

علاقة الشباب الأردني الجامعي بالمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحوها (دراسة مسحية)

د. بشار عبد الرحمن مطهر*

مقدمة

تعدُّ شبكاتُ التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك" "تويتر"، أو تطبيقات مثل "سكايب" أو "واتساب - من أفضل الوسائل التي ربما ميّزت العصر الحديث، وأسهمت في إحداث طفرة حقيقية في التواصل المباشر بين أجناس البشر بمختلف ديناتهم ومعتقداتهم وثقافتهم.

وظهرت عدة آراء تجاه تعامل هذه الوسائل الاتصالية الاجتماعية الحديثة مع المضمون الديني فمنهم من يرى أنها أتاحت فرصة لرجال الدين والدعاة في التعريف بالأديان والإسهام في تشكيل الوعي الديني لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ووفرت صفحات تسمح للراغبين بالتواصل بشكل مباشر مع رجال الدين والدعاة لعرض أسئلتهم، والوصول إلى اجابات عليها، وفي المقابل يرى أصحاب الرأي الآخر أن هذه المواقع والبرامج الاتصالية أصبحت منبرا لنشر معلومات خاطئة، لتشويه الأديان، أو الدعوة للكراهية وعدم التسامح، بل امتد الأمر لتأسيس مجموعات لتهاجم العقيدة الإسلامية وتؤثر على معتقدات الفرد المسلم.

ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة لمعرفة علاقة الشباب الأردني بالمضامين الدينية بمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحوها دورها في تشكيل الوعي الديني، فضلاً عن معرفة إدراكهم لتأثيراتها السلبية في المجال الديني على أنفسهم وعلى الآخرين جراء ذلك الاستخدام بالإضافة إلى معرفة مدى قبولهم لوضع بعض الإجراءات الرقابية للحد من تلك التأثيرات السلبية.

أولاً: مشكلة الدراسة

تتحدد مشكلة هذه الدراسة في معرفة علاقة الشباب الأردني بالمضامين الدينية بشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحوها، فضلاً عن معرفة إدراكهم لتأثيراتها السلبية في المجال الديني على أنفسهم وعلى الآخرين جراء ذلك الاستخدام بالإضافة إلى معرفة مدى إدراكهم لقبول وضع بعض الإجراءات الرقابية للحد من تلك

* أستاذ مشارك بجامعة صنعاء واليرموك

التأثيرات السلبية، وكذلك معرفة تأثير المتغيرات الديموغرافية على ذلك، وقد تم معالجة هذه المشكلة في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث.

ثانياً: أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من الآتي:

- تعتبر هذه الدراسة جديدة في مجال الإعلام الجديد لقلّة البحوث والدراسات في مواقع التواصل الاجتماعي والمضمون الديني والتي لم تحظ بالاهتمام الكافي في بحوث ودراسات الاتصال.
- الاعتماد المتزايد للشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أشارت إليه معظم الدراسات السابقة المتعلقة بهذا الشأن.
- انتشار الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي وتبادل المعلومات الدينية بصورة غير مسبوقّة بين أفراد المجتمع.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تتمحور أهداف هذه الدراسة في الآتي:

- معرفة عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) للمضمون الديني بشبكات التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن اتجاه الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني.
- معرفة ادراك الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) للتأثيرات السلبية في المجال الديني على انفسهم وعلى الآخرين جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة مدى قبول الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) لوضع بعض الاجراءات الرقابية للحد من التأثيرات السلبية جراء استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة تأثير المتغيرات الديموغرافية لدى الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) على عادات وانماط الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين(الشخص الثالث)، والاهل والاسرة والاصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

رابعاً: الإطار النظري

نظرية تأثر الشخص الثالث: Third-Person Effect

تعتمد الدراسة الحالية في إطارها النظري على نظرية تأثير الشخص الثالث؛ حيث تعد إحدى أهم الاتجاهات العالمية الحديثة التي اهتمت بالكشف عن التأثيرات غير المباشرة للرسائل الإعلامية في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال.

