوسط من10 إلى30 دقيقة يوميًّا[23].

9 - دراسة بار تيرة (2012): حول الآثار المترتبة على تقنيات الشبكات الاجتماعية، تطبيقًا على الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك، ماي سبيس، تويتر، ويوتيوب) وصولًا إلى تقنيات ظهور معايير الويب 2.0 دعم (تفاعلات المستخدم)، وانتهت الدراسة إلى أن تأثير هذه الشبكات إمتد ليشمل الخصوصية، الهوية والمجتمع، الصداقة والفضيلة[24].

10- دراسة ستيفن مانتز (2012): حول أخلاقيات التواصل الإلكتروني عبرالشبكات الاجتماعية وتأثيراته، وتوصلت الدراسة إلى أن صيغة مفهوم السلوك الأخلاقي تتضمن أبعادًا تتصل بالأمانة؛ لذلك يجب على المعنيين بدراسة تأثير التواصل عبر الشبكات الاجتماعية ضرورة وضع مجموعة من المبادئ التوجيهية المنظمة للتواصل؛ وذلك تجنبًا لحدوث المشاكل الأخلاقية[25].

11- دراسة رباب رأفت محمد الجمال (2014): هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل طبيعة تأثير المواقع الاجتماعية على النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، وسعت الدراسة للكشف عن أسلوب تعامل الشباب السعودي مع الواقع الافتراضي لتلك الشبكات، وبالتطبيق على عينة قوامها 600 مفردة من الشباب الجامعي، باستخدام نظرية المجال العام ومدخل التلقي، وتوصلت الدراسة إلى أنه كلما زاد إستخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي زادت التأثيرات المعرفيه والوجدانية والسلوكية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تخلق مجالًا عامًا أحدث للشباب تأثيراً على النسق القيمي الأخلاقي لديهم[26].

ثالثًا: الدراسات التي تناولت كيفيه توظيف مدخل الإستخدامات والإشباعات في الدراسات الخاصة بالتعرض لشبكات التواصل الإجتماعي على شبكة الإنترنت :

1- دراسة باديس لونيس (2008): بعنوان جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت- دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة، هدفت الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط إستخدام الطلبة الجزائريين للإنترنت، والكشف عن الإشباعات التي تتحقق للطلبة من خلال إستخدام الإنترنت، وإستخدمت الدراسة منهج المسح الميداني بالعينة، كما إستخدمت الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وتكونت عينة الدراسة من (82) مفردة من طلاب جامعة منتوري من الجنسين، وكان من أهم نتائج الدراسة، يستخدم أغلبية جمهور الطلبة الجزائريين الإنترنت بشكل غير منتظم، كما تتم معظم إستخدامات الطلبة للإنترنت في الفترة المسائية ثم الفترة الليلية، وتتمثل أكثر الإشباعات التي تتحقق للطلبة في الإشباعات المعرفيه، ثم الإعلامية، وأخيرًا الإشباعات الدينية[27].

2- دراسة جون راك وجينفر بوندز (2008): بعنوان إستخدام طلاب الجامعات لموقعي ماي سبيس والفيس بوك والإشباعات المتحققة منهما، هدفت الدراسة إلى معرفة الإستخدامات التي تتحقق لطلاب الجامعة من إستخدام موقعي ماي سبيس والفيس بوك، والإشباعات المتحققة منهما، إستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، وإعتمدت على اداة الإستبيان كأداة لجمع البيانات من طلاب الجامعات الذين يتعاملون مع موقعي ماي سبيس والفيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها أن أكثر الإشباعات التي تنتج عن إستخدام هذه الشبكات هي التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الأصدقاء، وكذلك تلبية الإحتياجات الاجتماعية والاتصالية لطلاب الجامعات[28].

3- دراسة رفعت عارف محمد عثمان الضبع (2009): بعنوان إستخدام المراهقين بالعالم العربي للفيس بوك والإشباعات المتحققة لهم، هدفت الدراسة إلى معرفة حجم قراءة المراهقين للفيس بوك، والدخول عليه بالعالم العربي، ومعرفة مدى إستخدامهم للفيس بوك، والإشباعات المتحققة لديهم، ومعرفة دوافعهم للاستخدام ورصد مميزات

وعيوب الفيس بوك من وجهة نظر المراهقين، وتمثلت أهم نتائج الدراسة في أنها أثبتت أن 80% من حجم العينة تستخدم الفيس بوك، فيما بلغت نسبة 51 % من العينة تستخدم الفيس بوك من سنتين إلى ثلاث سنوات، فيما يستخدمه من سنة فأقل بنسبة 26 %، وجاءت نتيجة من يدخل الفيس بوك كل يوم بنسبة 75 %، في حين جاءت فئة من 4- 6 أيام في الأسبوع بنسبة 51%، فيما جاءت فئة مرة كل أسبوع بنسبة 7 %، كذلك أكدت نتائج الدراسة أن نسبة 66% من عينة الدراسة تستخدم الفيس بوك أكثر من خمس ساعات يوميًّا، فيما بلغت فئة ساعة إلى أقل من خمس ساعات يوميًّا نسبة 8%، وأثبتت الدراسة أن نسبة 26 % من العينة يدفعها متابعة الأخبار، ومعرفة كل جديد، فيما حل الالتقاء بالأصدقاء بنسبة 11 %، أما فيما يخص تفضيل الموضوعات في الفيس بوك أكدت الدراسة أن الموضوعات الترفيهية جاءت بنسبة 55 %، فيما حل ثانيًا الموضوعات العلمية بنسبة 30 % من حجم العينة[29].

4- دراسة عزة عبدالعزيز عثمان (2009): بعنوان العوامل المؤثرة على إستخدامات الفتيات في السعودية ومصر للإنترنت، هدفت الدراسة للوصول إلى هدف رئيسي، وهو تحديد العوامل المؤثرة على تعرض الفتاة المصرية والسعودية للإنترنت والإشباعات التي تحققها من إستخدامها للإنترنت، وذلك في سياق إجتماعي يعكس أهم العوامل المؤثرة في نوعية هذا الإستخدام، وقد إعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، وعلى أداة الإستبيان لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من 200 مبحوثة من المملكة العربية السعودية جامعة الملك سعود، و200 مبحوثة من مصر جامعة القاهرة من الكليات النظرية والعلمية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها إتفاق الفتيات المصريات والسعوديات في أسباب تفضيلهن لمواقع الإنترنت؛ حيث إحتل التفضيل الشخصي الترتيب الأول لدى الطرفين بنسبة 26% عند المصريات، و26 % عند السعوديات، تلاه السبب الخاص بالتواصل مع الآخرين بنسبة 18.7% للمصريات، و17.7% للسعوديات، تتعد الآثار التي يتركها الإنترنت

من وجهة نظر عينة الدراسة، منها آثار قيمية، وآخرى فكرية، وآخرى شكلية، ثم إجتماعية، وسلوكية(30).

5- دراسة يورستا وآخرون (2009): بعنوان تفسير إستخدام الشباب لموقعي فيس بوك Face book وماي سبيس My Space في إطار مدخل الإستخدامات والإشباعات، هدفت الدراسة إلى الكشف عن أسباب ودوافع إستخدام طلاب الجامعة لموقعي فيس بوك وماي سبيس، وقد أجريت مجموعات النقاش المستهدفة على عينة قوامها (50) طالبًا، وكان من أهم نتائج الدراسة أن الشباب يستخدم موقعي الفيس بوك وماي سبيس بدافع التواصل مع الأحداث الاجتماعية للأصدقاء بسهولة ويسر (31).

6- دراسة جارح بن فارس العتيبي (2011): بعنوان إستخدامات طلاب وطالبات الجامعة السعودية شبكة الفيس بوك Face book، هدفت الدراسة للتعرف إلى مدى إستخدام طلاب الجامعات السعودية للفيس بوك، وأبرزها، ودوافع الإستخدام، و إيضاح الإشباعات المتحققة من الإستخدام، والتعرف إلى الإستخدامات الإيجابية والسلبية، وذلك وفق نموذج الإستخدامات والإشباعات، وتمثلت أهم نتائج الدراسة في نسبة إستخدام الفيس بوك بلغت 77 %، ونسبة إستخدام مجتمع الدراسة للشبكات الاجتماعية بشكل عام بلغت 60%، وبلغ عدد من لديهم أكثر من 100 صديق على شبكة الفيس بوك نسبة 46.9 %، كما أن نسبة 94.5% يمتلكون صفحة خاصة مفعلة، وأثبتت الدراسة كذلك أن نسبة 74.4 % يستخدمون الفيس بوك من ساعة إلى خمس ساعات يوميًّا، كما أثبتت الدراسة تقدم الآثار الإيجابية على الآثار السلبية من إستخدام الفيس بوك(32).

7 ــ دراسة حمزة السيد حمزة خليل (2012): بعنوان إستخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير المصرية والإشباعات المتحققة منها،

هدفت الدراسة للتعرف إلى إستخدامات الشباب الجامعي المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك، تويتر، يوتيوب) على شبكة الإنترنت للمشاركة الإلكترونية في إطلاق ثورة 25 يناير المصرية، ومعرفة الإشباعات المتحققة لديهم نتيجة هذا الإستخدام، وإستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، كما إستخدمت أداة الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من أربع جامعات مصرية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها إرتفاع معدل إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام بين عينة الدراسة، كما جاء موقع الفيس بوك أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية إستخدامًا بين الشباب الجامعي عينة الدراسة؛ للمشاركة الإلكترونية في إطلاق الثورة المصرية، كما أثبتت الدراسة أن معظم الشباب الجامعي عينة الدراسة شاركوا مشاركة إلكترونية في إطلاق الثورة؛ حيث بلغت نسبة المشاركين 51.8 %، ونسبة 38.3 % من العينة شاركوا أحيانًا[33].

التعلق على الدراسات السابقة وحدود الإستفادة منها:

من خلال مراجعة الباحث للدراسات السابقة ذات العلاقة بمشكلة الدراسة يمكن الإشارة إلى ما يلي:

ـــــ معظم الدراسات السابقة أوجدت أن موقع شبكة الاتصال الإجتماعي الفيس بوك هو الأكثر إستخدامًا بين الشباب، وخاصة الجامعي، وهذا ما يتفق مع الدراسة الحالية.

ـــــ تركيز معظم الدراسات العربية على تناول دور وسائل الإعلام الجديد في المجتمعات العربية، وأن هذه الدراسات ساهمت في تقديم معلومات هامة عن طبيعة الدور الإعلامي لهذه الشبكات، مما يدعو إلى التركيز على دراسة دور هذه الشبكات الاجتماعية وخصوصًا الفيس بوك في تدعيم قضايا المجتمع التي من أهمها القضايا الدينية، وكيفيه تثقيف وتوعية الشباب دينيًّا، فجاءت هذه الدراسة لتساهم في تثقيف وتوعية الشباب المصري والعربي دينيًّا وإسلاميًّا.

ـــ معظمها إعتمد على الإستبيان كأداة لجمع البيانات من المبحوثين .

ـــ تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في عدة نقاط :- من ناحية الموضوع – حيث يدور موضوع الدراسة الحالية حول صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية ودورها في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب المصري ، وأيضا من ناحية المجال المكاني والزماني لتطبيق أداة جمع البيانات.

ـــ أجريت الدراسات الميدانية في كل الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية على الشباب بشكل خاص، والجمهور بشكل عام، وهذا ما يتفق مع الدراسة الحالية في إجراء الدراسات الميدانية بها على جمهور الشباب.

ـــ أن إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي وخصوصًا الفيس بوك يُستخدم لتواصل الشباب مع الأصدقاء والمدرسين وزملاء الدراسة؛ لذا تعد شبكات التواصل الإجتماعي إمتدادًا للصداقات والإهتمامات، وهذا ما يتفق مع الدراسة الحالية من تواصل الشباب مع صفحات الفيس بوك الدعوية وأصحابها وخصوصًا صفحات العلماء والدعاة منها.

ـــ أثبتت نتائج الدراسات السابقة أن مواقع التواصل الإجتماعي وخصوصًا الفيس بوك أصبحت محطات حشد للمشاركة المجتمعية، وأنها أدت دورًا كبيرًا في تثقيف الشباب.

الإستفادة من الدراسات السابقة :

- ساعدت الأدبيات السابقة الباحث في تحديد تساؤلات الدراسة وفروضها، والإستفادة منها لإستخدامها في هذه الدراسة، ومساعدة الباحث في صياغة المشكلة البحثية للدراسة، والتعرف إلى متغيرات الدراسة وأهدافها، وساعدت أيضًا في صياغة استبانة الدراسة.

- أفادت هذه الدراسات في تحديد الخلفيه النظرية لموضوع الدراسة.

ـــــ الإستفادة من نتائج الدراسات السابقة، والعمل على ربطها بالدراسة الحالية بما يثريها ويعزز من أهميتها.

- وبما أننا سنبدأ من حيث انتهى الآخرون، وحيث إن البحث العلمي لا بد أن يكون تراكميًّا ويكمل ما توصل إليه الغير فإننا نستطيع القول بأن هذه الدراسة هي استكمال لدراسات آخرى سابقة سعت إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الفكر الإسلامي وقيمه الرفيعة بين الشباب، حيث لم تُجرَ دراسة حول صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية ودورها في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب المصري؛ خاصة أن مصر تشهد حراكًا شبابيًّا ودينيًّا كبيرًا في هذه الآونة.

مشكلة الدراسة:

يُعد الشباب فئة متميزة في أي مجتمع من المجتمعات، بل هم أكثر فئات المجتمع حركة ونشاطًا ومصدرًا رئيسيًّا من مصادر التغيير الإجتماعي والسياسي، كما تتصف هذه الفئة بالعطاء والإنتاج والإبداع في كافة المجالات، فهم المؤهلون للنهوض بمسئوليات بناء المجتمع وتطويره (34).

ونظراً لما تشهده المجتمعات الحديثة من ظاهرة تنامي إستخدام تقنيات الإتصال الإلكتروني؛ فقد ظهر جيل جديد من الشباب لم يعد يتفاعل بشكل كبير مع الإعلام التقليدي بقدر تفاعله مع الإعلام الإلكتروني الجديد الذي يسمي بالجيل الشبكي أو جيل الإنترنت، وأصبحت توجد شبكات تواصل إجتماعي مثل الفيس بوك تتسم بعناصر الفورية Immediacy، والتفاعلية Interactivity، وتعدد الوسائط Multimedia، والتحديث Updating، من هنا زاد إعتماد الشباب الجامعي عليها، باعتبارها مصدرًا رئيسيًّا للمعلومات والمعارف وأداة للتواصل فيما بينهم.

والداعي إلى الله سبحانه وتعالى لا ينبغي له بحال من الأحوال أن ينفصل عن هذا التقدم الحادث في وسائل الدعوة، فعليه أن يستفيد من هذه التقنيات الحديثة، وخصوصًا الفيس بوك، لأن التقوقع داخل مسجد، أو نادٍ، أو مركز شباب فحسب دون الاستفادة من الوسائل الآخرى ينفق كثيراً من الوقت والجهد الذي يمكن توفيره. وفي ضوء ذلك يمكن بلورة وتحديد المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التإلى: **"ما إستخدامات الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية ودورها في تعزيز القيم الدينية لديهم"؟**

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على الدور الذي تقوم به صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب والإشباعات المتحققة منها ، ويمكن تحقيق هذا الهدف من خلال التعرف على :

1 - معدل إستخدام المبحوثين لموقع الفيس بوك بصفة عامة والصفحات الدعوية الإسلامية بصفة خاصة .

2 - مصادر معرفة الشباب الجامعي بالصفحات الدعوية الإسلامية بالفيس بوك .

3 - دوافع إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية ، وحجم المشاركة فيها .

4 - أسباب تفضيل الشباب للصفحات الدعوية الإسلامية على موقع الفيس بوك.

5 - أشكال المشاركة الإلكترونية للشباب الجامعي في الصفحات الدعوية خلال إستخدامهم للفيس بوك.

6 - أكثر الصفحات الدعوية الإسلامية بالفيس بوك تصفحا لدى الشباب ، والإشباعات التي تحققها .

7 ـ أهم القيم التي ساهمت الصفحات الدعوية الإسلامية بالفيس بوك في نشرها بين الشباب .

8 - مقترحات المبحوثين لتطوير دور الصفحات الدعوية الإسلامية لإستقطاب الشباب ونشر الوعي والقيم الدينية لديهم .

تساؤلات الدراسة:

تسعي الدراسة إلى طرح عدد من التساؤلات التي تقيس الإجابة عليها أبعاد الدور الذى تقوم به الصفحات الدعوية الإسلامية على موقع الفيس بوك في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب ، ويمكن اختصار هذه الأسئلة في الآتي :

1 ــ ما معدل استخدام المبحوثين لموقع الفيس بوك بصفة عامة والصفحات الدعوية الإسلامية بصفة خاصة ؟

2 ـ ما مصادر معرفة الشباب الجامعي بالصفحات الدعوية الإسلامية بالفيس بوك ؟

3 ـ ما دوافع إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية ، وحجم المشاركة فيها ؟

4 - ما أسباب تفضيل الشباب للصفحات الدعوية الإسلامية على موقع الفيس بوك؟

5 ـ ما أشكال المشاركة الإلكترونية للشباب الجامعي في الصفحات الدعوية خلال إستخدامهم للفيس بوك؟

6 - ما أكثر الصفحات الدعوية الإسلامية بالفيس بوك تصفحاً لدى الشباب ، والإشباعات التي تحققها ؟

7 ـ ما أهم القيم التي ساهمت الصفحات الدعوية الإسلامية بالفيس بوك في نشرها بين الشباب ؟

8 ـ كيف يمكن تطوير مضمون الصفحات الدعوية الإسلامية على الفيس بوك لإستقطاب الشباب ونشر الوعي والقيم الدينية لديهم .

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

في ضوء تحديد مشكلة البحث وأهدافها، وإطارها النظري تتحدد فروض الدراسة فيما يلي :

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافيه للشباب الجامعي المصري "النوع، الجامعة"، وحجم إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافيه للشباب الجامعي المصري "النوع، الجامعة"، ودوافع إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية".

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافيه للشباب الجامعي المصري "النوع، الجامعة"، والإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية.

الفرض الرابع: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية ودورها في تغيير القيم والسلوكيات الدينية لدى الشباب الجامعي المصري في حياته اليومية.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية، ودورها في تعزيز القيم الدينية، والإشباعات المتحققة لديهم من إستخدام تلك الصفحات الدعوية.

نوع الدراسة: وفقا لطبيعة المشكلة البحثية المقترحة تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفيه التي تستهدف تصوير وتحليل ظاهرة معينة وهي صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية على موقع فيس بوك ودورها في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب ، وتمتد مجالاتها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة محل البحث أو الدراسة (35).

منهج الدراسة: تستخدم الدراسة الحالية منهج المسح الإعلامي بالعينة لجمهور الشباب الجامعي باعتباره جهدًا علميًّا منظمًا يساعد في التوصل إلى بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة(36).

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في مجتمع طلاب الجامعات المصرية مستخدمي موقع الفيس بوك والذين تتراوح اعمارهم من 18- 22 عاما من الإناث والذكور وتم تمثيل الدراسة من خلال الأنماط المختلفة للجامعات في مصر .