وتعود الجذور التاريخية لنظرية تأثير الشخص الثالث إلى عالم الاجتماع الألماني "فيليب دافيسون" الذي ذهب إلى أن أفراد الجمهور يعتقدون أنهم لا يتأثرون بتأثيراً كبيراً بالرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها - باعتبارهم الشخص الأول - وينسحب نفس الحكم على أقرانهم الذين يشبهونهم - باعتبارهم الشخص الثاني - بينما يتأثر الآخرون ممن لا يشبهونهم اجتماعياً وثقافياً - الشخص الثالث - تأثيراً كبيراً^(١)

فروض النظرية

أولاً: الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث

اسماه بعض الباحثين بالتحيز الإدراكي Perceptual Bias ويشير إلى تحيز الفرد لذاته عند تقديره لتأثير المضامين الإعلامية، فمضمون الرسائل السلبية يرى أنها تؤثر على الآخرين بدرجة أكبر من التأثير على الذات، في حين يفترض أن يحدث عكس ذلك عندما تكون الرسائل ايجابية^(٢).

هذا وقد اثبتت الدراسات أن التباين في إدراك أفراد الجمهور لتأثير الرسائل الإعلامية على ذاتهم وعلى الآخرين يمكن تفسيره في ضوء عاملين أساسيين، أولهما: التقليل من قيمة تأثيرات الرسائل الإعلامية على الذات؛ حيث يفترض "Perloff" أن الفرد يخضع لعمليات إدراكية تدفعه إلى الإدعاء بأنه لم يتأثر بالمحتوى الإعلامي الذي يتعرض له، حتى وإن كان قد تأثر بالفعل، وذلك من أجل الاحتفاظ بقيمته الذاتية وتقديره لذاته وتعزيز صورته الإيجابية عن ذاته^(٣) وقد أكد هذا الافتراض العديد من الدراسات التي وجدت أن الأفراد لديهم ما سموه بالتحيز للذات بمعنى أنهم يرون أنفسهم أقل تأثراً بالرسائل السلبية من الآخرين لأنهم أكثر ذكاءً من غيرهم^(٤)، أما العامل الثاني فيتمثل في: المبالغة في تقدير تأثيرات الرسائل الإعلامية على الآخرين؛ حيث يذهب "Perloff" إلى أن الأفراد لديهم هياكل معرفية تتضمن مجموعه من المعتقدات التي تتعلق بأن وسائل الإعلام قادره على مناورة المشاهدين وخداعهم والتلاعب بأفكارهم^(٥)، ولذا يجب فرض رقابه وقيود على وسائل الإعلام .

ثانياً: الفرض السلوكي لنظرية تأثر الشخص الثالث:

استهدف دافيسون اختبار المكون السلوكي في نظرية الشخص الثالث، حيث وجد أن الناس تؤيد فرض القيود على المضامين الإعلامية التي لها تأثير ضار على الآخرين "فالأكثر إدراكاً لتأثر الشخص الثالث هو الأكثر تدعيماً لفكرة الرقابة أو القيود على المضامين الإعلامية" **"The Greater the third person perception, the Greater the Support for Restrictions"**⁽⁶⁾

خامساً: الدراسات السابقة

تم استعراض التراث العلمي في محورين رئيسيين

المحور الاول: التراث العلمي المرتبط بنظرية تأثر الشخص الثالث : Third- Person Effect

تم في هذا المحور استعراض التراث العلمي المرتبط بنظرية تأثر الشخص الثالث Third-Person Effect.

حيث خلصت دراسة **Bengt Johansson (2002)**⁽⁷⁾ إلى أن الافراد يميلون إلى الاعتقاد في أن رؤاهم الشخصية للموضوعات السياسية أكثر اعتماداً على الخبرة الشخصية، وبالنسبة للآخرين تكون الاتجاهات السياسية أكثر اعتماداً على وسائل الاعلام، فضلاً عن أن مصادر المعلومات والاتصال الشخصي يؤثران على الآخرين أكثر من تأثيرهم على الذات .