عينة الدراسة : أجرى الباحث الدراسة الميدانية على عينة عشوائية من جمهور الشباب الجامعي المستخدمين لموقع الفيس بوك لمتابعة الصفحات الدعوية الإسلامية بالجامعات المصرية التالية : جامعة القاهرة أعرق الجامعات المصرية ممثلة للجامعات الحكومية الحضرية ، وجامعة الأزهر بنين وبنات ممثلة للجامعات ذات الطابع الديني ، وجامعة 6 اكتوبر ممثلة للجامعات الخاصة(مستوى إقتصادي إجتماعي مختلف) ، وجامعة كفرالشيخ التي تمثل الجانب الإقليمي المحلي لجمهور العينة من الجنسين ذكور وإناث قوامها 400 مبحوثاً يتم توزيعها بأسلوب التوزيع المتساوي ، وتم اختيار 400 مبحوثاً لإجراء الدراسة الميدانية عليهم ويرجع ذلك إلى أن معظم الدراسات المتشابه مع موضوع الدراسة الحالية طبقت الدراسة الميدانية بها

على 400 مبحوثاً من الشباب الجامعي ، كما تم الاستعانة بآراء المتخصصين في في تحديد حجم العينة واختيار الجامعات كذلك [37].(*)*

مبررات إختيار الشباب الجامعي المصري كعينة للدراسة الميدانية الحالية:

1. أن شريحة الشباب الجامعي من كبرى شرائح المجتمع المصري وأكثرها تأثيرًا فيه.
2. أن الشباب الجامعي هو قائد مسيرة التنمية مستقبلًا فهو أمل الأمة ومصدر قوتها.
3. الشباب الجامعي المصري هو أكثر قدرة على النشاط والتفاعل والتحرك الإيجابي، والتأثير في كافة الأمور، وخاصة الدينية.
4. الشباب المصري أصبح حريصًا على الوقوف على مجريات الأحداث ومتابعة ما يجرى على الساحة العربية والعالمية من أحداث وتغيرات مختلفة.
5. إعتماد الشباب الجامعي على الإنترنت ومواقع الشبكات الإجتماعية باعتبارها بديلًا للمشاركة الدينية على أرض الواقع.
6. أن الشباب الجامعي المصري أكثر قدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة من الفضائيات، ومواقع التواصل الإجتماعي التي تحتاج إلى قدرات خاصة في التفاعل مع أجهزة الحاسب الآلى.
7. رغبة الشباب الجامعي في التواصل مع كل ما هو جديد، والتفاعل معه، وسعيه الدائم إلى خوض غمار التجربة دون تردد من أجل الوقوف على كل ما هو جديد وحديث.

(*) د/ وائل اسماعيل عبدالباري ، استاذ الإعلام بكلية البنات ،جامعة عين شمس .
د/ محمود حسن إسماعيل ،استاذ الإعلام ،معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
د/ عبدالله محمد زلطة ، استاذ الإعلام بكلية الآداب ، جامعة بنها .
د/ محرز حسين غالي ، استاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
د/ حسن عوض الجندي ، استاذ الإحصاء والرياضيات بكلية التجارة ، جامعة طنطا .
د/ علي عبدالقادر ، استاذ الإحصاء وبحوث العلميات بكلية التجارة ، جامعة كفرالشيخ.

8 ـ أنه مجتمع له أهميته الخاصة بوصفه مجتمعًا إعلاميًّا، وهذه الفئة العمرية التي تبدأ من مرحلة التكوين إلى مرحلة النضوج تتميز بطابع الخصوصية التي تتمثل في تميز هذه الشريحة بوصفها أكثر الشرائح

الإجتماعية إستخدامًا لمواقع الشبكات الإجتماعية، كونهم من الشرائح العمرية الأكثر نشاطًا على شبكة الإنترنت وإسهامًا في المضامين التي يتبادلونها مع زملائهم وأصدقائهم ومعارفهم في مختلف شئون الحياة، وخصوصًا النواحى الدينية.

توصيف عينة الدراسة الميدانية:

تم اختيار عينة الدراسة من أربع جامعات مصرية، هي: (القاهرة، كفرالشيخ، الأزهر، 6أكتوبر)؛ حتى تكون عينة ممثلة للنظام التعليمي في مصر في مرحلة التعليم العالي بمختلف أنواعه.

جدول رقم (1) يوضح توصيف عينة الدراسة الميدانية:

المتغيرات		إجمالى	
		ك	%
النوع	ذكور	200	50
	إناث	200	50
	جملة	400	100
الجامعة	القاهرة	100	25
	كفر الشيخ	100	25
	الأزهر	100	25
	6أكتوبر	100	25
	جملة	400	100
الإقامة	ريف	192	48
	حضر	208	52
	جملة	400	100
السكن	شقة إيجار	68	17
	شقة تمليك	120	30
	منزل تمليك	212	53
	إجمالي	400	100
الدخل الشهري	أقل من 1000 جنيه	6	2
	من 1000: 2000جنيه	164	41
	من 2000: 3000جنيه	116	29
	من 3000 جنيه فأكثر	112	28
	إجمالي	400	100

تكشف بيانات الجدول السابق ما يلي: من حيث النوع: نسبة 50% من أفراد العينة ذكور، ونسبة 50% منهم إناث.

من حيث الجامعة: نسبة 25% من أفراد العينة بجامعة القاهرة، ونسبة 25% منهم بجامعة كفر الشيخ، ونسبة 25% منهم بجامعة الأزهر، و نسبة 25% منهم بجامعة 6 أكتوبر.

من حيث الإقامة: نسبة 48% من أفراد العينة مقيمون بالريف، ونسبة 52% منهم مقيمون بالحضر.

من حيث السكن: نسبة 53% من أفراد العينة يسكنون بمنزل تمليك، ونسبة 30% منهم يسكنون بشقة تمليك، ونسبة 17% منهم يسكنون بشقة إيجار.

من حيث الدخل الشهري: نسبة 41% من أفراد العينة دخلهم بين 1000 إلى 2000جنيه، ونسبة 29% دخلهم من 2000إلى 3000 جنيه، ونسبة 14% دخلهم أقل من 1000 جنيه، ونسبة 28% دخلهم من 3000 جنيه فأكثر.

أداة جمع البيانات :

ولغايات تحقيق أهداف الدراسة تم الإعتماد على استمارة الإستبيان كأداة تُستخدم في جمع البيانات عن طريق إستثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة للحصول منهم على افكار وحقائق وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث ، وقد اشتملت الاستمارة على 21 سؤال فضلاً عن البيانات الشخصية للمبحوثين ، وتضمنت أسئلة مغلقة وأسئلة متعددة الإجابات ، قسمت على أربع محاور – محور معدل التعرض للصفحات الدعوية الإسلامية ، محور تقييم المبحوثين واستخدامهم لتلك الصفحات ، محور الإشباعات التي تحققت والقيم التي تم تعزيزها نتيجة لإستخدام تلك الصفحات ، محور تقييم المبحوثين للصفحات ومقترحاتهم

لتطوير دورها في تعزيز القيم ، كل محور تضمن عدداً من الاسئلة لقياس متغيرات الدراسة ، وبما يحقق أهداف البحث المختلفة ، وتم تصميم الاستمارة بالاستعانة بالإطار النظري للدراسة ، والدراسات السابقة ، وتم ملء الاستمارات من خلال المقابلة المباشرة مع عينة الدراسة، في شهري نوفمبر وديسمبر لعام 2015 م .

- **صدق الأداة وثباتها:**

تم التأكد من صدق الأداة وثباتها باستخدام الطريقتين التاليتين:

اولاً:عرض الإستبيان على مجموعة من المحكمين (†) من جامعات الأزهر، وجامعة عين شمس، وجامعة طنطا في تخصص الإعلام العام، والإعلام الإسلامي؛ لإبداء آرائهم في صياغة كل سؤال من الأسئلة ومدى وضوحة لغويًا، ثم معرفة مدى قياس كل سؤال من هذه الأسئلة لما وضع من أجله، وبعد إبداء كل واحد منهم رأيه قام الباحث باستبعاد الأسئلة التي أجمعوا على عدم وضوحها وصدقها، فتم إعادة ترتيب بعض الأسئلة في الاستبيان ، كما تم غلق بعض الأسئلة المفتوحة .

- **ثبات الأداة:**

ثانياً:نظرًا لوجود طرق متعددة لحساب معامل الثبات، ونظرًا لأن الاختبار الثابت هو الذي يعطي درجات متقاربة أو متطابقة تمامًا للأشخاص أنفسهم إذا ما أعيد تطبيقه عليهم في أوقات مختلفة[38] ، وكمحاولة من الباحث للتحقق من ثبات الأداة المستخدمة؛ طبق الباحث الأداة على عينة استطلاعية من أفراد مجتمع الدراسة

(†) أ.د/ جمال عبدالحي عمر النجار- أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات- جامعة الأزهر.
أ.د/ رفعت عارف محمد عثمان الضبع- أستاذ ورئيس قسم الإعلام التربوي السابق بكلية التربية النوعية- جامعة طنطا .
أ.د/ عبدالصبور محمد فاضل- عميد كلية الإعلام للبنين- جامعة الأزهر.
أ.د/ محمود حسن إسماعيل- استاذ ورئيس قسم الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس .

مكونـة مـن 40 مبحـوث مشـابهين لعينـة البحـث للتأكد مـن ثبـات الإسـتبيان ، وبعـد أسـبوعين تـم إعـادة التطبيـق ثانيـة، وتـم حسـاب معامـل ارتبـاط بيرسـون بـين التطبيقين، بلغت قيمتة (0.84)، الأمر الذي يدل على صدق وثبات المقياس.

- **المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:**

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانـات وإدخالها إلـى الحاسـب الآلـى، ثـم معالجتهـا وتحليلهـا واسـتخراج النتـائج الإحصـائية باسـتخدام برنـامج " الحزمـة الإحصـائية للعلـوم الإجتماعيـة SPSS " Statistical Package for the Social Scienceوتم اللجوء إلى المعاملات والاختبـارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبـار كا2 (Chi Square Test) لدراسـة الدلالـة الإحصـائية للعلاقـة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبـار (T- Test) لدراسـة الدلالـة الإحصـائية للفـروق بـين المتوسـطات الحسـابية لمجمـوعتين مـن المبحـوثين فـي أحـد متغيـرات الفئـة أو النسـبة (Interval Or Ratio).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصـارا باسـم ANOVA لدراسـة الدلالـة الإحصـائية للفـروق بـين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) و المعروف اختصارًا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائيًا بينها.

المفاهيم المستخدمة في الدراسة:

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمرا ضروريا في البحث العلمي ، لذا قام الباحث بتحديد عدد من المفاهيم المستخدمة في البحث كما يلي:

الدور: يقصد به الوظائف التي تقوم بها الصفحات الدينية على مواقع التوصل الاجتماعي وتكون إيجابية عندما تكون الوظائف إقناعية ، وتكون سلبية حينما تشوة ما ينبغي إيصاله إلى الفرد(39).

صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية ويقصد بها الباحث إجرائيا: هي تلك الصفحات التي تقدم للشباب العلم النافع، والحجة المقنعة، والدلائل البينة، مما يدعو إلى الدخول في دين الله، والاستمساك بحبله المتين، واتباع رسوله الأمين، وهذه الصفحات تقدم موادها المختلفة مقروءة وسمعية وبصرية.

الفيس بوك :هو موقع من مواقع الشبكات الإجتماعية الإفتراضية ، تم تصميمة لكي يسمح لمستخدمية بالتفاعل مع أصدقائهم ، حيث يقوم كل منهم بعمل البروفيل profile الخاص به ،وتحميل الصور والرسوم(40).

الفيس بوك Face book ويقصد به الباحث اجرائيا: هو موقع اجتماعي شهير يدخل عليه الملايين على مستوى العالم، وهو مايؤكد أهميته ورواجه الواقعي، ومن خلاله يمكن التواصل مع أي إنسان في أي مكان وزمان،

ومن هنا فقد انتبه إليه دعاة كثر في زماننا، وتم عمل صفحات شخصية لهم عليه لمخاطبة جماهيرهم، ونشر الدين والدعوة داخل مصر والعالم العربي وخارجه.

القيم لغويا : قال الزمخشري القيمة "ثبات الشئ ودوامة" [41]، ويشير بذلك إلى أن القيمة ترد بمعني الأمر الثابت الذي يحافظ عليه الإنسان ويستمر فيه ، القيمة ثمن الشئ ، ويقال كم قامت ناقتك أي كم بلغت ،ويقال هل استقمت المتاع أي قومته ، الجمع قوم وقيم ، قوم السلطة واستقامة [42] ، ويقال أيضا فلان (أقوم) كلاماً من فلان أي أعدل وأحسن وأصوب [43].

القيم اصطلاحا: هي فعل إجتماعي نمطي مقبول إجتماعيا وثابت نسبيا ذو صفة معيارية في توجه سلوك الأفراد والجماعات نحو إشباع حاجاتهم بطريقة جماعية [44].

القيم الدينية :مجموعة من القوانين والأهداف والمثل العليا التي توجه الإنسان سواء في علاقته بالعالم المادي أو الإجتماعي أو السماوي وتتمثل في توجيه الفرد إهتمامه وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهري ، حيث يعتقد أن هناك قوة تسيطر على العالم الذى يعيش فيه ، وهو يحاول ربط نفسه بهذه القيمة[45] .

القيم الدينية ويقصد بها الباحث اجرائيا: هي صفات إنسانية إيجابية راقية مضبوطة بضوابط الشريعة الإسلامية تؤدي بالمتعلم إلى السلوكيات الإيجابية في المواقف المختلفة التي يتفاعل فيها مع دينه ومجتمعه وأسرته في ضوء معايير ترتضيها الجماعة لتنشئة أبنائها، وهو الدين والعرف وأهداف المجتمع، وتصبح هذه القيم تربوية كلما أدت إلى النمو السوي لسلوك

المتعلم، وكلما اكتسب بفضل غرسها في ذاته مزيدًا من القدرة على التمييز بين الصواب والخطأ، وبين الخير والشر، وبين القبيح والجميل.

الشباب : حدد مؤتمر وزراء الشباب الأول بجامعة الدول العربية من خلال الاتجاهات المتفق عليها في العالم ، حدد تلك المرحلة بمن تتراوح أعمارهم بين 15- 25 سنة انسجاما مع المفهوم الدولي المتفق عليه [46].

ويقصد بهم في هذه الدراسة (المعني الإجرائي) هي المرحلة التي تمتد من 18إلى 22 عاما اي مايقابلها تربويا مرحلة التعليم الجامعي بالجامعات والمعاهد العليا.

حدود الدراسة: تمثلت حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

ـ **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على الموضوعات والقضايا التي تعالجها ، وهي صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية، ودورها في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب المصري.

ـ **الحدود االبشرية:** تقتصر الدراسة على الشباب المصري .

ـ **الحدود الزمنية :** تمثلت في الفترة الزمنية لتطبيق البحث الميداني وهي شهري نوفمبر وديسمبر 2015م.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الإستخدامات والإشباعات:

ترجع بداية الاهتمام بدراسة الإشباعات المتحققة للجمهور من إستخدام وسائل الإعلام إلى الأربعينيات، ومن هذه الدراسات: دراسة (هرتزوج Herzog) 1942 حول الإشباعات المتحققة من الإستماع إلى المسلسلات الصباحية، ودراسة بيرلسون (Berelson1949) حول وظائف قراءة الصحف [47].

وقد إستطاع (إلـاهو كـاتز Katz) 1959 أن يُطـور مـدخل الإسـتخدامات والإشباعات من خلال تحويل مسار أهداف بحوث الإعلام من معرفة التأثيرات الإقناعية لوسائل الإعلام إلى: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، وجاء أول تطبيق عملي لمدخل الإستخدامات والإشباعات في الدراسات الإعلامية على يد (ريموند بـاير Raymond Bauer) فـي الستينيات، وذلك فـي مقالتـه العلميـة المنشورة عـام 1964 فـي مجلـة (The American Psychologist) بعنـوان الجمهـور العنيـد (The Obstinate Audience)، وكانـت فكرتـه الجديـدة- آنـذاك- تتمثـل فـي أن جمـاهير وسائل الإعلام نشيطة ومتوجهة نحو الهدف في سلوكهم لإستخدام وسائل الإعلام، وعـارض (بـاير Bauer) بـذلك مفهوم التـأثيرات المباشـرة المقبولـة- آنـذاك- وعـرض لفكرة أن الناس تستخدم وسائل الإعلام الجماهيريـة، ومحتواها لإشباع رغبات معينـة لديهم[48] .

ومع بداية هذه المرحلة الزمنية في تاريخ مدخل الإستخدامات والإشباعات وتطوره قدم الباحثون إسـهامات أكاديميـة متنوعـة أضـافت إلـى دراسـات الإسـتخدامات والإشباعات تراكمات علمية أسهمت في خصوصيتها وثرائها، ويرى البحث أنه يمكن رصد الملامح العامة لتطور دراسات الاستخدامات والإشباعات كما يلي:

- **المرحلـة الوصـفيه:** هـذه المرحلـة بـدأت فـي الأربعينيـات مـن القـرن العشـرين، وإمتـدت خـلال الأربعينيـات والخمسـينيات، واهتمـت بتقـديم وصـفٍ لإتجاهـات الجماعات المختلفة لجمهور وسـائل الاتصـال فيمـا يتعلق بانتقاء مضـمون محدد يتعرضون لـه، وكـان مـن أشـهر دراسـات هذه المرحلـة دراسـة (هيرتـزوج) عـام 1942.
- **المرحلــة الاستكشــافيه:** وإمتــدت هــذه المرحلــة خــلال عقــدي الخمســينيات والسـتينيات مـن القـرن العشـرين، وهـى مرحلـة ذات توجـه ميـداني؛ حيـث كانـت

تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى نمط مختلف من إستخدامات وسائل الإعلام، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (إلياهو كاتز) 1959، ودراسات (بيرلسون) 1959، ودراسات (ريموند باير) 1964.

- **المرحلة التفسيرية:** وهى مرحلة النضج، وكان التركيز فيها على الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتميزت دراسات هذه المرحلة بإعداد قوائم عن الإشباعات المتحققة من العملية الاتصالية، وقد إمتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي، وحتى الآن، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (ماك كومبوس) 1977، ودراسات كلٍّ من: (Joseph Conway & Alan Robin) [49].

ماهية الإستخدامات والإشباعات:

يُعرف مدخل الإستخدامات والإشباعات بأنه مدخل يُوضح ويُفسر- إلى حد كبير- الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور- قبل التعرض- المحتوى الذى يفي بحاجاته، ويحقق له إشباعات معينة، وأثناء التعرض يهتم الجمهور برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي إسترجاع المعلومات التي تعرض لها، وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الإختياري الذى تمليه عليه حاجاته ورغباته[50].

الأسس التي تقوم عليها النظرية:

يتمثل الفرض الرئيسي لمدخل الإستخدامات والإشباعات في أن الجمهور نشط، وأن إستخدامه لوسائل الاتصال إستخدام موجه لإشباع إحتياجاته، وأنه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الإحتياجات، ويختار- من بين أنواع المضامين المقدمة في

الوسيلة الإعلامية- المضمون الذي يناسبه، ويتوقف هذا الإختيار على بعض المتغيرات الديموجرافيه [51].

أهداف نظرية الإستخدامات والإشباعات:

1- معرفة كيفيه إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط واعٍ، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته.
2- معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض لوسائل الإعلام، وعبر وسائل الاتصال الآخرى.
3- الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال[52].

عناصر نظرية الإستخدامات والإشباعات:

الجمهور النشط: Active Audience: ويقصد به أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة، وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام[53].

1- الأصول الإجتماعية والنفسية لإستخدامات وسائل الإعلام.

2- حاجات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، وتنقسم إلى قسمين:

أولاً: دوافع نفعية (Instrumental Motive): وتستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعلمية والثقافيه.

ثانيًا: دوافع طقوسية (Ritualized Motive): وتستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه

الفئة في البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة(54).

1- التوقعات من وسائل الإعلام.

2- التعرض لوسائل الإعلام.

3- إشباعات وسائل الإعلام، وتنقسم إلى:

أولاً: إشباعات المحتوى، وتحتوي على نوعين من الإشباعات:

أ: إشباعات توجيهية (Orientational Gratifications): وتتمثل في الحصول على معلومات، وتأكيد الذات ومراقبة البيئة، وهى إشباعات ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والإعتماد عليها.

ب: إشباعات إجتماعية (Social Gratifications): ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية؛ حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوعٍ من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم، من خلال تحقيق إشباعات، مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين، والقدرة على إدارة النقاش والتمكن المعرفي، والقدرة على فهم الواقع، والتعامل مع المشكلات.