وأظهرت دراسة **lee & Tamborini (2005)** التأثير السلبي للفن الاباحي على شبكة الانترنت وكذلك تأثر الشخص الثالث كان أكبر على الآخرين مقارنة بانفسهم، كما أيد المبحوثين بضرورة فرض رقابة على الانترنت⁽⁸⁾

وخلصت دراسة **Ron Leon, Wendy C. Peek & Kimberly L. Bissell (2006)** إلى تزايد توقع الأشخاص لحدوث تأثير برامج تلفزيون الواقع على الشخص الثالث في حالة تزايد المسافة الاجتماعية معهم (اعتماداً على السن)⁽⁹⁾

وانتهت دراسة **(Diefenbach & West, 2007)**⁽¹⁰⁾ إلى تأثير الشخص الثالث فالمشاهدون أدركوا أن الصور التليفزيونية لمرضى العقول تؤثر في الآخرين أكثر منهم أنفسهم.

واوضحت دراسة **Hyunyi Cho & Frnklin J. Boster (2008)** أن المراهقين يقدرّون تأثير الإعلانات التي تكافح تعاطي المخدرات على أساس خبرتهم

السلوكية، وتوقع الذات لتأثير وسائل الاعلام المؤيدة للمجتمع، فمن يتعاطى المخدرات يرى أن تأثير اعلانات مكافحة المخدرات أقل عن الذي لايتعاطاها^(١١).

وانتهت دراسة حنان حامد(٢٠٠٨م) إلى عدم وجود فروق بين الذكور والاناث من الشباب المصري في الاعتقاد في اتجاه تأثير الاغاني المصورة على الآخرين^(١٢)

وايدت دراسة Erica Scharrer & Ron Leone(2008) ادراك الشخص الثالث، فالمبحوثون ادركوا أن الاصغر سنا من الآخرين اكثر قابلية للتأثر بالعباب الفيديو عن الآخرين من نفس عمر المبحوثين^(١٣).

وتوصلت دراسة Michael P. Boyle, Douglas M. Mcleod & Hernando Rojas (2008) أن تعزيز الذات لم يتضح بأن له تأثير مباشر على إدراك الشخص الثالث فيما يتعلق بالعباب الفيديو العنيفة أو علاقته بتأييد فرض رقابة حكومية عليها^(١٤).

وخلصت دراسة Zhi-Jin Zhong (2009) إلى أن إدراك عدم مرغوبة تأثيرات الألعاب على الآخرين سوف يكون اكبر من إدراك التأثيرات غير المرغوبة على الذات وقوة إدراك الشخص الثالث بدرجة اكبر بالنسبة إلى تأثيرات الألعاب غير المرغوبة، اكثر من تأثيرات الالعاب المرغوبة^(١٥).

وتوصلت دراسة بسنت مراد فهمي(٢٠١٠) إلى وجود فروق دالة احصائيا في مستوى ادراك الشباب الجامعي لحدوث تأثيرات سلبية من برامج تليفزيون الواقع عليهم في مقابل تأثر الآخرين (التأثير السلبي الأكبر على الآخرين)^(١٦).

واثبتت دراسة ياسمين فؤاد (٢٠١١) صحة الفرض القائل بان اعتقاد الأبناء بتأثر التفاعل الاسري لافراد أسرهم بمشاهدة المسلسلات المصرية الاجتماعية يزيد بفروق جوهرية عن اعتقاد هؤلاء الابناء بتأثر تفاعلهم الاسري هم بمشاهدة هذه المسلسلات^(١٧).

وخلصت دراسة مصطفى عطية(٢٠١١) إلى ان المبحوثين يعتقدون بدرجة كبيرة بتأثر سلوك الآخرين بصفة عامة بمشاهدة التدخين، تعاطي المخدرات ، الإثارة الجنسية والخمور في الدراما الأجنبية^(١٨).