ثانيًا: إشباعات عملية الاتصال (Process Gratifications): وتنقسم هي الآخرى إلى نوعين:

أ: إشباعات شبه توجيهية (Para Orientational): وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة.

ب: إشباعات شبه اجتماعية (Para Social): وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، مثل تحرير الخيال، واستثارة العواطف، والتخلص من الشعور بالملل والضيق، والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة، والتوحد أو الاندماج مع الشخصيات.

من خلال العرض السابق: يُعد مدخل الإستخدامات والإشباعات من أنسب المداخل للدراسة الحالية؛ حيث يقوم الشباب الجامعي بدور إيجابي في إختيار الوسائل التي تشبع إحتياجاته المتعددة، سواء كانت دينية، أو معرفيه، أو وجدانية، أو اجتماعية، أو سياسية، ويعرض عن الوسائل التي لا تحقق له أي إشباع؛ لذا تحاول الدراسة اختبار مدى تلبية صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية- محل الدراسة- لاحتياجات الشباب الجامعي المصري، من خلال استخدامه لتلك الصفحات؛ ما يتيح قدرًا من التنوع في دوافع متابعة الشباب لهذه الصفحات والإشباعات المتحققة منها؛ بما يلبي رغباتهم واحتياجاتهم المختلفة.

كما أن إعتماد مواقع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية على المشاهدة في مطالعتها يتطلب انتباهًا وتركيزًا كبيرين من قبل الجمهور؛ ما يدل على نشاط المتابع وإيجابيته في التعرض؛ ما يحقق عنصرًا مهمًّا وفرضًا أساسيًّا من فروض مدخل الإستخدامات والإشباعات وهو افتراض الجمهور النشط.

ويؤكد كل ما سبق أنه ليس هناك أيُّ إطار نظري يعد أفضل- لتطبيقه في الدراسة الحالية- من هذا المدخل لإثراء هذه الدراسة، وتحقيق أهدافها.

المبحث الثاني :

الإطار المعرفي للدراسة :

يُعد موضوع القيم من أهم موضوعات الفكر الإنساني ومن أكثرها إحاطة بميادين الحياة ومجالاتها المختلفة مثل الأقتصاد والسياسة والجمال والأخلاق والقيم وعلم الإجتماع وعلم النفس والدين ، ومازال مفهوم القيمة ينتشر ويذيع حتي صار يشغل اليوم منزلة الصدارة في فكرنا المعاصر نظراً لإعتباره نتاجاً للفكر الحديث نسبياً(55).

وقد شغل موضوع القيم إهتمام الكثير من الفلاسفة والمفكرين منذ بداية الفكر الإنساني على أن الاهتمام الجدي بدراسة القيم ، وإخضاعها للبحث العلمي الموضوعي من جانب العلماء والباحثين لم يظهر إلا في السنوات القليلة الماضية من هذا القرن ، ولعل أهم العوامل التي حتمت ضرورة دراسة القيم دراسة علمية ما أحدثته الثورة العلمية التكنولوجية وغيرها من عوامل التغير الثقافي من إعادة تشكيل الكثير من مفاهيمناعن الحياة (56) .

فالقيم تؤدي دوراً حيوياً ومهماً في حياة الفرد لأنها تمثل أكثر الأشياء أهمية ، فمن أجلها وبها نعيش ونضحي ونعبر عنها في شكل أراء عن ما هو صواب وحق وعدل، فالقيم تتغلغل في حياة الأفراد في شكل إتجاهات وأهداف وتطلعات ودوافع وتظهر في السلوك الظاهرى الشعوري واللأشعورى (57) .

والقيم هامة لوجود الإنسان فهي المصدر الأساسي الذى يبرز وجودة وينظم كيانة الاجتماعي في الماضي والحاضر والمستقبل ، فالقيمة ماثلة في كل لحظة من لحظات السلوك الإنساني ، فالتمسك بالدين قيمة دينية روحية والأخلاق قيمة إجتماعية ، والمال قيمة إقتصادية ، والسلطة قيمة سياسية والفنون قيمة جمالية ، وكل هذه الأنشطة مجتمعة قيم حضارية وإنسانية ، أما موضوع القيم في المجتمعات الإنسانية

فهي مسالة وعي وثقافة ، والقيم تبدو أهميتها كلما برزت الحاجة إلى نظام قيمي يُسير الحياة [58] .

ولهذا فإن غرس القيم الدينية في الشباب أحد الأهداف الرئيسية التي تعني بها التربية وذلك أن الفرد الذي يفقد قيمة يفقد إتزانه ، والقيم الدينية بالنسبة للمجتمع كأعمدة البناء التي تحمل البناية بأكملها فغرس هذه القيم وتعزيزها ضرورة فردية وإجتماعية في آن واحد [59] ، كما أن القيم نتاج إجتماعي يتعلمها الفرد ويكتسبها ويتشربها ويستدخلها تدريجياً ويضيفها إلى إطاره المرجعي للسلوك من خلال عملية التنشئة الاجتماعية[60]. التي بواسطتها يتولى المجتمع طبع الأفراد بطابعة [61] .

فلكل مجتمع إنساني منظومتة القيمية الأخلاقية والدينية التي تنظم سلوك أفرادة من خلال مجموعة من المعايير المشتركة ، وقواعد السلوك يلتزمون بها ، توضح لهم ما الصواب وما الخطأ ويتصرفون في ضوئها في المواقف الحياتية المختلفة ، فهي بمثابة إحدى أساليب الضبط الإجتماعي ، وأليه من آليات التخطيط وتنظيم التفاعل الإجتماعي في شتئ مناحي الحياة الإجتماعية ، إلا أن القيم الدينية داخل منظومتها ليست ثابتة ، وإنما تتحرك على سلمها ، فالبعض يصعد على حساب الآخر وتتراجع بعض القيم وتستحدث بدلاً منها قيم آخرى وفقاً لمتطلبات المرحلة التاريخية والتحولات الإجتماعية والأقتصادية والعالمية [62] .

وتنبع أهمية القيم الدينية لأفراد المجتمع من كونها تحكم حياة الناس ، وتوجههم لما فيه صلاح حياتهم ، فهي التي تحدد خيرية الفعل الذي يقوم به الإنسان من عدم خيريتة ، وعليه فإن الإنسان السوى يحرص على تكرار السلوك الخير ويتجنب السلوك السيئ ، فالقيم الدينية تعد محددات سلوكية وخلقية ومعايير وضوابط إجتماعية للشباب مستمدة من الشريعة الإسلامية ، يستطيع الفرد من خلالها التفاعل مع نفسة والأحرين ، أو مع

الكون والحياة في كل زمان ومكان ، وهذه المحددات تؤهله لإختيار كل أهدافه وتوجهاته وسلوكياته بطريقة مباشرة أو غير مباشرة [63] .

فليس هناك من ديانة إلا وهي تدعو شبابها إلى القيم ألاخلاقية والدينية على إختلاف في التفاصيل والتطبيقات سعة وضيقاً، لكن ذلك يشكل قاسماً مشتركاً، فلا توجد ديانه تبيح قتل النفس المحترمة ، ولا توجد ديانة تبيح الكذب والخيانة أو السرقة ، كما لا توجد ديانه تسمح بالظلم والجور ، بل إن كل الديانات تمجد القيم الاخلاقية والدينية وتحذر من القبائح والعدوان وتشيد بالفضائل والقيم الأخلاقية بشكل عام [64] ، ولقد جاء الإسلام بمجموعة من القيم الدينية والأخلاقيات التي تنظم حياة الفرد وتعطي القدوة الطيبة والقيم الأصيلة التي تصنع مجتمعاً مستقراً بالأخلاق الإسلامية ، وهي مما تتميز بها الحياة عن الدنايا والشرور ويستقيم عليها أدب النفس وأدب السلوك ، والقرآن حافل بما تتحلي به النفس من قيم دينية وخلقية وبما يجب أن يكون عليه سلوك الأفراد وبالنهي عما يجترح هذه القيم أو ينال منها أو يتطاول عليها أو يخدشها أو يكون سبباً من أسبابها أو يؤدي إليها [65] .

والقيم الدينية عند الشباب تكاد تكون واحدة عند الجميع والفرق بين فرد وآخر أو جماعة وآخرى هو القيم الدينية التي يتم تدعيمها ، والقيم التي لا يتم تدعيمها حيث أن القيم التي يتم تعزيزها وتدعيمها ترتفع إلى قمة الهرم القيمي وتسيطر على السلوك الشخصي وتلونه بصبغة يتميز بها هذا السلوك عند صاحبه ، والقيم التي لا يتم تدعيمها وتعزيزها تقع عند قاعدة الهرم القيمي ويكون دورها في السلوك محدداً ومن هنا ياتي دور القيم الدينية في السلوك في أنها تميز السلوك الخاص بالفرد وتوجهه[66].

العوامل المؤثرة في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب:

1 ــ الأسرة :

تعتبر الأسرة من أهم الأركان التي يعتمد عليها المجتمع في تنشئة وتطبيع الفرد ، وعن طريق الأسرة تنتقل القيم الدينية إلى الجيل الناشئ الجديد ، كما أن العلماء يولون الأسرة عناية خاصة لما لها من تأثير حيوي في تكوين البناء الأساسي للشخصية (67)، وتقوم الأسرة في المرحلة المبكرة من حياة الفرد بعملية التشكيل الإجتماعي طبقاً لثقافة المجتمع وطريقة الحياة السائدة بين أفراده لكي يتحول من كائن بيولوجي إلى كائن إنساني إجتماعي وذلك عن طريق تعديل سلوكه وتدريبه حتى يتعرف على ماهو مرغوب فيه وماهو غير مرغوب عنه من قيم وإتجاهات وسلوك ، فالأسرة بالنسبة للفرد أو الجماعة إنسانية يتعامل معها ، فقد كانت الأسرة قديماً تمثل الوسيط التربوي الوحيد لإعداد الفرد وتزويده بما يحتاج إليه من قيم ومعارف ومهارات لكي يصبح عضواً قادراً على المعيشة والإسهام في حياة المجتمع (68) .

ولهذا لابد من إعطاء أهمية خاصة للأسرة وضرورة توعية الأسرة بأهمية التنشئة الإجتماعية باعتبار أن الأسرة هي البيئة الأولية والأساسية المؤثرة في تعزيز القيم الدينية لدى الفرد ، وتؤهلة للتعامل مع المؤسسات الآخرى في المجتمع ، وهذا يفرض ضرورة التعاون بين الأسرة وهذه المؤسسات ومن ثم تصبح الأسرة هي نقطة البداية الصحيحة في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب في إطار المجتمع الذي توجد فيه (69) .

2 ــ مؤسسات التعليم (المدرسة والجامعة) :

تتكون القيم الدينية والأخلاقية لدى الفرد نتيجة للخبرات المتعددة التي يمر به الفرد داخل المدرسة وخارجها ، ويمكن أن يؤدي موقف ما إلى تعزيز وتكوين قيمة دينية معينة لدى الفرد بينما لا يؤدي إلى تكوين نفس القيمة عند فرد آخر ويقول "إميل وبروجان " Miel & Brogan أن المدارس بدأت تعليم القيم الدينية والأخلاقية

بطريقة شيقة ، وذلك عن طريق الكتب المدرسية التي تعرض نموذجاً من أخلاقيات السلف بشكل رائع بغية غرس القيم الحميدة في نفوس الطلاب ، كذلك عن طريق إتباع النظام المدرسي بما فيه من علاقات ولوائح وتنظيمات ، ويرى "بيرمان " أن أفضل وسيلة لتنمية القيم الدينية والأخلاقية وتعزيزها أن يمنح المعلم طلابه الفرصة ليكونوا أكثر شجاعة وجراة في التعبير عن آرائهم [70] .

ومع تطور العصور وتقدم الأزمان جاءت المدرسة كمؤسسة تربوية فعالة في إعداد النشء وتعليمه وتهذيبه ، فهي تستكمل مابديء في الأسرة لتعززه وتقومه لما لها من أثر كبير في غرس القيم الدينية والخلقية في نفوس الطلاب وتثقيفهم وتعليمهم وجعلهم قوة فعالة في رقي المجتمع وتماسكة [71] ، فالمدرسة هي البيت الثاني للطالب فيها يتلقي أول مراحل معاشرة المجتمع حيث الطلاب من أقرانه ، وحيث المدرسون ، وحيث المعاملة مع أُناس آخرين عليه يتجاوب معهم وتتشكل فيها شخصيته ويكتسب منها قيمه الدينية وتقاليده، ونظراً لخطورة الدور الذي تقوم به المدرسة يتعين على المسئولين عن التربية والتعليم تنسيق المناهج للمواد التعليمية التي تقدم للطالب بما يواكب أحوال العصر ويتماشي مع حركة التطور العلمي مع ضرورة أن يسير تيار التعليم في قنوات شرعية بتوجيه اسلامي [72] ، وذلك عن طريق رعاية شعائر الإسلام وإقامة أحكامه ، وتوجيه الطلاب إلى القراءة المفيدة والبحث في المسائل الدينية الإسلامية وإبراز أهمية العبادات لهم وتعويدهم على ممارستها داخل المدرسة وخارجها [73] .

ونجد أن الجامعة تقوم أيضا بدور تكميلي للمدرسة في هذا المجال تجاه الشباب الجامعي وذلك من خلال إمداد الشباب الجامعي بالقيم الدينية المختلفة ، والإحتكاك داخل المجتمع الجامعي من خلال المشاركة في مختلف الأنشطة ، وكل ذلك يعمل على تعزيز القيم الدينية أو تدعيم القيم الموجودة بالفعل لديهم ، فالقيم الدينية في

المرحلة الأولي من حياة الفرد تصبح محكاً مرجعياً مهماً لقراراتة وبالتالي فهي أكثر طوعية للتشكل والتغير من معايشة الخبرات التي يكتسبها الفرد أثناء دراسته[74] .

3 ــ جماعة الرفاق :

تؤكد دراسات " جيروس Geros " إلى أن جماعات الأقران إلى جانب نجاحها في نقل قيم متميزة مثل القيم الدينية فإنها تنجح أيضا في ترسيخ قيم سائدة ، ويشير " جيروس Geros " إلى أن من أكثر الأدوار فاعلية بالنسبة لجماعة الأقران ما تقوم به من تثبيت القيم المنبثقة واستقطابها للأفراد ذوي الخصائص المتميزة وتمارس جماعة الأقران هذا الدور الفعال من خلال قدرتها على التلاقي مع أهداف الأفراد الذين ينضمون إليها [75] .

وتزداد خطورة هذا الدور الذي تؤديه جماعة الرفاق في تعزيز القيم الدينية في الوقت الحاضر ، حيث أن الأسرة بدأت تفقد تدريجياً لكثير من وظائفها الإجتماعية نظراً لإنشغال الأباء تحت الظروف الإجتماعية والأقتصادية وذلك نتج عنه اتباع الشاب لقيم أصدقائه .

4 ــ دور العبادة :

وتلعب دور العبادة دوراً لا يقل أهمية عن دور المدرسة والرفاق حيث تمد الفرد بإطار سلوكي معياري أخلاقي ، وتنمي لدى الفرد الضمير وتحاول جاهدة أن تغرس القيم الدينية وتعززها في نفوس الشباب [76] .

وللمسجد دور كبير في التنشئة الدينية للأفراد ، ففي توافد الأفراد على المسجد للصلاة وسماع العظات ودروس الدين معبراً ممتازاً لتعليمهم ووقوفهم على كثير من المعارف التي يتزودون بها في أمور دينهم ودنياهم وهذا في حد ذاته هدف كبير سيتناول تنظيم السلوك الفردي والاجتماعي [77] ، ولذا فمن الأمور المرغوب فيها أن

يتردد الفرد على المسجد لحفظ القرآن الكريم وأداء الصلاة والتعلم والتفقه في أمور الدين، لأن تردد الفرد على المسجد منذ نعومة أظفارة يجعله ينمو نمواً سليماً لا مشاكل في حياته ولا تعقيد أمامه ، ولااضطراب في نفسه ، وعند بلوغه ، يكون قد حصن فؤاده وثبت يقينه لأنه في المسجد يجد المناخ الطيب والجو الديني والمجتمع الطاهر فتتأصل في نفسه قيم العبادة والعقائد والأخلاق فيكون عضواً سليماً في مجتمعه يأمر بالمعروف وينهى عن المنكر ويشب في عبادة الله ويصدق فيه الحديث الشريف بأنه من السبعه الذين يظلهم الله في ظله يوم القيامة " منهم شاب نشأ في عبادة الله " (78) .

5 ــ وسائل الإعلام :

إن مسألة تعزيز القيم الدينية لدى الشباب تحتاج إلى مشاركة كافة الوسائط ذات التأثير في تربية المجتمع كالمسجد والأسرة والمدرسة والإذاعة والتليفزيون والصحف وهذا يعني أن المجتمع كله بكافة مؤسساته وقطاعاته لابد أن يتبني تلك المسألة ، وأهمية وسائل الإعلام قد غدت واضحة في مجال التربية وتعزيز القيم الصحيحة في المجتمع (79) ، فالإعلام في ظل التربية الإسلامية يكون فعال ووسيلة بناء وتعزيز وليس هدم لأنة يستمد القيم والمعايير في عرضه للموضوعات على منهج إسلامي قويم فالفرد يقلد النماذج التي تعرض له ، وقيل تربوياً أن الصورة تساوي ألف كلمة فأجهزة الإعلام أقوى أثراً من جميع المؤسسات التربوية الآخرى في تعزيز القيم لأنها حاضرة في كل مكان وفي كل لحظة وفي كل مؤسسة من مؤسسات المجتمع كالبيت والمدرسة والمسجد (80) .

ووسائل الإعلام في بلادنا عليها واجب هام تجاه الشباب من نشر الثقافة الإسلامية العملية وتعريف المسلم بدينه وربه مع تصحيح القيم وتعزيزها والدعوة إلى دين الله في الداخل والخارج والنهوض بالشباب المسلم فكرياً ومعنوياً والحث على إنشاء

أجيال إسلامية جديدة في ظل تربية سليمة متفتحة قوامها العقل وهدفها بناء الإنسان على الخير والحق والفضيلة والإيمان بعيداً عن الإنحراف والتطرف والأرهاب (81) ، وذلك عن طريق تعليم الشباب المناسك والشعائر وكشف بعض الجوانب التي ربما جهلوها عن الإسلام ، ليس هذا فحسب ، وإنما تعليمهم كيفيه المعاملات الإسلامية والسلوك الإسلامي القويم والقيم الدينية المرغوب فيها متمثلة في حسن الخلق وحسن الحديث وحسن معاملة الناس وما يأمر به الإسلام من حسن الجوار وبر الوالدبن والرحمة بالصغير وتوقير الكبير ، ويقوم الإعلام بهذه الوظيفة عن طريق الإرشاد والتوجيه والتعليم بالطرق المباشرة وغير المباشرة ، فلا ينبغي أن يقتصر الأمر على الأحاديث الدينية بالطرق الجافة المحتوية على الأمر والنهي بصورة مباشرة سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية ، وإنما إلى جانب ذلك يجب أن يكون هناك نوع من الحوار وإعمال الفكر وضرب الأمثلة وإستخدام الأساليب الفنية غير المباشرة كالتمثيليات والقصص الطريفة التي تؤخذ منها العبر والأمثال من أجل توصيل الرسالة الإعلامية المشتملة على التعليم الديني بالصورة المحببة الجذابة وإستخلاص القيم المفيدة النافعة للشباب في حياتهم سواء في العبادات أو المعاملات (82) ، والمؤسسات الإعلامية من الممكن أن تسهم في خلق مجتمع مثالى يهتم بكرامة الإنسان ويسود فيه قيم العدل والمساواة والتعاون والتكامل والتراحم بين الناس والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر عن طريق نشر الوعي الديني والخلقي بين الشباب ، ومقاومة الجريمة والأفكار الهدامة ومحاربة الإلحاد والخرافات والإساطير والإرهاب (83) .

ومن الجدير بالذكر أن الإعلام يقوم بدور هام في التنشئة الدينية للأفراد من خلال المحتوى القيمي الذي يقدم لهم ، فالإعلام هو تجسيد للقيم السائدة في المجتمع حيث يتخذ منها معايير لإحكامه السياسية والاجتماعية والاقتصادية ومن خلالها يبني شخصية الفرد ويرسي دعائم المجتمع من خلال العقيدة السائدة فيه والقيم المنبثقة عن

تلك العقيدة [84] ، والمؤسسات الإعلامية (صحافة – إذاعة – تليفزيون) تركز من خلال ما تقدم من رسائل إعلامية على بث المفاهيم الصحيحة عن الإسلام لدى الشباب وغرس القيم الدينية والعادات والتقاليد والمباديء الإسلامية السليمة التي تفيدهم في دينهم ودنياهم حيث تنظم شئونهم وأحوالهم المعيشية كما تنظم علاقتهم ببعضهم البعض وعلاقتهم بخالقهم سبحانة وتعالى وترشدهم إلى الغذاء الروحي المتمثل في قيم العقائد والعبادات والمعاملات والتي تؤدي إلى الإستقرار النفسي في الدنيا والسعادة الدائمة في الآخرة [85].

وهناك أيضا عوامل آخرى بجانب العوامل السابقة ومنها الدين والمعتقدات والتراث والعلاقات الإجتماعية. لذا يرى الباحث أن عملية تعليم وإكساب وتعزيز القيم الدينية لدى الشباب هي عملية تعاونية تشترك فيها كافة الجهود التي يحتك بها الشباب ويتعامل معها فتؤثر فيه بطريقة مباشرة أو غير مباشرة .

صفحات الفيس بوك الدعوية ودورها في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب :

إن وسائل الإعلام بصفة عامة والإنترنت بصفة خاصة لهما دور هام في التأثير على عقول المتلقين وعواطفهم بإمكاناتهم التي تسمح لهما بتكوين القيم التي يستهدفها النظام ، بل والمساهمة في إمداد المتلقين بالمعارف الدينية ، وبهذا يمكننا القول بأن وسائل الإعلام أصبحت بلا أدنى شك من المصادر المؤثرة والفعالة في تشكيل الوعي الديني [86] .

وأن إستخدام التكنولوجيا الرقمية يُمكن الشباب من القيام بدور أكثر نشاطاً وفاعلية في عملية إيصال الأفكار الدينية والقيم في المجتمعات الدينية ، من حيث محو الأمية الدينية ، مما يساهم بدوره في تعزيز المعرفة حول التقاليد الدينية الخاصة ، كما أنها تمتلك القدرة على تعزيز الحوار بين مختلف الأديان والمذاهب والحضارات [87] ، ويساعد الإنترنت في تعزيز السلطة الدينية ، حيث أن الغالبية العظمى من الجماعات

الأصولية الدينية تستخدم الإنترنت في تعزيز هويتها الدينية [88] ، كما وظف الدعاة مواقع التواصل الإجتماعي كالفيس بوك في التعئبة على نحو فعال لتعزيز السلطة الدينية وإيصال رسائلهم وتعاليمهم الدينية ، ونشر ثقافة المشاركة الدينية لدى الطلاب وتفسير الكتاب المقدس وتعديل نصوصه بشكل مبسط ، لأن إحدى سمات هذه الشبكات التفاعلية إتاحة مشاركة أعداد كبيرة حول القضايا المطروحة من منظور ديني من خلال المزايا التفاعلية التي توفرها ، كالإعجاب ، التعليق ، المشاركة ، فضلاً عن إعادة توظيف تلك القضايا المنشورة بطرق جديدة ومبتكرة ، مما لعب دوراً في تشكيل الهوية الدينية وتوعيتهم دينياً بما جاء في الكتاب المقدس من نصوص وقوانين من خلال تزويدهم بالمعلومات والقيم الدينية ، كما تسهم في تكوين وتدعيم بل وتغيير ثقافتهم وقيمهم الدينية [89] .

ومماسبق يمكننا القول بأن الإعلام الجديد ممثلاً في الفيس بوك يلعب دوراً هاماً في عملية التنشئة الإجتماعية الدينية لدى الشباب ، فاستخدام مواقع التواصل الإجتماعي والمدونات تتيح مشاركة الشباب من مختلف المذاهب والأديان المشاركة في تطوير القيم والأفكار الدينية وتبادلها بشكل أكبر خارج المجتمعات الدينية التقليدية ، وهذا يتطلب قدراً أكبر من المشاركة الفعالة وتطوير خطاب مشترك من أجل ضمان بُعد أساسي من الثقة بعيداً عن دعوات وأفكار التطرف والعنف [90] ، حيث أدى ظهور الفيس بوك وتويتر ووسائل التدوين الصغيرة الآخرى إلى حمل رجال الدين إلى التوجه إلى منابر الدين الجديدة ، والذي يتضمن توفير وصلات إلى الرسومات والتسجيلات الصوتية التي يمكن توجيهها والرد عليها من قبل الآخرين من أجل تعميق فهم الطبيعة المتغيرة للنصوص المقدسة ودستور السلطة الدينية كدعاة يستخدمون شبكات التدوين ووسائل الإعلام الاجتماعية ، بالاعتماد على تغذية تويتر من قبل كهنة الكنيسة ورجال الدين المسيحي مع النفوذ العالمي في تأليف النصوص الدينية المستوحاة من الكتاب المقدس [91] ، وقد أسهمت الأديان كافة في إنشاء مواقع

وصفحات لها على مواقع التواصل الإجتماعي (فيس بوك وتويتر) ، لإبراز رسالتها والدعوة إلى عقيدتها وقيمها ، والرد على المخالفات التي تنتج عنها ، بفضل الإمكانيات الهائلة التي تتوفر لهذه الوسائل في الإتصال والتأثير ، فعن طريقها يستطيع الدعاة تعريف الناس بأمور دينهم ودنياهم وخاصة فئة الشباب ، حيث ينشط في هذه الفضاءات بشكل متزايد ، ويستقي ثقافته وقيمه الدينية والأخلاقية منها ، وتشير الدراسات الحديثة إلى أن جيل الشباب الجديد في دول شمال أوربا يستند على وسائل الإعلام الحديثة (الفيس بوك) والإنترنت أكثر من الأسرة والكنيسة في الحصول على الأفكار والقيم الدينية [92] .

كما تعد مواقع التواصل الإجتماعي وعلى رأسها صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية من أهم سبل نشر القيم الدينية والوعي الديني والدفاع عن الدين الإسلامي وقضايا الأمة ، وتعزيز الحوار بين الأديان والحضارات ، وذلك للإمكانيات الهائلة التي تتوفر لهذه الوسائل في الإتصال والتأثير والتي تكسبها ديناميكية حراك فريدة وجديدة ، فعن طريقها يستطيع الدعاة الدفاع ونشر الثقافة والقيم الإسلامية في جميع أنحاء العالم ، وتكوين صورة إيجابية عن المجتمع الإسلامي والإمة العربية والإسلامية للعالم أجمع [93] ، وسماحتها ضد الأتجاهات المتطرفة خاصة بعد ظهور مفاهيم الجهاد الإلكتروني ، وإنتشار المواقع والصفحات الجهادية التي تديرها التنظيمات الإرهابية ، لجمع الأموال وتجنيد المؤيدين الحاملين للفكرة " تنظيم داعش " والذي يسعي لإستقطاب الشباب في صفوفة ويتخذ من الإسلام منبراً لهم ، من خلال إعداد مواد وموضوعات دقيقة وأساليب مبتكرة تناسب كل فئات المجتمع بجميع اللغات ، لشرح تعاليم الإسلام ومبادئه السمحة الخالى من العنف والإرهاب والتطرف ، للوصول والتواصل الفعال مع أكبر عدد من المسلمين وغير المسلمين حول العالم ، فضلاً عن تعزيز الحوار مع المسلمين والأقليات المسلمة بالخارج للتعرف على التحديات والمشكلات والقضايا التي تواجههم [94] .

لقد فتحت الشبكات الإجتماعية الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين وغير مسلمين باختلاف لغاتهم وأجناسهم وبلدانهم وأصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية ، وهو إنتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الإنغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول ، وفي ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتقولب الداعية والعالم على قوالب جامدة ، وتتميز الدعوة عن طريق هذه الصفحات الدعوية بالفيس بوك بالعالمية والفورية والتحديث المستمر مع كسر حاجز الوقت والزمان ، والسهولة في الاستخدام والتواصل ، والتوفير في الجهد والتكاليف (95) ، فمواقع الصفحات الدعوية الإسلامية بالفيس بوك كواحدة من المؤسسات الإجتماعية التي تلعب دوراً في نشر القيم الدينية والأخلاقية وفي تحديد المستويات والمعلومات التي يتلقاها الأفراد ومستوى إدراك تلك المعارف من خلال تقديمها للشباب عن طريق الرسالة الإعلامية التي تشكل مضمون الاتصال ، وبما أن المعلومات هي التي تولد المعرفة والأدراك والفهم ثم السلوك – وهو مايطلق عليه مصطلح القيم – والذي يتجلى بدوره في مجموعة من السلوكيات التي تظهر في حركات الفرد ومواقفه الفردية والجماعية بما يمنحة الفرصة في نشر الوعي الديني ، وبذلك تصبح أداة جديدة من أدوات الإعلام الديني لكن من منظور جديد تختلف فيه شكلاً ومضموناً عن باقي وسائل الإعلام الآخرى .

وانتشرت مواقع الصفحات الدعوية على الفيس بوك في السنوات الأخيره بشكل كبير، فهي قد تكون صفحات لمحطات إذاعية (صفحة إذاعة القرآن الكريم ـــ صفحة إذاعة رسالة الإسلام من مكة المكرمة) ، أو تليفزويونية (صفحة قناة إقرأ ـــ الندي ـــ الحكمة ـــ الناس ـــ الرحمة ـــ الفتح ـــ المجد) ، أومواقع للدعاء المستجاب (صفحة المصحف الجامع ـــ أذكار الصباح والمساء ـــ طريق الجنة) ، أو صفحات للدعاة والعلماء (عبدالرحمن السديس ـــ الشيخ محمد متولي الشعراوي ـــ عمرو خالد ـــ محمد حسان ـــ عبدالحميد كشك ـــ أبوإسحاق الحويني ـــ مصطفي حسني

ـــــ محمد العريفي ـــ د/ احمد عبدة عوض) ، أو صفحات لصحف ومجلات ومطبوعات (الأزهر الشريف ـــــ الوعي الإسلامي ـــــ عقيدتي) ، أو وزاراة وهئيات (صفحة وزارة الأوقاف المصرية) ، أو مراكز للدعوة ودراسات وفتاوي (فتاوي نسائية ـــــ مركز د/ عمر عبدالكافي للرد على الاسئلة الدينية) ، أو مواقع للسنة النبوية الشريفة ، وآخرى للأحاديث ، وثانية للقرآن الكريم ، وكل هذا يعطي للدعاة والعلماء فرصة ثمينة لتبليغ الدعوه الإسلامية ونشر القيم الدينية والأخلاقية بين شباب الأمة ، كما أنها أتاحت فرصاً كبيرة للتواجد الإعلامي الإسلامي على الساحتين المحلية والدولية [96] .

المبحث الثالث :

النتائج العامة للدراسة الميدانية:

اولا: إستخدامات الفيس بوك لدى العينة .

منذ متى تستخدم موقع الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الإجتماعي:

جدول رقم (2) بداية إستخدام موقع الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي لدي أفراد العينة:

بداية إستخدام عينة الدراسة للفيس بوك	الإجمالى		كا2	الدلالة د ح 2
	ك	%		
منذ أقل من عام	4	1	205.520	0.001
من عام إلى ثلاثة أعوام	164	41		
أكثر من ثلاثة أعوام	232	58		
إجمالي	400	100		

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 58% من أفراد العينة تستخدم موقع الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة أعوام، ونسبة 41% منهم تستخدمه من عام إلى ثلاثة أعوام، ونسبة 1% منهم تستخدمه منذ أقل من عام.

ويتضح وجود فروق في بداية إستخدام عينة الدراسة موقع الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة كا2 = 205.520 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يستخدمون موقع الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة أعوام ، وهذا مؤشر علي ارتفاع أعداد المبحوثين الذين يملكون حساب للفيس بوك علي مواقع التواصل الاجتماعي ، نظراً للمميزات الهائلة التي توفرها تلك المواقع لمستخدميها من التواصل في أي وقت وفي أي مكان في العالم، ولسهولة إستخدامها ، ولتنوع الأخبار والمعلومات عليها ، ولتحديثها باستمرار ، ولطرحها الجرىء للقضايا ، ولعدم وجود رقابة عليها ، ولتكوين الصداقات والتواصل معها ، ولما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية مما شجع الشباب علي الإقبال المتزايد عليها وخصوصاً موقع الفيس بوك ، فقد أصبحت شهرتها واسعة ، وكثر التعامل معها بين الشباب ، وأصبحت متنفساً لكل فئات المجتمع ، متخطية نمط الاتصال التقليدي ، حيث يتواصلون عبر هذه المواقع للتعرف علي بعضهم ، وإرسال رسائل ، وتلقي الأخبار والموضوعات ، وكل ما هو جديد علي الساحة، بإعتبارها منصة إجتماعية ومعلوماتية واسعة تخدم الشباب.

عدد الساعات التي تقضيها يوميًّا في إستخدام الفيس بوك:

جدول رقم (3) يوضح عدد الساعات التي تقضيها يوميًّا في استخدام الفيس بوك:

عدد الساعات التي تقضيها يوميًّا في استخدام الفيس بوك	الإجمالى		كا2	الدلالة د ح 3
	ك	%		
أقل من ساعة	20	5	135.360	0.001
من ساعة إلى أقل من ساعتين	184	46		
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	92	23		
ثلاث ساعات فأكثر	104	26		
إجمالي	400	100		

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 46% من أفراد العينة تقضي يوميًّا في إستخدام الفيس بوك من ساعة إلى أقل من ساعتين أسبوعيًّا، ونسبة 26% تقضي يوميًّا ثلاث ساعات فأكثر، ونسبة 23% تقضي يوميًّا من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات، ونسبة 5% تقضي يوميًّا أقل من ساعة.

ويتضح وجود فروق في عدد الساعات التي يقضونها يوميًّا في إستخدام الفيس بوك، حيث كانت قيمة كا2 = 135.360 وهي دالة عند مستوى 0.001،مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يقضون يوميًّا في استخدام الفيس بوك من ساعة إلى أقل من ساعتين أسبوعيًّا.

وهذه النتيجة اختلفت مع دراسة (يسري فهمي ،2015) التي توصلت إلي تصدر فئة أقل من ساعة المرتبة الأولى من إجمالى الوقت الذى يستغرقه الشباب الجامعى فى الإطلاع علي الصحف الإسلامية [97]، ومع دراسة (علي حمودة جمعة ، 2011) التي أشارت إلي تصدر التعرض للمواقع الإسلامية المرتبة الأولى (أقل من ساعة) من إجمالى الوقت الذى يستغرقه المبحوثون في التعرض للمواقع الإسلامية [98].

مدى القيام بتصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

جدول رقم (4) يوضح مدى القيام بتصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

مدى القيام بتصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية	الإجمالى		كا2	الدلالة د ح 2
	ك	%		
دائمًا	192	48	125.360	0.001
أحيانًا	180	45		
نادرًا	28	7		
إجمالي	400	100		

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 48% من أفراد العينة تقوم بتصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية دائمًا، ونسبة 45% تتصفح أحيانًا، ونسبة 7% منهم نادرًا ما تتصفحها.

ويتضح وجود فروق في مدى القيام بتصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية، حيث كانت قيمة كا2 = 125.360 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يقومون بتصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية بصفة دائمة ويعزي ذلك لكثرتها من ناحية ، ولما تقدمة من مواد وموضوعات تفيد الشباب المسلم في كافة مجالات الحياة ، ولبساطة اللغة المستخدمة، ولإعتمادها علي الاستراتيجيات الإتصالية والإقناعية المبسطة التي تساعد في حل كافة المشاكل التي تواجة الأفراد ، لأنها تعالج قضايا مهمة وعصرية تمس إهتمام مختلف شرائح المجتمع ،وتعالج مختلف الفئات العمرية .وتتفق تلك النتيجة مع دراسة (علي حمودة جمعة ، 2011)التي اشارت إلي زيادة حجم تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية بنسبة 81%[99].

المصادر التي تم التعرف من خلالها على صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية التي تتصفحها:

جدول رقم (5) يوضح المصادر التي تم التعرف من خلالها على صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية التي يتصفحها الشباب الجامعي :

المصادر التي تم التعرف من خلالها على صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية التي تتصفحها	الإجمالى ن=400		ترتيب	كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%			
الأصدقاء والزملاء	308	77	1	116.640	0.001
وسائل الإعلام المختلفة	116	29	4	70.560	0.001
محركات البحث المختلفة	168	42	3	10.240	0.001
عن طريق المصادفة	216	54	2	2.560	0.110 غير دالة

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 77% من أفراد العينة تعرفوا على صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية التي يتصفحونها من الأصدقاء والزملاء، ونسبة 54% منهم تعرفوا عليها عن طريق المصادفة، ونسبة 42% منهم تعرفوا عليها من محركات البحث المختلفة، ونسبة 29% منهم تعرفوا علىها من وسائل الإعلام المختلفة.

ويتضح وجود فروق في المصادر التي تم التعرف من خلالها على صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية التي تتصفحها حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى 0.001، ما عدا التعرف عليها عن طريق المصادفة لم يكن هناك فروق حيث كانت قيم كا2 غير دلالة عند مستوى 0.05. وهذا مؤشر قوي علي اهمية الاصدقاء والزملاء في تعزيز القيم الدينية ونشر مواقع الصفحات الدعوية بين اصدقائهم .

ترتيب صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية لدى الشباب عينة الدراسة في ظل الانتشار الواسع للصفحات المختلفة على الفيس بوك:

جدول رقم (6) يوضح ترتيب صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية لدى الشباب عينة الدراسة في ظل الانتشار الواسع للصفحات المختلفة على الفيس بوك.

ن=400

المواقع	الترتيب الأول		الترتيب الثاني		الترتيب الثالث		الترتيب الرابع		الترتيب الخامس		متوسط	ترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الصفحات الدعوية	228	57	104	26	36	9	24	6	8	2	4.30	الأول

يتضح من الجدول السابق أن: ترتيب صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية لدى الشباب عينة الدراسة في ظل الانتشار الواسع للصفحات المختلفة على الفيس بوك قد جاء بمتوسط 4.3 في الترتيب الأول.

وهذه النتيجة أتثبت أهمية صفحات الفيس بوك الدعوية الاسلامية لدى الشباب ،وأن الشباب يستخدمها بكثرة لإشباع رغباته الدينية المختلفة نظراً لشموليتها حيث تجمع فيها الأخبار والتقارير والتحليلات والدعوة ، والفتوي ،والحوار ، وشؤون الأسرة والمرأة والشباب ، والمعاملات المالية ، والعلاقات الاجتماعية ، والتعريف بقضايا الأمة ونشر التقارير التي تساهم في شرح ونشر الإسلام من خلال حملات التوعية للشباب بالمخاطر والتحديات التي تواجه الدين والأمة الإسلامية من كافة الاتجاهات والتصدي لإشكال الفكر المتطرف والإرهاب الذي لا يؤدي إلا الي تشوية صورة الإسلام السمحة ، بالتسلح بالعلم النافع المبني علي الحقائق الشرعية والوعي الديني والمعرفة والحوار الهادف البناء ، وذلك من خلال العمل علي تصحيح المفاهيم المغلوطة وتعزيز القيم الإيجابية ، وتعديل السلوك الخاطئ ، حيث تساهم في إشاعة الوعي الإيجابي عند أبناء المجتمع تجاه مختلف القضايا الفردية أو الجماعية سواءّ كان ذلك بطريق مُباشر أم غير مُباشر .

تقييم الشباب عينة الدراسة لهذة الصفحات الدعوية الإسلامية على الفيس بوك:

جدول رقم (7) يوضح تقييم الصفحات الدعوية الإسلامية على الفيس بوك من قبل الشباب عينة الدراسة:

تقييم الصفحات الدعوية الإسلامية على الفيس بوك	الإجمالى		كا2	الدلالة د ح 2
	ك	%		
ممتازة	172	43	108.080	0.001
جيدة	192	48		
متوسطة	36	9		
ضعيفة	0	0		
إجمالي	400	100		

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 48% من أفراد العينة تقييمها للصفحات الدعوية الإسلامية على الفيس بوك أنها جيدة،ونسبة 43% من أفراد العينة تقييمها أنها ممتازة، ونسبة 9% منهم تقييمها لها أنها متوسطة.

ويتضح وجود فروق في تقييم الصفحات الدعوية الإسلامية على الفيس بوك من قبل الشباب، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين كان تقييمهم للصفحات الدعوية الإسلامية على الفيس بوك أنها ممتازة و جيدة ،وهذا يدل على تفاعلهم مع هذه الصفحات الدعوية الإسلامية ، ويرجع ذلك لسرعة تغطيتها الأحداث والأخبار بالشرح والتحليل ، والمتابعة المستمرة لها بالإضافة إلي إمكاناتها التي تتيحها للأفراد في التفاعل مع الأحداث والإدلاء بالراي فيها، فيزيد من فرص الإقبال عليها، وللتعرف علي وجهة نظرها في تبني القضايا المثارة بين الشباب .

صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية الاكثر تصفحًا من جانب الشباب عينة الدراسة:

جدول رقم (8) يوضح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية الأكثر تصفحًا من جانب الشباب عينة الدراسة:

صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية الاكثر تصفحًا من جانب الشباب عينة الدراسة	الإجمالى ن=400		ترتيب	كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%			
المصحف الجامع	180	45	4	4.000	0.05
أذكار المسلم اليومية (الصباح والمساء)	109	27.2	8	82.810	0.001
نبتة حسنة	53	13.2	12	216.090	0.001
القرآن الكريم	222	55.5	2	4.840	0.05
صفحة خليك معانا	58	14.5	11	201.640	0.001
طريق الجنة	82	20.5	10	139.240	0.001
فتاوى نسائية	139	34.8	6	37.210	0.001
معًا ضد الإساءة للرسول	214	53.5	3	1.960	0.162 غير دالة
آيات من نور	102	25.5	9	96.040	0.001
صفحات القنوات الدينية	134	33.5	7	43.560	0.001
الذاكرين الله كثيرًا والذاكرات	148	37	5	27.040	0.001
صفحات العُلماء (أحمد حطيبة، عبدالرحمن السديس، مشاري بن راشد العفاسي ، محمدالعريفي، محمد راتب النابلسي، عائض القرني،ابواسحاق الحويني،محمد حسين يعقوب، محمد حسان،عبدالحميد كشك، عمرو خالد، محمد متولي الشعراوي، مصطفى حسني، وغيرهم)	285	71.2	1	72.250	0.001

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 71.2% من أفراد العينة يتصفحون صفحات العُلماء (أحمد حطيبة،عبدالرحمن السديس، مشاري بن راشد العفاسي، محمد العريفي، محمد راتب النابلسي، عائض القرني، ابواسحاق الحويني، محمد حسين يعقوب، محمد حسان، عبدالحميد كشك،محمد متولي الشعراوي ، عمرو خالد، مصطفى حسني، وغيرهم)، ونسبة 55.5% منهم يتصفحون صفحات القرآن الكريم، ونسبة 53.5% منهم يتصفحون صفحة معًا ضد الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، ونسبة 45% منهم يتصفحون صفحة المصحف الجامع، ونسبة 37% منهم يتصفحون صفحة الذاكرين الله كثيرًا والذاكرات.

ويتضح وجود فروق في أكثر صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية تصفحًا لدى الشباب عينة الدراسة ؛ حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى أقل من 0.05، ما عدا تصفح صفحة معًا ضد الإساءة للرسول (صلى الله علية وسلم) لم يكن هناك فروق حيث كان التكرار الفعلى يقارب التكرار المتوقع وهو50%، حيث كانت قيمة كا2 غير دلالة عند مستوى 0.05، وهذا يدل على أن صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية للعُلماء المسلمين أصبحت في الصدارة، ويقبل عليها الشباب بدرجة كبيرة، وتدل النتائج السابقة كذلك بأن الدعاة المسلمين من العُلماء قد قاموا بتطوير أسلوب دعوتهم لتواكب التطور التكنولوجي والتقني الحديث في توصيل رسائلهم للشباب التي تُعد من الضروريات الدعوية في الوقت الراهن.

وهذا مؤشر أيضا علي أن الصفحات الدعوية الدينية علي موقع الفيس بوك تُعد أداة فعالة لتعزيز القيم الدينية لدي الشباب في كافة مجالات الحياة من خلال إبرازها لحقائق الإسلام بصورة مبسطة بحيث يستطيع أي شخص فهم مايدور علي تلك الصفحات من منظور إسلامي ، ونشر الصورة الحقيقية بشكل مبسط للدين وقيمة وتعاملاته في كافة مجالات الحياة من خلال نقلها المُباشر للبرامج الدينية وتغطيتها

بالصورة والصوت والفيديو ، وبث محاضرات وندوات ومؤتمرات لعدد من الشيوخ والدعاة والعلماء والمفكرين ، كما أنها تقدم رؤية وقراءة واقعية متجددة للواقع الديني.

أسباب تفضيل المبحوثين عينة الدراسة للصفحات الدعوية .

جدول رقم (9) يوضح أسباب تفضيل الشباب لهذه الصفحات على غيرها من الصفحات الآخرى:

أسباب تفضيل المبحوثين للصفحات الدعوية	الإجمالى ن=400		ترتيب	كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%			
التعود على تصفحها باستمرار	196	49	3	0.160	0.689 غير دالة
للثقة الكبيرة في القائمين عليها	204	51	2	0.160	0.689 غير دالة
لأنها تلبي الإحتياجات المعرفيه المختلفة للمبحوثين	284	71	1	70.560	0.001
(آخرى تذكر)	32	8	4	282.240	0.001

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 71% من أفراد العينة تفضل هذه الصفحات على غيرها من الصفحات الآخرى؛ لأنها تلبي الإحتياجات المعرفيه المختلفة لهم، ونسبة 51% منهم يتصفحونها للثقة الكبيرة في القائمين عليها، ونسبة 49% منهم يتصفحونها لأنهم تعودوا عليها فيقوموا بتصفحها باستمرار.

ويتضح عدم وجود فروق في أسباب تفضيل الشباب لهذه الصفحات على غيرها من الصفحات الآخرى؛ حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05، ما عدا لأنها تلبي الإحتياجات المعرفية المختلفة لهم؛ ولأني أعمل بها- أسباب آخرى متنوعة كانت هناك فروق حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى 0.001، يتضح لنا كذلك من خلال النتائج السابقة أن من إيجابيات صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية تلبيتها لإحتياجات الشباب المعرفيه والعلمية المختلفة التي تعج بها تلك الصفحات الدعوية مدعومة بالصور أو الملفات الصوتية أو المرئية مما يزيد المعارف والمعلومات صحة وتوثيقاً.

دوافع تصفح الشباب لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

جدول رقم (10) يوضح دوافع تصفح الشباب عينة الدراسة صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية.

دوافع تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية	الإجمالى ن=400		ترتيب	كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%			
للحصول على تفسير للآيات القرانية	228	57	3	7.840	0.05
للتعرف على الفتاوى الدينية المختلفة	280	70	2	64.000	0.001
لزيادة المعلومات والمعارف الدينية	332	83	1	174.240	0.001
للاستماع لبعض الأناشيد الدنية	148	37	5	27.040	0.05
شغل وقت الفراغ والتسلية	124	31	6	57.760	0.001
لمعرفة أحكام التجويد المختلفة	152	38	4	23.040	0.001
(آخرى تذكر) وسيلة لذكر الله والتذكير بالدن -لإستغلال الوقت فيما ينفع وعدم تضييعه فيما يُغضب الله	16	4	7	338.560	0.001

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 83% من أفراد العينة تتصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية لزيادة المعلومات والمعارف الدينية، ونسبة 70% منهم تتصفحها للتعرف على الفتاوى الدينية المختلفة، ونسبة 57% منهم تتصفحها للحصول على تفسير للآيات القرآنية، ونسبة 38% منهم تتصفحها لمعرفة أحكام التجويد المختلفة، ونسبة 37% منهم تتصفحها للإستماع لبعض الأناشيد الدينية.

ويتضح وجود فروق في تصفح الشباب صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى أقل من 0.05، وتتفق النتائج السابقة مع ما جاء في مدخل الاستخدامات والإشباعات من ناحية أن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها؛ لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات، فالشباب الجامعي المصري يستخدم صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية لأسباب تلبي حاجاته؛ كما ورد آنفًا مما يدل على أن الشباب يتطور باتجاه المعلوماتية الدعوية، والأفراد لديهم إستعداد لاستخدام التكنولوجيا والتقنية الحديثة في المجال الدعوي.

مدى تفاعل الشباب عينة الدراسة مع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية التي يقوم بتصفحها:

جدول رقم (11) يوضح مدى التفاعل مع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية التي يقوم الشباب بتصفحها:

مدى تفاعل المبحوثين مع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية	الإجمالى		كا2	الدلالة د ح 2
	ك	%		
نعم	184	46	82.880	0.001
أحيانًا	168	42		
لا	48	12		
إجمالي	400	100		

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 46% من أفراد العينة تتفاعل مع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية التي تقوم بتصفحها دائمًا، ونسبة 42% منهم تتفاعل معها أحيانًا، ونسبة 12% منهم لا تتفاعل معها.

ويتضح وجود فروق في مدى التفاعل مع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية التي تقوم بتصفحها، حيث كانت قيمة كا2 =82.880 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يتفاعلون مع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية التي يقومون بتصفحها، وذلك يدل على أهمية تلك الصفحات لدى الشباب من الناحية الدينية.

طبيعة تفاعل الشباب الجامعي مع هذه الصفحات الدعوية الإسلامية:

جدول رقم (12) يوضح طبيعة تفاعل الشباب مع هذه الصفحات الدعوية الإسلامية:

طبيعة التفاعل مع هذه الصفحات	الإجمالى ن=352		ترتيب	كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%			
إنشاء صفحات دينية للتعريف بالإسلام	60	17	4	152.909	0.001
نشر تعاليم الإسلام والدعوة إلى الله سبحانه وتعالى	260	73.9	2	80.182	0.001
نشر الآيات القرآنية المباركة	252	71.6	3	65.636	0.001
نشر الأحاديث النبوية الشريفة	262	75	1	88.000	0.001
(أخرى تذكر) مجرد تعليقات فقط، استغفار، حمد، ذكر الله والصلاة على رسوله، معرفة الأحكام الدينية	24	6.8	5	262.545	0.001

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة 75% من أفراد العينة كانت طبيعة تفاعلها مع هذه الصفحات نشر الأحاديث النبوية الشريفة، ونسبة 73.9% منهم تفاعلت بنشر تعاليم الإسلام والدعوة إلى الله سبحانه وتعالى، ونسبة 71.6% منهم تفاعلت بنشر الآيات القرآنية المباركة ، ونسبة 17% منهم تفاعلت بإنشاء صفحات دينية للتعريف بالإسلام.

ويتضح وجود فروق في طبيعة التفاعل مع هذه الصفحات حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى 0.001. وهذا يؤكد أن الشباب كانت مشاركتهم إيجابية بدرجة كبيرة في إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية للتفاعل مع تلك الصفحات الدعوية للمتابعة والمشاركة لأن المتابعة والمشاركة أشمل من كافة الأشكال التفاعلية الأخري ، فهي تتيح فوائد عديدة للمتصفح ومنها : الحصول علي الإستشارات الدينية ، ومعرفة رأي الدين في القضايا المعاصرة في مختلف المجالات ، تكوين صداقات جديدة من خلال تلك الصفحات ، التعرف علي توجهاتها الدينية ، تكوين رأي عام حول القضايا المثارة علي الساحة من الزاوية الدينية ، قضاء وقت الفراغ ، الإستزادة من المعلومات الدينية .

مدى القيام بمناقشة مضمون هذه الصفحات مع الآخرين:

جدول رقم (13) يوضح مدى القيام بمناقشة مضمون هذه الصفحات مع الآخرين:

مدى القيام بمناقشة مضمون هذه الصفحات مع الآخرين	الإجمالى		كا2	الدلالة د ح 2
	ك	%		
دائمًا	128	32	69.680	0.001
أحيانًا	204	51		
لا	68	17		
إجمالي	400	100		

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة 32% من أفراد العينة تناقش مضمون هذه الصفحات مع الآخرين دائمًا، ونسبة 51% منهم تناقش مع الآخرين أحيانًا، ونسبة 17% منهم لا تناقش مضمون هذه الصفحات مع الآخرين.

ويتضح وجود فروق في مدى القيام بمناقشة مضمون هذه الصفحات مع الآخرين، حيث كانت قيمة كا2 =69.680 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يناقشون مضمون هذه الصفحات مع الآخرين.

مع من تقوم بمناقشة هذا المضمون بهذه الصفحات الدعوية:

جدول رقم (14) يوضح مع من تقوم بمناقشة هذا المضمون بهذه الصفحات الدعوية:

الفئات التي يقوم المبحوثون بمناقشة مضمون الصفحات الدعوية معهم	الإجمالى ن=332		ترتيب	كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%			
الوالدان والأشقاء في البيت	140	42.2	3	8.145	0.001
الأصدقاء	312	94	1	256.819	0.001
الأقارب	204	61.4	2	17.398	0.001
الأساتذة بالجامعة	60	18.1	4	135.373	0.001
أخرى تذكر	8	2.4	5	300.771	0.001

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة 94% من أفراد العينة تناقش المضمون بهذه الصفحات الدعوية مع الأصدقاء، ونسبة 61.4% منهم تناقش هذا المضمون مع الأقارب، ونسبة 42.2% منهم تناقش هذا المضمون مع الوالدن والأشقاء، ونسبة 18.1% منهم تناقش هذا المضمون مع أساتذتهم بالجامعة.

ويتضح وجود فروق في مع من تقوم بمناقشة هذا المضمون بهذه الصفحات الدعوية حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى 0.001.

وهذا مؤشر قوي علي أهمية دور الأصدقاء وجماعة الأقران ، سواء في المدرسة او الجامعة ،او النادي فلهم تأثير كبير علي تكوين قيم الفرد وتعزيزها نتيجة التفاعل الإجتماعي بينهم فقد توصل " بيكر Beeker" أن الرفاق وما بينهم من علاقات إجتماعية من تناول الأحاديث والمناقشات كل ذلك له عظيم الآثر علي القيم والسلوك الديني وقد يرجع ذلك إلي أن الإنسان مولع بالتقليد فيقلد زملائه ويتناقش معهم ويتخلق بأخلاقهم ويختار من قيمهم (100).

ثانياً :الأشباعات الدينية المتحققة للمبحوثين بعد تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

جدول رقم (15) يوضح الإشباعات الدينية التي تحققت لدى الشباب بعد تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

الإشباعات الدينية المتحققة للمبحوثين بعد تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية	الإجمالى ن=400		ترتيب	كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%			
الوصول إلى فهم صحيح حول مختلف المسائل الدينية	260	65	3	36.000	0.001
التعرف على بعض أحكام التجويد	152	38	6	23.040	0.001
الالتزام بتعاليم الإسلام في حياتي اليومية	236	59	4	12.960	0.001
الإطلاع على الأحاديث النبوية	232	58	5	10.240	0.001
التعرف على بعض الأدعية التي تفيدني في حياتي	268	67	2	46.240	0.001
تعزيز وتقوية رصيدي المعرفي والمعلوماتي في الجانب الديني	308	77	1	116.640	0.001
(آخرى تذكر) درء المفسدة من الاشتغال بما هو ضار في حياة الفيس بوك	8	2	7	368.640	0.001

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 77% من أفراد العينة ترى أن الإشباعات الدينية التي تحققت لديهم بعد تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية تعزيز وتقوية رصيدهم المعرفي والمعلوماتي في الجانب الديني، ونسبة 67% ترى أنه التعرف على بعض الأدعية التي تفيدني في حياتي، ونسبة 65% ترى أنه الوصول إلى فهم صحيح حول مختلف المسائل الدينية، ونسبة 59% ترى أنها

الإلتزام بتعاليم الإسلام في حياتي اليومية،ونسبة 58% تري أنة الاطلاع على الاحاديث النبوية ،ونسبة 38% ترى أنه التعرف على بعض أحكام التجويد.

ويتضح وجود فروق في الإشباعات الدينية التي تحققت لدى الشباب عينة الدراسة بعد تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية؛ حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى 0.001، وهذا يتفق مع ما ورد ضمن تحليلات مدخل الإستخدامات والإشباعات من ناحية أن الجمهور لا يعتبر مجرد متلقٍ لكنه طرف فاعل ونشط.

وهذا مؤشر علي أن تلك الصفحات الدعوية ساهمت في تحقيق إشباع وتعزيز الرصيد المعرفي والمعلوماتي في الجانب الديني لدي المبحوثين ومعالجة القضايا المعاصرة بدرجة إيجابية معتدلة إلي حد ما سواء من خلال التذكير ببعض المعلومات الدينية الأساسية لدي الفرد المسلم كأصول الإيمان وأحكام العبادات ، والإعتماد علي الأساليب الإقناعية كالإستشهاد بالقرآن الكريم والأحاديث النبوية ، وتزويدهم بالمعلومات والمهارات الإضافية التي تهم المتصفح في كافة جوانب الحياة ، والتي من شأنها صقل الجانب المعرفي لدي متصفحيها، والمساهمة في تكوين المواطن المنتمي والقادر علي تحمل المسئولية تجاة نفسة ومجتمعة ودينة .

مدى مساهمة صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية في نشر قيم الدين الإسلامي والمحافظة على الثقافة الإسلامية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم (16) يوضح مدى مساهمة صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية في نشر قيم الدين الإسلامي والمحافظة على الثقافة الإسلامية:

مدى مساهمة صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية في نشر قيم الدين الإسلامي والمحافظة على الثقافة الإسلامية من وجهة نظر المبحوثين	الإجمالي		كا2	الدلالة د ح 2
	ك	%		
دائمًا	180	45	157.040	0.001
أحيانًا	204	51		
لا	16	4		
إجمالي	400	100		

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 45% من أفراد العينة ترى مساهمة صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية في نشر قيم الدين الإسلامي، والمحافظة على الثقافة الإسلامية دائمًا، ونسبة 51% ترى مساهمتها أحيانًا، ونسبة 4% ترى عدم مساهمة صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية في نشر قيم الدين الإسلامي، والمحافظة على الثقافة الإسلامية.

ويتضح وجود فروق في مدى مساهمة صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية في نشر قيم الدين الإسلامي، والمحافظة على الثقافة الإسلامية، حيث كانت قيمة كا2 =69.680 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون مساهمة صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية في نشر قيم الدين الاسلامي والمحافظة على الثقافة الإسلامية.

المضامين التي ساهمت الصفحات الدعوية الإسلامية في نشرها لدى الشباب الجامعي المصري من وجهة نظرهم:

جدول رقم (17) يوضح القيم التي ساهمت هذه الصفحات في نشرها لدى الشباب الجامعي المصري:

القيم التي ساهمت هذه الصفحات في نشرها	الإجمالى ن=384		ترتيب	كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%			
قيم تعبدية كالإلتزام ــ التقوي ــ الصبر ــ العطاء ــ قيم نفعية.	284	74	2	88.167	0.001
قيم أخلاقية كالصدق ـ الأمانة ـ حفظ الجوار ــ برالوالدن ـ محاسبة النفس	348	90.6	1	253.500	0.001

ومساعدة الآخرين ـ العدل ـــ التعاون ـــ إكرام الضيف .					
قيم عقائدية كالإيمان بالله والملائكة، والرسل، والكتب السماوية، والجنة والنار، واليوم الآخر، والحساب ، الوسطية ، التوكل على الله .	264	68.8	3	54.00	0.001
(أخرى تذكر) من أكثر ما أخذته على بعض البوستات كتابة: اللهم أعمِ من شاهد الصورة ولم يكتب الحمد لله، أو أي ذكر آخر.. وهذا غير لائق بخلق المسلمين أبدا.	12	3.1	4	337.500	0.001

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 90.6% من أفراد العينة ترى أن القيم التي ساهمت هذه الصفحات في نشرها قيم أخلاقية كالصدق ـ الأمانة ـ حفظ الجوار ـــ برالوالدين ـ محاسبة النفس ومساعدة الآخرين ـ العدل ـــ التعاون ـــ إكرام الضيف ، ونسبة 74% ترى أنها قيم تعبدية كالإلتزام ـــ التقوي ـــ الصبر ـــ العطاء ـــ قيم نفعية.، ونسبة 68.8% ترى أنها قيم عقائدية كالإيمان بالله والملائكة، والرسل، والكتب السماوية، والجنة والنار، واليوم الآخر، والحساب ـ الوسطية ـــ التوكل على الله.

ويتضح وجود فروق في القيم التي ساهمت هذه الصفحات في نشرها، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى 0.001، مما سبق يتضح لنا أهمية صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية، وتأثيرها في نشر القيم الإسلامية الإيجابية لدى الشباب، وفي كونها أصبحت أداة تُستخدم في تعزيز وترسيخ التمسك بالقيم الدينية وقيم المواطنة الصالحة، وتأصيلها في نفوس الشباب.

فمن واقع ماسبق يمكن القول أن القيم الأخلاقية كانت من أكثر القيم التي ساهمت صفحات الفيس بوك الدعوية الدينية في تعزيزها وتنميتها لدي المتصفحين ، ولعل ذلك يعزي إلي إهتمام تلك الصفحات بمعالجة الجوانب الأخلاقية بشكل كبير ، وذلك لمواجهة الأثار السلبية المترتبة علي الفوضي الأخلاقية في المجتمع والتي من

شأنها تهديد النظام الأخلاقي الإسلامي ، لذا سعت هذه الصفحات لتكريس الأخبار والموضوعات التي تحض علي الأخلاق الكريمة، والآداب الفاضلة ، والعادات الحسنة ، والتحلي بالفضائل ، والتخلي عن الرذائل والانحراف والضلال وإتباع الافكار الهدامة التي تدمر المجتمع والتي من اهم صورها الإرهاب بكل أنواعة .

أسباب عدم مساهمة هذه الصفحات في نشر القيم:

جدول رقم (18) يوضح أسباب عدم مساهمة هذه الصفحات في نشر القيم:

عدم تأثربعض المبحوثين بالمضمون الذي قدمتة هذه الصفحات	الإجمإلى ن=16		ترتيب	كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%			
لأنها تخدم مصالح وأشخاصاً مجهولي الهوية بالنسبة للمبحوثين	15	93.8	1	12.250	0.001
لإختلاف الفتاوى والروئ فيها	14	87.5	2	9.000	0.01
إستخدامها أسلوب التخويف والترهيب	12	75	3	4.000	0.05
لأنها في أحيان كثيرة غير معروفة المصدر	9	56.2	4	0.250	0.617 غير دالة

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 93.8% من أفراد العينة ترى: لأنها تخدم مصالح وأشخاصاً مجهولي الهوية بالنسبة للمبحوثين، ونسبة 87.5% ترى السبب في إختلاف الفتاوى والروئ فيها، ونسبة 75% ترى أن السبب في إستخدامها أسلوب التخويف والترهيب، ونسبة 56.2% ترى لأنها في أحيان كثيرة غير معروفة المصدر.

ويتضح وجود فروق في سبب عدم مساهمة هذه الصفحات في نشر القيم حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى أقل من 0.05، فيما عدا لأنها في أحيان كثيرة غير معروفة المصدر لم يكن هناك فروق حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05 ، وبالتحدث مع عينة الدراسة أشاروا إلي أن بعض الصفحات الدعوية الدينية باتت بمثابة الأرض الخصبة لترويج الإشاعات التي تتعلق بالرموز الدينية كأصفحة شبكة الإسلام الحق ،وصفحة صيد الفوائد ،والتي يغلب عليها الخلط الفكري والنقاشات الحادة والمشاحنات ، حيث لا توجد وحدة فكرية أو علي الأقل خطوط

رئيسية مشتركة فيما يتم نشرة علي تلك الصفحات ، وتتبع منهج الغلو والإفراط في عرض بعض القضايا والموضوعات الدينية ، كما تتناول موضوعات بعيدة عن الواقع المعاش ، ومعلوماتها سطحية ، كما تقوم بنشر مواد ليس لها أية أهمية ، والتحدُّث في أمور ليس لها قيمة ولا فائدة ، حيث يكتب في بعض الصفحات الدعوية من لم يتخصص في هذا المجال ويثير الشبهات حول الدين ، كما يغلب عليها العشوائيّة والفوضويّة والإرتجالية ، فتلك النقاط كانت من ضمن أسباب عدم تأثر المبحوثين بهذه الصفحات كمصدر لتعزيز القيم الدينية وتقويتها .

القيم الدينية والسلوكيات الإسلامية التي تناولتها صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية من وجهة نظر المبحوثين :

جدول رقم (19) يوضح القيم الدينية والسلوكيات الإسلامية في صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية ن=400

العبارة	موافق		محايد		معارض		متوسط	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
1 ـ الإيمان بالله واحترام الكتب السماوية المختلفة	341	85.3	51	12.8	8	2	2.83	موافق
2 ـ زيادة جانب التقوى لديهم	301	75.2	95	23.8	4	1	2.74	موافق
3 ـ التوكل على الله في كل شئون حياتي المختلفة	351	87.8	45	11.2	4	1	2.87	موافق
4 ـ الإلتزام الديني في كل جوانب حياتي	283	70.8	109	27.2	8	2	2.69	موافق
5 ـ الإلتزام بالصدق في كل شيء	335	83.8	52	13	13	3.2	2.81	موافق
6 ـ إحترام الذات والآخرين	309	77.2	83	20.8	8	2	2.75	موافق
7 ـ تقدير قيمة العلم والعلماء	353	88.2	36	9	11	2.8	2.86	موافق
8 ـ المحافظة على الأمانة في كل شيء	344	86	52	13	4	1	2.85	موافق
9 ـ المحافظة على العلاقات الأسرية وبر الوالدين في كل وقت	324	81	68	17	8	2	2.79	موافق
10 ـ حب التعاون مع الآخرين	321	80.2	75	18.8	4	1	2.79	موافق
11 ـ إقامة علاقات شخصية وفق تعاليم الدين الاسلامي	306	76.5	73	18.2	21	5.2	2.71	موافق
12 ـ الحافظ على قيمة العدل والمساواة	294	73.5	90	22.5	16	4	2.69	موافق
13 ـ حب الآخرين والمحافظة عليهم	318	79.5	78	19.5	4	1	2.78	موافق
14 ـ حب التصدق وإنفاق المال ابتغاء وجه الله	335	83.8	61	15.2	4	1	2.83	موافق

يتضح من الجدول السابق: أن أفراد العينة كانوا موافقين على القيم الدينية والسلوكيات الإسلامية في صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

- التوكل على الله في كل شئون حياتي المختلفة، بمتوسط 2.87.
- تقدير قيمة العلم والعلماء، بمتوسط 2.86.
- المحافظة على الأمانة في كل شيء، بمتوسط 2.85.
- الإيمان بالله وإحترام الكتب السماوية المختلفة، بمتوسط 2.83.
- حب التصدق وإنفاق المال إبتغاء وجه الله، بمتوسط 2.83.
- الإلتزام بالصدق في كل شيء، بمتوسط 2.81.
- المحافظة على العلاقات الأسرية وبر الوالدين في كل وقت، بمتوسط 2.79.
- حب التعاون مع الآخرين، بمتوسط 2.79.

يتضح لنا من خلال النتائج السابقة أن مواقع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية أداة جيدة تمكن أصحابها من توظيفها في طرق التربية المثالية، وتعديل السلوك غير المستقيم عند الشباب، حيث نتخذها كقنوات نافذة تصل إلى الشباب؛ فتحدث تغيرًا وتأثيرًا إيجابيًّا في الفكر والسلوك، بحيث تشركهم في الحوار وتكسبهم مهارات التواصل، والإقناع بطريقة إسلامية مباشرة وغير مباشرة؛ وبالتالى فهي تسهم في تشكيل عقلية وشخصية ونفسية وسلوك الشباب ، وتتفق تلك النتيجة مع ما أشار إلية (Lovheim,M) من أن وسائل الإعلام الجديدة تُمكن الشباب من بناء هويتهم الدينية بناءً علي المعلومات المتاحة علي الإنترنت ، والتي يسعون من خلالها إلي تحقيق التوازن بين معتقداتهم الدينية وثقافتهم الشعبية ، لأنها تتيح لهم التفاوض مع الآخرين في بيئة تحتوي علي وجهات النظر المتنوعة ، فضلاً عن سهولة الوصول إلي المعلومات وخلق صورة عامة للأديان [101] .

مدى معالجة هذه الصفحات الدعوية الإسلامية سلوكًا سلبيًّا لدى الشباب:

جدول رقم (20) يوضح مدى معالجة هذه الصفحات الدعوية سلوكًا سلبيًّا:

مدى معالجة هذه الصفحات الدعوية سلوكًا سلبيًّا لدي المبحوثين	الإجمالى		كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%		
نعم	328	82	163.840	0.001
لا	72	18		
إجمالي	400	100		

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 82% من أفراد العينة ترى معالجة هذه الصفحات الدعوية للسلوك السلبي، ونسبة 18% ترى عدم معالجة هذه الصفحات الدعوية للسلوك السلبي.

ويتضح وجود فروق في مدى معالجة هذه الصفحات الدعوية سلوكًا سلبيًّا، حيث كانت قيمة كا2 =163.840 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون معالجة هذه الصفحات الدعوية للسلوك السلبي.

السلوك السلبي الذي عالجته هذه الصفحات الدعوية الإسلامية لدى الشباب.

جدول رقم (21) يوضح السلوك السلبي الذي عالجته هذه الصفحات الدعوية الإسلامية لدى الشباب:

السلوك السلبي الذي عالجته هذه الصفحات	الإجمالى ن=400		ترتيب	كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%			
عدم إحترام الآخرين	28	8.5	4	225.561	0.001
عدم الإهتمام بالعمل وقيمة العمل في رقي المجتمع وتقدمه	176	53.7	3	1.756	0.185 غير دالة
التكاسل في أداء الفرائض وخصوصًا الصلاة	200	61	2	15.805	0.001
الكذب	24	7.3	5	239.024	0.001
التكاسل في إنفاق الصدقات وكثرتها	228	69.5	1	49.951	0.001
(آخري تذكر)الدعوة إلى الله دون خوف من المواجهات المباشرة، المحافظة على	16	4.9	6	267.122	0.001

الذكر الدائم					

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 69.5% من أفراد العينة ترى أن السلوك الذي عالجته هذه الصفحات التكاسل في إنفاق الصدقات وكثرتها، ونسبة 61% ترى التكاسل في أداء الفرائض وخصوصًا الصلاة، ونسبة 53.7% ترى عدم الإهتمام بالعمل وقيمة العمل في رقي المجتمع وتقدمه، ونسبة 8.5% ترى عدم إحترام الآخرين.

ويتضح وجود فروق في السلوك الذي عالجته هذه الصفحات؛ حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى 0.001, فيما عدا عدم الإهتمام بالعمل وقيمة العمل في رقي المجتمع وتقدمه لم يكن هناك فروق؛ حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05، وهذه النتائج تؤكد لنا ما لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية من تأثير واضح وكبير في معالجة بعض السلوكيات السلبية لدى الشباب وتغيير هذه السلوكيات من سلوكيات سلبية إلى إيجابية من خلال غرس القيم والمبادئ والسلوكيات الدينية السليمة، وحثهم على تسويق أفكارهم وفق الأطر الشرعية التي يرتضيها الإسلام والمجتمع.

ثالثا :مقترحات الشباب عينة الدراسة لتوظيف الفيس بوك بشكل جيد لإستقطاب الشباب نحو الصفحات الدعوية الإسلامية:

جدول رقم (22) يوضح مقترحات الشباب عينة الدراسة لتوظيف الفيس بوك بشكل جيد لإستقطاب الشباب نحو الصفحات الدعوية الإسلامية.

مقترحات توظيف الفيس بوك بشكل جيد لإستقطاب الشباب نحو الصفحات الدعوية الإسلامية	الإجمالى ن=400		ترتيب	كا2	الدلالة د ح 1
	ك	%			
الإكثار من هذه الصفحات	129	32.2	1	50.410	0.001
العمل بشكل أفضل على إنتشار هذه الصفحات والتركيز على القيم الأخلاقية والسيرة النبوية	85	21.2	6	132.250	0.001
نشر الأحكام والفتاوى الخاصة بحياة المسلم اليومية	65	16.2	13	182.250	0.001

يجب تكوين صفحات دعوية محايدة خالية من الانتماء المنهجي الضيق والسياسي المتعصب،..	70	17.5	10	169.000	0.001
الاهتمام بشكل وأسلوب الصفحات لتضاهي غيرها	80	20	8	144.00	0.001
انتقاء خطب وكلمات للمشايخ الذين يتمتعون بمصداقية عالية لدى الناس أمثال فضيلة الشيخ الحوينى، البعد كل البعد عن المشايخ الذين يعملون بالسياسة	81	20.2	7	141.610	0.001
التقرب من تفكير الشباب والقرب من مشاكلهم وكيفية حلها	88	22	5	125.440	0.001
الاهتمام بالجوانب الدينية المختلفة للمسلم	103	25.8	3	94.000	0.001
الوسطية والمرونة وكيفيه الرد على معظم التساؤلات الشائعة وخصوصًا بين الشبا ب	107	26.8	2	86.490	0.001
الإعلان الجيد للصفحات على الفيس بوك	90	22.5	4	121.00	0.001
الرقابة من قبل المؤسسات الدينية على تلك الصفحات	69	17.2	11	171.610	0.001
الاهتمام ببيان أحكام الدين المختلفة من خلال هذه الصفحات	74	18.5	9	158.890	0.001
الاهتمام بعمل صفحات دعوية لتلقي الأسئلة من الشباب والإجابة عليها من الشيخ صاحب الصفحة	67	16.8	12	176.890	0.001
الكف عن أسلوب التخويف والترهيب	69	17.2	11	171.610	0.001
نشر الدين الإسلامي الصحيح بعيدًا عن التحزب والتطرف والعصبية	56	14	14	207.360	0.001

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 32.2% من أفراد العينة تقترح لتوظيف الفيس بشكل جيد لإستقطاب الشباب نحو الصفحات الدعوية الإسلامية الإكثار من هذه الصفحات، ونسبة 26.8% تقترح الوسطية والمرونة وكيفيه الرد على معظم التساؤلات الشائعة وخصوصًا بين الشباب، ونسبة 25.8% تقترح الاهتمام بالجوانب الدينية المختلفة للمسلم، ونسبة 22.5% تقترح الإعلان الجيد للصفحات على الفيس بوك، ونسبة 22% تقترح التقرب من تفكير الشباب والقرب من مشاكلهم وكيفيه حلها.

ويتضح وجود فروق في مقترحات توظيف الفيس بوك بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو الصفحات الدعوية الإسلامية، ونشر الوعي والقيم الدينية بينهم؛ مما يدفع

الشباب نحو المشاركة الدينية في هذه الصفحات الدعوية الإسلامية في المستقبل، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001.

المبحث الرابع :

تفسير النتائج :

اولاً : أهم الإستنتاجات والخلاصات :

- تشير نتائج الدارسة الميدانية إلى أن الشباب الجامعي المصري يتعامل مع موقع الفيس بوك بنسبة كبيرة جدًا؛ وهذا يرجع إلى المستوى الثقافي المرتفع لدى الشباب، بالإضافة إلى الثورة التقنية الكبيرة في مجال الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات التي إستفاد منها الشباب بشكل كبير، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (حمزة السيد2012)[102]، ودراسة (حنان جنيد 2003)[103].

- أظهرت نتائج الدراسة إستخدام الشباب لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية بشكل كبير؛ وهذا بدوره أدى إلى تكوين المجموعات والصداقات بين الشباب، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام إسلامي وإجتماعي جديدة، لها دورها الفاعل في تشكيل الوعي الديني لدى الشباب، وهي مصدر يحظى بثقة المشتركين؛ ما أدى إلى سهولة تداول المعلومات الدينية، وإقامة الحوارات الإيجابية، وخصوصًا الدينية بين الشباب؛ وهذا ما اتفق مع دراسة (رباب رأفت الجمال 2014)[104].

- يُستدل من نتائج الدراسة أن من أهم المصادر التي تعرف من خلالها الشباب على صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية كان من خلال الأصدقاء والزملاء، يليه في الترتيب عن طريق المصادفة، ثم عن طريق محركات البحث المختلفة، وجاء في الترتيب الأخير عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، وهذا يؤكد على أهمية دور الأصدقاء والصداقة بشكل عام في حياة الشباب، وتاكيدًا على أن الفيس بوك وسيلة

تواصل إجتماعي من الدرجة الأولى، وهذا ما اتفق ودراسة (أحمد يونس حمودة 2013)[105].

- تشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة عالية من شباب مجتمع الدراسة تتصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية وتقبل عليها، وكانت أكثر هذه الصفحات مطالعة ومشاهدة من قبل الشباب عينة الدراسة هي صفحات العُلماء (أحمد حطيبة، خواطر الشيخ الشعراوي، أحمد عيسي المعصراوي، السديس، مشاري بن راشد العفاسي، العريفي، محمد راتب النابلسي، عائض القرني، الحويني، محمد حسين يعقوب، محمد حسان، عبد الحميد كشك، عمرو خالد، مصطفى حسني، وغيرهم)، وهذا يدل على ما لهذه الصفحات من أهمية كبيرة لدى الشباب، وخصوصًا أن الشباب يعد مشاركًا نشطًا في هذه الصفحات؛ لأنهم يشاركون فيها من خلال الأسئلة والاستفسارات عن المسائل الدينية المختلفة، ويتلقون الإجابات مباشرة من هؤلاء؛ لهذا نوصي بأن يكون لكل عالم من علماء الأمة الإسلامية- ليس في مصر وحدها ولكن في كل الدول العربية- صفحة شخصية على الفيس بوك، جاءت بعد ذلك في الترتيب صفحات القرآن الكريم، يليها صفحة ضد الإساءة للرسول (صلى الله علىه وسلم)، ثم صفحة المصحف الجامع، وجاء في الترتيب الأخير صفحة نبتة حسنة.

- يستدل من نتائج الدراسة أن من أهم أسباب تفضيل أفراد العينة من الشباب لمواقع الصفحات الدعوية الإسلامية أنها تلبي إحتياجاتهم المعرفيه المختلفة جاءت في الترتيب الأول، يلي ذلك الثقة الكبيرة في القائمين عليها، ثم جاء في الترتيب الأخير التعود عليها، وهذا له مدلول ديني وإسلامي عظيم، وهو أن الشباب يحب أن يعرف كل شيء عن دينه من مسائل فقهية، والإستفسار عن بعض معاني ودلالات هذا الدين العظيم، واتفقت هذه النتيجة ودراسة (رباب رأفت الجمال 2013)[106].

- تشير نتائج الدراسة إلى تنوع دوافع إستخدام الشباب لمواقع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية، حيث جاء دافع لزيادة المعلومات والمعارف الدينية في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية أتى دافع: للتعرف على الفتاوي الدينية المختلفة، ثم دافع: للحصول على تفسير للآيات القرآنية؛ وهذا يرجع إلى أن الاهتمامات الدينية لدى الشباب أصبحت تحتل مكانة متقدمة في إستخدامهم لمواقع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية، ونضجهم الديني والفكري في نظرتهم إلى الواقع الذي يعيشه المجتمع المصري، ولما توفره كذلك مواقع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية من معلومات غزيرة في شتى المجالات الدينية التي تفيد الشباب.

- تشير نتائج الدراسة كذلك إلى أن طبيعة تفاعل الشباب مع هذه الصفحات الدعوية الإسلامية تمثلت في نشر الاحاديث النبوية الشريفة في الترتيب الأول، يليه نشر تعاليم الإسلام والدعوة إلى الله سبحانه وتعالى في الترتيب الثاني، ثم نشر الآيات القرآنية المباركة في الترتيب الثالث، ثم جاء إنشاء صفحات دينية للتعريف بالإسلام في الترتيب الأخير، وهذا يؤكد على أن الشباب الجامعي المصري يتفاعل وبقوة مع مواقع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية، وأنه مشارك نشط بهذه الصفحات الدعوية.

- أظهرت نتائج الدراسة أن من أهم الإشباعات الدينية التي تحققت لدى الشباب بعد تصفحهم لمواقع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية كان تعزيز وتقوية رصيدي المعرفي والمعلوماتي في الجانب الديني في الترتيب الأول، يليه في الترتيب الثاني التعرف على بعض الأدعية التي تفيدني في حياتي، ثم جاء إشباع أنها تساعدني في الوصول إلى فهم صحيح حول مختلف المسائل الدينية في الترتيب الثالث، وجاء إشباع الإلتزام بتعاليم الإسلام في حياتي اليومية في الترتيب الرابع، وأخيرًا جاء إشباع الإطلاع على الأحاديث النبوية الشريفة، وهذا يؤكد أن صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية أصبحت تشكل مصدرًا من مصادر الإشباع الديني لدى الشباب،

ولهذا يمكن إعتبار مواقع صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية منافسًا قويًّا لوسائل الإشباع الديني التقليدية مثل الكتب والكتيبات والشرائط والـ CD، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام ديني وإجتماعي جديدة تساهم بشكل كبير في تشكيل الوعي الديني لدى الشباب، ويدل ذلك على الإقبال الشديد من جانب الشباب على تلك المواقع؛ للمتابعة والمشاركة في هذه الصفحات الدعوية، وهذه النتيجة اتفقت ودراسة (حنان بنت شعشوع الشهري 2013)[107].

- تشير نتائج الدراسة كذلك إلى أن أهم القيم الدينية التي ساهمت هذه الصفحات الدعوية الإسلامية في نشرها لدى الشباب الجامعي المصري تمثلث في القيم الأخلاقية كالصدق ـ الأمانة ـ حفظ الجوار ـ برالوالدن ـ محاسبة النفس ومساعدة الآخرين ـ العدل ـ التعاون ـ إكرام الضيف ، بينما جاء في الترتيب الثاني القيم التعبدية كالإلتزام ـ التقوي ـ الصبر ـ قيم نفعية ، وجاءت في الترتيب الثالث والأخير القيم العقائدية كالإيمان بالله والملائكة، والرسل، والكتب السماوية، والجنة والنار، واليوم الآخر، والحساب ـ الوسطية ـ التوكل على الله ، وهذه النتيجة اتفقت مع دراسة (رباب رأفت الجمال 2014)[108]، ودراسة (نوف إبراهيم آل الشيخ، 2006)[109].

- أظهرت نتائج الدراسة أن أهم القيم الدينية والسلوكيات الإسلامية التي أصبح تصرف الشباب الجامعي في حياته اليومية وفقاً لها نتيجة تأثره بهذه الصفحات الدعوية الإسلامية، التوكل على الله في كل شئون حياتهم المختلفة بمتوسط بلغ 2.87، يليه تقدير قيمة العلم والعُلماء في الترتيب الثاني بمتوسط 2.86، يليه المحافظة على الأمانة في كل شيء في الترتيب الثالث بمتوسط 2.85، يليه الإيمان بالله واحترام الكتب السماوية المختلفة في الترتيب الرابع بمتوسط 2.83، يليه حب التصدق وإنفاق المال ابتغاء وجه الله في الترتيب الخامس بمتوسط 2.83، يليه الالتزام بالصدق في كل شيء في الترتيب السادس بمتوسط 2.81، يليه المحافظة على العلاقات الأسرية وبر الوالدين في كل وقت في الترتيب السابع بمتوسط 2.79، بينما جاء في الترتيب

الأخير حب الآخرين والمحافظة عليهم بمتوسط 1.00، وهذا ما اتفق ودراسة (حنان بنت شعشوع الشهري 2013)[110].

- تشير نتائج الدراسة إلى أن صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية عالجت سلوكيات سلبية لدى الشباب الجامعي المصري، كان من أهمها: التكاسل في آخراج الصدقات وكثرتها في الترتيب الأول، وجاء في الترتيب الثاني سلوك التكاسل في آداء الفرائض وخصوصًا الصلاة، وفي الترتيب الثالث جاء سلوك عدم الإهتمام بالعمل، وقيمة العمل في رقي المجتمع وتقدمه، بينما حل سلوك عدم إحترام الآخرين في الترتيب الرابع، ثم سلوك الكذب في الترتيب الخامس والأخير.

- أظهرت نتائج الدراسة كذلك أن ترتيب صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية بالنسبة للشباب عينة الدراسة جاءت في الترتيب الأول من بين الصفحات المختلفة على الفيس بوك، كما حصل تقييمهم لهذه الصفحات الدعوية الإسلامية على درجة ممتاز.

- أظهرت نتائج الدراسة كذلك أن مقترحات الشباب الجامعي عينة الدراسة لتوظيف الفيس بشكل جيد لإستقطاب الشباب نحو الصفحات الدعوية الإسلامية، ونشر الوعي والقيم الدينية بينهم؛ مما يدفع الشباب نحو المشاركة الدينية في هذه الصفحات الدعوية الإسلامية في المستقبل، كان أهمها: الإكثار من هذه الصفحات، يليه الوسطية والمرونة وكيفيه الرد على معظم التساؤلات الشائعة وخصوصًا بين الشباب، يليه أن تهتم بالجوانب الدينية المختلفة للمسلم، الإعلان الجيد لهذه الصفحات على الفيس بوك، يليه التقرب من تفكير الشباب والقرب من مشاكلهم وكيفيه حلها، العمل بشكل أفضل على انتشار هذه الصفحات والتركيز على القيم الأخلاقية والسيرة النبوية، يليه انتقاء خطب وكلمات للمشايخ الذين يتمتعون بمصداقية عالية لدى الناس

أمثال الشيخ الحويني، والبعد كل البعد عن المشايخ الذين يعملون بالسياسة، يليه الإهتمام بشكل وأسلوب الصفحات لتضاهي غيرها.

ثانيا :نتائج إختبارفروض الدراسة:

تحاول الدراسة إختبار الفروض الآتية:

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافيه للشباب الجامعي المصري "النوع، الجامعة"، في حجم إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية

1(أ): الفروق بين الذكور والإناث في حجم إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

جدول رقم (23) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في حجم استخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

الجنس / المتغير	ذكور (ن=200)		إناث (ن=200)		ت	مستوى المعنوية د.ح398
	م	ع	م	ع		
حجم إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية	7.8	1.18	7.5	1.09	2.898	0.01

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في حجم إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية لصالح الذكور، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.01.

1(ب): الفروق بين الجامعات في حجم إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

جدول رقم (24) يوضح توصيف الجامعات في حجم إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

الجامعات		ن	متوسط	انحراف معياري
حجم إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية	القاهرة	100	7.8	0.85
	كفر الشيخ	100	7.4	1.24
	6 أكتوبر	100	7.7	1.01
	الأزهر	100	7.8	1.39
	جملة	400	7.7	1.15

جدول رقم (25) يوضح الفروق في حجم إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية باختلاف الجامعات:

الفروق تبعًا لـ	البيان	مجموع الدرجات	د. ح	متوسط	ف	مستوى معنوية
حجم إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية	بين مجموعات	8.640	3	2.880	2.200	0.088 غير دالة
	داخل	518.400	396	1.309		
	مجموع	527.040	399			

من خلال الجدول السابق يتبين: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الجامعة في حجم إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05.

مما سبق يتضح عدم تحقق صحة الفرض الأول.

الفرض الثانى:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافيه للشباب الجامعي المصري "النوع، الجامعة"، ودوافع إستخدام صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية.

2(أ): الفروق بين الجنسين(ذكور- إناث) في دوافع تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

جدول رقم (26) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الجنسين في دوافع تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

النوع / المشاركة	ذكور ن=200		إناث ن=200		كا2	الدلالة د ح 2	معامل التوافق
	ك	%	ك	%			
للحصول على تفسير للآيات القرآنية	119	59.5	109	54.5	1.020	0.313	-
للتعرف على الفتاوى الدينية المختلفة	148	74	132	66	3.048	0.081	-
لزيادة المعلومات والمعارف الدينية	177	88.5	155	77.5	8.575	0.01	0.145
للاستماع لبعض الأناشيد الدينية	102	51	46	23	33.634	0.001	0.279
شغل وقت الفراغ والتسلية	70	35	54	27	2.992	0.084	-
لمعرفة أحكام التجويد المختلفة	88	44	64	32	6.112	0.05	0.123
وسيلة لذكر الله والتذكير بالدين لاستغلال الوقت فيما ينفع وعدم تضييعه فيما يغضب الله	7	3.5	9	4.5	0.260	0.610	-

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في دوافع تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية، حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، فيما كانت هناك فروق في لزيادة المعلومات والمعارف الدينية وللاستماع لبعض الأناشيد الدينية ولمعرفة أحكام التجويد المختلفة لصالح الذكور، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05.

2(ب):الفروق بين الجامعات دوافع تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

جدول رقم (27) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الجامعات في في دوافع تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

الجامعة / المشاركة	القاهرة ن=100		كفر الشيخ ن=100		6 أكتوبر ن=100		الأزهر ن=100		كا2	الدلالة د ح 6	معامل التوافق
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
للحصول على تفسير للآيات القرآنية	64	64	44	44	52	52	68	68	14.851	0.01	0.189
للتعرف على الفتاوى الدينية	72	72	64	64	72	72	72	72	2.286	0.515	-

المختلفة											
لزيادة المعلومات والمعارف الدينية	76	76	76	76	76	92	92	88	88	14.458	0.01	0.187
للاستماع لبعض الأناشيد الدينية	36	36	28	28	32	32	52	52	14.243	0.01	0.185
شغل وقت الفراغ والتسلية	32	32	24	24	28	28	40	40	6.545	0.088	-
لمعرفة أحكام التجويد المختلفة	36	36	36	36	36	36	44	44	2.037	0.565	-
وسيلة لذكر الله والتذكير بالدين لاستغلال الوقت فيما ينفع وعدم تضييعه فيما يغضب الله	4	4	4	4	4	4	4	4	0.000	1.00	-

يتضح كذلك: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجامعات الحكومية والخاصة في دوافع تصفح صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية، حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، فيما كانت هناك فروق في للحصول على تفسير للآيات القرانية، ولزيادة المعلومات والمعارف الدينية و للاستماع لبعض الأناشيد الدينية لصالح جامعة الأزهر، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.01.

مما سبق يتضح عدم تحقق صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافيه للشباب الجامعي المصري " النوع، الجامعة"، في الإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية.

3(أ): الفروق بين الذكور والإناث في الإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

جدول رقم (28) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في الإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

الجنس / المتغير	ذكور (ن=200)		إناث (ن=200)		ت	مستوى المعنوية د.ح398
	م	ع	م	ع		
الإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية	3.9	1.87	3.4	1.80	2.776	0.01

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في الإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية لصالح الذكور، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.01.

3(ب):الفروق بين الجامعات في الإشباعات المتحققة من استخدم الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

جدول رقم (29) يوضح توصيف الجامعات في الإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية:

الجامعات		ن	متوسط	انحراف معياري
الإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية	القاهرة	100	3.4	11.97
	كفر الشيخ	100	3.8	1.85
	6 أكتوبر	100	3.5	1.95
	الأزهر	100	3.9	1.59
	جملة	400	3.7	1.85

جدول رقم (30) يوضح الفروق في الإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية باختلاف الجامعات:

الفروق تبعا لـ	البيان	مجموع الدرجات	د. ح	متوسط	ف	مستوى معنوية
الإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية	بين مجموعات	18.720	3	6.240	1.829	0.141 غير دالة
	داخل	1351.040	396	3.412		
	مجموع	1369.760	399			

من خلال الجدول السابق يتبين: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في الإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية،حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05.

مما سبق يتضح عدم تحقق صحة الفرض الثالث.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية وأثرها في تغيير القيم والسلوكيات الدينية لدى الشباب الجامعي المصري في حياته اليومية.

جدول رقم (31) يوضح العلاقة بين دوافع إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية وأثرها في تغيير القيم والسلوكيات الدينية لدى الشباب الجامعي المصري في حياته اليومية:

المتغير	دوافع استخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
القيم والسلوكيات الدينية لدى الشباب الجامعي المصري في حياته اليومية	**0.551**	طردي	متوسط	0.01

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين دوافع إستخدام الشباب الجامعي لصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية وأثرها في تغيير القيم والسلوكيات الدينية لدى الشباب الجامعي المصري في حياته اليومية،حيث كانت (0.3<ر0.6) وهي دالة عند مستوى 0.01.

مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الرابع.

الفرض الخامس:

توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيًا بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية وأثرها في تعزيز القيم الدينية، والإشباعات المتحققة لديهم من إستخدام تلك الصفحات الدعوية.

جدول رقم (32) يوضح العلاقة بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية و القيم الدينية، والإشباعات المتحققة لديهم من إستخدام تلك الصفحات الدعوية:

المتغير	تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
تعزيز القيم الدينية	**0.367**	طردي	متوسط	0.01
الإشباعات المتحققة لديهم من إستخدام تلك الصفحات الدعوية	**0.506**	طردي	متوسط	0.01

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية وتعزيز القيم الدينية, حيث كانت (0.3<ر<0.6) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية والإشباعات المتحققة لديهم من إستخدام تلك الصفحات الدعوية, حيث كانت (0.3<ر<0.6) وهي دالة عند مستوى 0.01.

مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الخامس .

توصيات الدراسة:

يقترح الباحث في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج مجموعة من التوصيات والمقترحات، منها:

1- من المهم للغاية اذا أردنا تطويع كل الوسائل التكنولوجية الحديثة في الدعوة

الإسلامية، ونشر القيم والسلوكيات الإسلامية الإيجابية خصوصًا بين فئات الشباب، من خلال الفيس بوك، يوتيوب، تويتر وغيرها من التكنولوجيات الحديثة، وأن نوحد الجهود، وأن نقوم بعمل مؤسسي كهيئة عالمية تأخذ في حسبانها تأسيس جهد يقوم على العمل الجماعي والمؤسسي لتطويع هذه الوسائل والمتابعة مع الشباب، ونضيف إلى ذلك أن يكون هناك دعم مادي كبير للقيام بكل هذه الخدمات الدعوية من قبل مؤسسات المجتمع المدني والجمعيات الخيرية بالمجتمع.

2- توصية الجهات المعنية والرسمية في مصر، مثل مؤسسة الأزهر الشريف ووزارة الاوقاف بتسهيل عمل الدعاة، والاستفادة من التقنيات التكنولوجية الحديثة في الاتصال المتوفرة الآن دون تطييق أو تحجيم وتوفيرها للدعاة والأئمة بتكلفة مناسبة، أو إعطائها لهم في شكل مكتبة تكنولوجية يقوم من خلالها الأئمة والدعاة بنشر تعاليم الدين الإسلامي وقيمه السامية، والتواصل مع الشباب لإبعادهم عن طرق الانحراف عن المسار الصحيح، وحمايتهم من الانضمام إلى الجماعات المتطرفة.

3- بإجراء المزيد من الأبحاث والدراسات المختلفة حول مزايا شبكة الإنترنت في الدعوة الإسلامية خصوصًا بين الشباب؛ لأنهم الفئة الأكثر إقبالًا على وسائل التكنولوجيا الحديثة، مثل شبكات التواصل الاجتماعي بكل أنواعها، والموسوعات الإلكترونية، وتطبيقات الهاتف الجوال، ومايشمله عالم الكمبيوتر من: (البالتوك، والبريد الإلكتروني، والمنتديات، وغرف الدردشة،..... وغيرها الكثير).

4- التوصية بخروج بعض الدعاة من صومعتهم، وعدم التقوقع حول الوسائل القديمة في الدعوة؛ لأن الشباب ينتظرون الجديد والجذاب، فالداعية مطالب بتطوير

وسائله الدعوية، خصوصًا الموجهة للشباب، بما يتناسب مع الشريعة الغراء، كما أنه من الضروري أن نوضح أن الإسلام لم يحدد لنا خريطة طريق دعوية محددة نسير عليها لا يمكن أن نتجاوزها وأن نبتكر فيها أو نجدد في رحابها، بل ترك لنا مساحة كبيرة للابتكار، ووضع لنا قاعدة ثابتة في السير على منهج الدين، بدون إفراط ولا تفريط، قال تعالى: "ادع إلى سبيل ربك بالحكمة" (النحل:521)، والحكمة هي وضع الشيء المناسب في المكان والزمان المناسبين، مع خلال الشخص المناسب.

5- التوصية كذلك لدى المؤسسات الدينية بالدولة بالقيام بإنشاء معاهد للدعاة تكون مختصة بتطوير أداء الداعية، وإكسابه المهارات اللازمة، وتدريبه على إتقان التعامل مع الوسائل التكنولوجية الحديثة وكيفية تطويعها لخدمة الدعوة الإسلامية، والعمل على تثقيف الشباب دينيًّا واجتماعيًّا.

6- إجراء دراسات على الشباب في المجتمعات العربية بشكل عام دراسة مقارنة لمناقشة الشباب العربي في مجمل قضاياهم، خصوصًا الدينية والدعوية، واقتراح الحلول الإسلامية الوسطية لحلها من خلال بحوث علمية أصيلة تعالج ذلك.

7- كذلك توصي الدراسة في ضوء نتائجها بإجراء المزيد من البحوث العلمية حول سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب العربي، فكما أن لهذه المواقع إيجابيات فهي كذلك تحمل من السلبيات الكثير التي تنعكس على سلوكيات الشباب العربي المسلم، وعلى عقيدتهم وقيمهم وأخلاقهم، ولكي نصل بشكل علمي منهجي أصيل لحلول لهذه السلبيات في ضوء رؤية إسلامية وسطية تستمد أصولها من القرآن الكريم وأحاديث النبي (صلى الله عليه وسلم)؛ لإيصال شبابنا العربي المسلم إلى بر الأمان.

8 - الاهتمام بصفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية من حيث الشكل والتصميم الفني

لتلك الصفحات، فنحن نعرف جميعاً أن التصميم الفني الجيد لشكل الصفحة الدعوية له دوره في جلب الشباب والزوار، وترددهم على الموقع باستمرار ومتابعته بكل شغف؛ لمعرفة كل ما هو جديد من معارف ومعلومات حول الدين الإسلامي الحنيف، وكذلك الاهتمام بوجود أرشيف بهذه الصفحات الدعوية؛ لأن معظم هذه الصفحات لا يوجد بها أرشيف يسهل الرجوع إليه وقت الحاجة.

9- كما توصي الدراسة كذلك بابتعاد هذه الصفحات الدعوية الإسلامية على الفيس بوك عن الخلافات المذهبية، وعدم تأجيج العنصرية والعرقية، والبعد كل البعد عن التشرذم في الأفكار؛ لأن ذلك من شأنه تشتيت الشباب، وجعل الرؤية لديهم ضبابية بدرجة كبيرة.

10- توصي الدراسة أيضا بإقامة مشروع إعلامي دعوي إسلامي على موقع الفيس بوك تشترك فيه جميع الدول العربية يكون مقره المملكة العربية السعودية يواكب التكنولوجيا الحديثة، يكون هدفه في المقام الأول العمل على نشر الإسلام، ونشر مبادئه، وقيمه، وأخلاقياته، ويحافظ على التراث الإسلامي لهذه الأمة المحمدية العريقة.

11 - يأتي هذا البحث محاولة لبناء رؤية واقعية حول مستقبل نشر الفكر الإسلامي عبر شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها ساحة جديدة يمكن للعلماء والمختصين بالفكر الإسلامي أن يسخروها لنشر هذا الفكر للإنسانية جمعاء، وختامًا أوصي بأنه في حال استغلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلى رأسها الفيس بوك بالصورة المثلى فإن فوائد جمة يجنيها المجتمع من وراء ذلك؛ إذ أصبحت حلقة وصل بين المؤسسات والأفراد فيه، كما أنها أصبحت تشكل مجسات معرفيه لأحوال المواطنين في المجتمع، خاصة الفئة النشطة منهم، وهي الشباب.

المراجع والهوامش:-

(1) Available (On Line). emag.mans.edu.eg/media/upload/27/log./2015/8/10.

(2) أشرف جلال حسن ، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية،(جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، المؤتمر العلمي السنوي الثالث، الإعلام والأسرة وتحديات العصر، في الفترة من 15-17 فبراير2009)، ص478.

(3) Available (On Line). http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/,ReseaechDate April14th, 2015./2015/4/14.

(4) عبدالكريم العجمي الزياني، إستخدامات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها (الفيس بوك نموذجًا)- دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعتي الفاتح وناصر الأممية في ليبيا، رسالة ماجستير منشورة بمجلة البحوث الإعلامية ،(جامعة الفاتح: كلية الفنون والإعلام، قسم الإعلام ،2010)،ص 65.

(5) Available (OnLine). http://main.islam message.com/newspage.aspx?id=5587. 2015/7/4.

(6) Available (On Line). http://www.noslih.com/moslem-family-section/263-2014-10-27-14-46-44.

(7) علي ليلة، تأثير الفيس بوك على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب، (المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني : مؤتمر الفيس بوك والشباب، ،يوليو2009)، ص23.

(8) Meek,C,Madge,J,Wellens, J,Hooley,T.”Facebook, social Integration and informal learning at University”:It is more for socializing and Talking to Friends about work than for actually doing work learning ,Media and Technology,34.(2),.2009.

(9) نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية والإجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الإجتماعية، دراسة على موقع الفيس بوك Facebook، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ،المؤتمر العلمي الأسرة والإعلام وتحديات العصر ، 15-17فبراير2009)، ص 935-1035 .

(10) Guzin,S.and Kocak,Y. “Gender differences in using social network”.The Turkish on line Journal of educational Technology ,2011,(10)2,pp.133-139.

(11) Lampe,C. et.al.”Students use of facebook for organizing Collaborative classroom activites”.The international Journal of computer – supported Collaborative Learning ,2011,pp.329-347.

(12) Badge,J.l.et al. “Beyond marks:New tools to visalise student engagement via social”networks.Research in learning technology, volume20.RetrievedonFebruary,25,2012,form htt://lra.le.ac.uk/handle/238/10086.

(13) علاء أحمد الدحدوح، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية Face book في الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجامعة الإسلامية غزة: كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس ،2012)،ص7-9.

(14) Lucia, Vesnic.”Political participation and Web 2.0 in Europe”:acase study of facebook in public relations review in press. Corrected

proof 25 February,2012,availableon line. http://WWW.scien cedireat.com.seience/article /pii/50363811112002275.

(15) Meredith.Conroy. et.al." Facebook and political engagement: a study of on line political group member ship and of line political engagement". Computers in humen behavior press corrected proof, 24April 2012, available on line.

(16) أميمة عمران، التعرض للمواقع الدنية بالإنترنت وعلاقتة بمنظومة القيم لدى الشباب، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بالصعيد،(جامعة القاهرة: كلية الإعلام ،المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، 2007)،ص 1301- 1361.

(17) سامية زكي يوسف، شبكة الإنترنت وأثرها على الشباب المصري، دراسة سوسيولوجية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علم الاجتماع ،2008)،ص17-22.

(18) Tiffany A.Pempek,Yevdokiya A. Yermolayeva. "Colleges students social net working experiences" on facebook ,USA, Journal of Applied Developmental Psychology, Volume (30),Issue (3), ,pp223-233.2009April,

(19) محمد سعد الدين محمد، دور شبكة الإنترنت في إكساب الشباب بعض السلوكيات السلبية التي تتعارض مع القيم الأسرية - دراسة تحليلية وميدانية، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ،المؤتمر العلمي الأسرة والإعلام، وتحديات العصر، فبراير 2009)،ص470.

(20) وليد رشاد، المجتمع الافتراضي، دراسة في أزمة منظومة قيم الأسرة المصرية، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام ،المؤتمر العلمي الأسرة والإعلام وتحديات العصر، فبراير 2009)،ص754 .

(21) Phillip P. G.Payne."The globally great moral challenge:eccentric democracy ,vlues, morals and meaning" , Environmental Education Research , volume(16), Issue(1).2010,pp153-171.

(22) Lone,Morris.Jorgensen ,and Sue Ann Ryan."Relativism, values and morals science" , volume (13),Issue(3) , April,2010,pp223-233.

(23) Wiley. C, M.Sisson."Ethics, accuracy and assumption:the use of Facebook by students and employers", paper presented at the Southwestern Ohio Council for Higher Education special Topics forum, Dayton,Oh, November,2011.

(24) Bar- Tura,A."Wall-to-wall or face –to- face" , in facebook and philosophy, D-E.wittkower (ed.),Chicago:open court ,2012,pp231-239.

(25) Steven ,Mintz. "Ethics sage:social media" ,WWW.ethics sage.com /social-media.2012.

(26) رباب رأفت محمد الجمال، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي- دراسة ميدانية،(المجلة العربية للإعلام والاتصال:العدد الحادي عشر، رقم (2) ،مايو 2014)،ص 89.

(27) باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت، دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري، قسنطينة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة منتوري: قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال ، 2008)،ص19.

(28) Raak, J.and Bonds,J. "My space and Facebook, Appling the uses and Graification theory to exploring friends – net working sites".Cyber Pschology and behavior,(11),2,2008,pp169-179.

(29) رفعت محمد عثمان الضبع، استخدام المراهقين بالعالم العربي للفيس بوك والإشباعات المتحققة لديهم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، المجلد التاسع، العدد الثالث، 2009)،ص420.

(30) عزة عبدالعزيز عثمان ، العوامل المؤثرة على استخدامات الفتيات في السعودية ومصر للإنترنت- دراسة مقارنة،(جامعة الملك سعود: كلية الآداب، قسم الإعلام ، المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، مارس 2009)،ص247.

(31) Urista,M.,Dong, Q.,and Day,K. "Explaining why Young adults use My space and Facebook through uses and gratifications theory".Human Comunication,(12),(2),2009,pp 215-229.

(32) جارح بن فارس العتيبي، استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية شبكة الفيس بوك (Face book)، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الملك سعود: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2011)،ص 17.

(33) حمزة السيد حمزة خليل، استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير المصرية والإشباعات المتحققة منها، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة طنطا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي،2012)، ص 40- 56.

(34) Available (On Line). www.ensanyat.com. 201/8/5.5/

(35) محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،ط2، (القاهرة:عالم الكتب،2004)، ص159.

(36) سمير محمد حسين ،تطبيقات في مناهج البحث العلمي ،(القاهرة: عالم الكتب ،1995)، ص85.

(37) بركات عبدالعزيز ، أسس مناهج البحث الإعلامي،ط1، (القاهرة: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع،2011)،ص 107.

(38) ممدوحة محمد سلامة ، مقدمة في علم النفس، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية،1996)،ص 519.

(39) أميرة محمد محمد سيداحمد ،مرجع سابق ، ص172.

(40) محمود حمدي عبدالقوي ، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب ،(جامعة القاهرة: كلية الإعلام ،ورقة بحثية منشورة في المؤتمر العلمي الدولي الخامس ، الإعلام والإصلاح- الواقع وتحديات العصر ، الجزء الثالث ،7-9 يوليو 2009)،ص1569.

(41) الزمخشري ، أساس البلاغة ،(القاهرة: دار الكتب المصرية ، الجزء الثاني ،1974)،ص528.

(42) جمال الدين ابن منظور ، لسان العرب ،(القاهرة : دار المعارف ، المجلد 12، 1979)،ص 500.

(43) جمال الدين ابن منظور، لسان العرب ، المرجع السابق ،ص502.

(44) طلعت عبد الحميد وآخرون ، قضايا في علم إجتماع التربية المعاصرة ،(القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية ،2002)،ص31.

(45) زكريا صالح زكريا، القيم المربية المتضمنة في الإذاعة المدرسية بالحلقة الثانية من التعليم الأساسي بمصر، رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة الدول العربية : معهد البحوث والدراسات العربية ، قسم البحوث والدراسات التربوية،2016) ،ص77.

(46) عباس محجوب ، مشكلات الشباب -الحلول المطروحة والحل الإسلامي ،ط2،(قطر: رئاسة المحاكم
الشرعية والشئون الدينية، 1986)،ص 21.

(47) Hesham, Mesbah. "Uses and gratification of television viewing among Egyptian adults," (Unpuplished Thesis). Department of Journalism and Mass communication, The American University, Cairo, Egypt, 1991,p12.

(48) Werner J. severin and James W.Tankard, "Communication theories ; origins , methods and uses" , (USA: Longman Press ,), 3rd edition.,1992 ,p p. 269-270.

(49) Joseph c. Conway, and Alan. Rubin, "Psychological predictors of T.V viewing motivation", Communication research. (Vol.18.NO4, Aug, 1991) P.P. 343-344.

(50) محمد سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، ط1، (الرياض: مكتبة العبيكان للنشر،1997)،ص47.

(51) Katz, Blumler. and Gurevitch, "Utilization of Mass communication by the individual", In Jay D. Blumler and Elihukatz (EDS), The uses of Mass communication: current perspectives of Gratifications research , USA ; sage publications , 3rd edition ,1974, pp.21-22.

(52) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، القاهرة: الدار
المصرية اللبنانية، 1998.242 ،ص)

(53) Denis, M.et.al, "Mass communication theory. An Introduction", 2ed Edition. London: Sage Publication, 1988,p222.

(54) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق،ص 247.

(55) صلاح الدين بسيوني رسلان، القيم في الإسلام بين الذاتية والموضوعية ، (القاهرة : دار الثقافة للنشر، 1990) ،ص5.

(56) ضياء زاهر، القيم في العملية التربوية ، (القاهرة : مؤسسة الخليج العربي ، 1984) ، ص7.

(57) ناصر محمد العديلي ، السلوك الإنساني والتنظيم ، (المملكة العربية السعودية : معهد الأدارة العامة ، 1995) ، ص35.

(58) وضحي على السويدي ، القيم المتضمنة بأسئلة كتاب التربية الإسلامية للصف السادس الأبتدائي ، (دولة قطر: مجلة كلية التربية ، العدد 21 ،1992)، ص 297.

(59) عبدالرحمن صالح وآخرون ، بناء مقياس القيم الإجتماعية في الإسلام ، (مجلة مؤتة للبحوث والدراسات ، المجلد السادس ، العدد الثالث ، 1991) ،ص108.

(60) حامد عبدالسلام زهران ، علم النفس الإجتماعي ،ط5 ،(القاهرة : عالم الكتاب ،1984) ،ص124.

(61) علياء شكري ، الطفل والتنشئة الإجتماعية ، (الأسكندرية : دار المعرفة الجامعية ،1994) ،ص340.

(62) إعتماد محمد علام ، أختلالات منظومة القيم في عالمنا المعاصر،(المنيا : بحوث منشورة في أعمال الندوة العلمية الثانية ، كلية الآداب ،جامعة المنيا ،2013)،ص14.

(63) محمد أحمد المبيض ،مفهوم القيم الخلقية في الإسلام ،2015/5/29 متاح على :
http:// rasael noor.blog spot .com 2012/05/blog- post -292.html.

(64) حسن الصفار، المفاهيم الأخلاقية قيم مشتركة بين الدانات ،2015/6/16 متاح على :

Id=3372-2/1/2015.http://www.saffar.org/?act=artand

(65) أمل السيد عبدالحكم صقر ، القيم الدينية المتضمنة في مواقع الإطفال الالكترونية - دراسة تحليلية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهدالدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل ،2014)،ص46.

(66) أمينة السيد عثمان ، التعرف على أثر المحتوي وطريقة التدريس للدراسات الإجتماعية في إكساب تلاميذ المرحلة الأبتدائية ببعض القيم الخلقية والإجتماعية ،(جامعة عين شمس : مجلة كلية التربية ،العدد الثاني عشر،الجزء الاول ،1989)،ص141.

(67) خليل وديع شكور ، أبحاث في علم النفس الإجتماعي وديناميةالجماعة ،ط1، (لبنان : دار الشمال للطباعة ، 1989)،ص 214-215.

(68) فاروق عبدالحميد اللقاني ، تثقيف الطفل ، (الأسكندرية : منشأة المعارف ،1995)، ص 48-49.

(69) أحمد زايد ،الأسرة والطفولة، (الأسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، د.ت)،ص361.

(70) Red, Former,J "value social studies and reality", social studies, Vol-74,No 2 ,1983.P52.

(71) عبدالله شحاتة ،الشباب المسلم والقضايا المعاصرة ،سلسلة إقرأ،(القاهرة : دار المعارف ، العدد 596، د.ت)،ص 38.

(72) كمال الدين عبدالغني المرسي ،من قضايا التربية الدينية في المجتمع الإسلامي ،ط1،(الأسكندرية: دار المعرفة الجامعية ،1998)،ص175.

(73) عبدالله شحاتة ،الشباب المسلم والقضايا المعاصرة ، مرجع سابق ، ص39.

(74) أميرة عبدالرحمن محمد ، القيم الإجتماعية بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العلا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الإطفال ،2011)، ص 58.

(75) عبدالباسط محمد ، عرض تحليلي لمفهوم القيمة في علم الإجتماع ، (القاهرة : المجلة الإجتماعية القومية ، العدد الأول ،المجلد السابع ،1970) ،ص89.

(76) سيد صبحي ، الإنسان وسوكة الإجتماعي ،(القاهرة : دار المهرجان للطباعة ، 1979)،ص94.

(77) محمد السعدي فرهود ، رسالة الجامع الأزهر عبر التاريخ في محو الأمية وتعلم الكبار، مجلة النيل، (القاهرة : مركز النيل للإعلام والتعلم والتدريب، يناير 1984)،ص 185.

(78) منصور الرفاعي عبيد ، مكانة المسجد ورسالتة ،ط1، (القاهرة: مكتبة الدار العربية للكتاب ،1997) ،ص 24.

(79) محمد حسونة ، وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر ، (تونس: المنظمة العربية للثقافة والتربية والعلوم ، 1992) ، ص161.

(80) محمد وفائي العلاوي ، دور التربية الإسلامية في بناء شخصية الطفل ، (جامعة الأزهر:كلية الدراسات الإنسانية ،أبحاث المؤتمر الدولي للطفولة في الإسلام ، القاهرة من 9 إلى 12 إكتوبر 1990)،ص 471.

(81) فيصل حسون ، الإعلام الإنساني والعلاقات الإنسانية – النظرية والتطبيق ، (الرياض: أبحاث ووقائع اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي ،1976)،ص454- 459.

(82) عبدالوهاب كحيل ، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي ،ط1، (القاهرة: عالم الكتب ،1985)،ص88.

(83) عبدالله شحاتة ،الشباب المسلم والقضايا المعاصرة ، مرجع سابق ، ص45.

(84) إبراهيم إمام ،إصول الإعلام الإسلامي ،ط2، (القاهرة: دار الفكر العربي ،1985)، ص47.

(85) عبدالوهاب كحيل ، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص 83-

.96

(86) محمد محمد عبد ربة ، أثر المدرسة ووسائل الإعلام في الثقافة الدينية للطلاب ، (جامعة الأزهر : مجلة كلية التربية ،العدد 76، فبراير 1999)،ص13.

(87) Mia Lovhein, "Religious Socialization In Amedia Age",Nordie Journal Of Religion and Society, Vol.25,No.2,2012,PP.162-163.

(88) Steven Knowles, "Rapture Ready and The World Wide Web:Religious Authority On The Internet,"Journal of Media and Religion,Vol.12,Issue,3,
2013,p.128.

(89)Pauline H.Cheong,"Tweet The Message?Religious Authority and Social Media Innovation",Journal Of Religion, Media and Digital Culture,Vol.3,Issue3,
December2014,PP.2-8.

(90) Mia Lovhein, "Religious Socialization In Amedia Age",Op.Cit,P.163.

(91) Pauline H.Cheong,"Tweet The Message?Religious Authority and Social Media Innovation",Op.Cit,P.1.

(92) Mia Lovhein, "Religious Socialization In Amedia Age",Op.Cit,P.151.

(93)Merlyna Lim,"Life Islocal In The Imagined Global Community:Islam and Politics in The Indonesian Blogosphere",Journal Of Media and Religion,Vol.11,Issue
3,2012,PP.127-140.

(94) أميرة محمد محمد سيداحمد ،دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب – دراسة ميدانية،المجلة العلمية لبحوث الصحافة ،(جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، قسم الصحافة ،العدد الثالث،يولية ـــ سبتمبر 2015) ،ص159.

(95) حمزة أبوشنب ، تقنيات التواصل الإجتماعي – الإستخدامات والمميزات، مقال منشور على بوابة الألوكة الثقافيه ، متاح على :ـــ
http://WWW. Alukah.net/Culture/0/59302.20/6/2015.

(96) محمد محمد صالح ، هوس الإنترنت وتداعياتها الإجتماعية والسياسية ،(القاهرة: المؤسسة العربية الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع ، د.ت)،ص230-233.

(97) يسري فهمي علي ، دور الصحف الإسلامية في تنمية الوعي الديني لدي الشباب الجامعي ـــ دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة الأزهر : كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، 2015)، ص223.

(98) علي حمودة جمعة ، أثر شبكة المعلومات الدولية في الوعي الديني للشباب الجامعي في مصر ، رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة الأزهر : كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، 2011)،ص253.

(99) علي حمودة جمعة ، المرجع السابق ، ص 256.

(100) حازم أنور محمد البنا ، مدي إدراك المراهقين لبعض القيم الأخلاقية التي تعكسها المسلسلات العربية التليفزيونية ـــ دراسة مسحية ،(جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الطفل ، 2001)،ص 114.

(101) Mia Lovheim, "Young People, religious identity and the internet".In Lorne L. Dawson , Douglas E.Cowan(Eds)", Religion online:Finding faith on the internet"(New York,NY:Routledge,2004)PP59-74.

(102) حمزة السيد حمزة خليل ،مرجع سابق ، ص231.
(103) حنان جنيد، تكنولوجيا الاتصال التفاعلى "الإنترنت" وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات الخاصة المصرية، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ،المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، ،يناير، مارس 2003).
(104) رباب رأفت الجمال، مرجع سابق ،ص131.
(105) أحمد يونس حمودة ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية ،2013)،ص 235.
(106) رباب رأفت الجمال ، مرجع سابق ،ص137.
(107) حنان بنت شعشوع الشهري ، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر نموذجًا- دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز بجدة، رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة الملك عبدالعزيز: كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، 2013) ،ص 211.
(108) رباب رأفت الجمال ،مرجع سابق ، ص145.
(109) نوف إبراهيم آل الشيخ ، أثر العولمة على القيم المحلية للشباب السعودي، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الملك سعود: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2008)،ص 197.
(110) حنان بنت شعشوع الشهري ،مرجع سابق،ص235.