وتوصلت دراسة دنيا فرحان (٢٠١٢) إلى وجود علاقة ارتباط طردية بين معدل تعرض المراهقين للمحتوى الاباحي بمواقع التسلية والترفيه وكل من التأثيرات السلبية والمدركة بشكل عام والمدركة على السلوك الاتصالي في استخدام الانترنت على الذات والآخرين^(١٩).

وخلصت دراسة اسماء عامر(٢٠١٣) إلى أن المبحوثين يتصورون أن المواد الاباحية عبر شبكة الانترنت لها تأثير سلبي اكبر على الآخرين من انفسهم، بالإضافة إلى أن التعرض للمواد الاباحية عبر شبكة الانترنت يؤثر على السلوك المتساهل جنسيا حيث يتصور المبحوثين أن الآخرين يتقبلون بعض السلوكيات المتساهلة جنسيا في العلاقات الرومانسية غير الزوجية^(٢٠).

وتوصلت دراسة Valarie Schwweis, Jennifer Billinson & T. Makana chock (2014) إلى أن تأثير الاخبار المنشورة على الصفحة الشخصية بموقع الفيس بوك اكثر تأثيرا على الآخرين من على انفسهم^(٢١)، وانتهت دراسة Marco Dohle & Uli Bernhard (2014) إلى تأييد البرلمانين في المانيا (عينة الدراسة) بضرورة فرض رقابة على الانترنت لما لها من تأثيرات سلبية على الآخرين مقارنة بالذات^(٢٢).

واظهرت دراسة Aliya & Anila (2014)^(٢٣) أن الباكستانيين يعتقدون بأن اقرانهم من الهند يتأثرون من الرسائل الاعلامية السلبية اكبر من تأثيرها عليهم. وانتهت دراسة انتصار سالم (٢٠١٥م) وجود علاقة ارتباطية بين ادراك الشباب الجامعي لتأثيرات محتوى العنف السياسي على المجتمع المصري واتجاهاتهم لفرض رقابة على الانترنت^(٢٤).

وتوصلت دراسة محمد ابراهيم (٢٠١٥م) إلى وجود فروق ذات دلالة بين مستوى إدراك المستخدمين لتأثرهم بالمحتوى غير المرغوب للإنترنت ومستوى إدراكهم لتأثرية الآخرين وهذه النتيجة اكدت دعم نظرية تأثير الشخص الثالث بافتراض أن الآخرين يتأثرون بدرجة أكبر وبسهولة عن الذات، وأن الرسائل الإعلامية لها تأثير أكبر على الآخرين مما هو عليهم إذا كانت الرسائل الإعلامية ذات نتائج غير مرغوبة^(٢٥).

وتظهر دراسة Seong Choul Hong (2015) ادراك المبحوثين الأمريكيين بتأثر الشخص الثالث بخصوص العاب الفيديو العنيفة بدرجة اكبر من المبحوثين الكوريين، وفي المقابل أشار المبحوثين الكوريين بضرورة فرض رقابة على العاب الفيديو العنيفة بدرجة اكبر من الامريكيين^(٢٦).

وخلصت دراسة Mina Tsay-Vogel (2015) إلى تحقق فرض الشخص الثالث، حيث اشار المبحوثين بتأثر الآخرين السلبي جراء استخدامهم لموقع الفيس بوك بدرجة اكبر من انفسهم^(٢٧).

وتوصلت دراسة (Wan Chi Leung and Ven-Hwei Lo (2015) إلى ضيق الفجوة الإدراكية لدى الطلاب المبحوثين بين تأثر الذات والآخرين فيما يتعلق بالرسائل الإيجابية التي تدعو إلى مكافحة تعاطي المخدرات عبر الإنترنت، واتسعت فيما يتعلق بالرسائل السلبية المعادية للمجتمع والتي تشجع تعاطي المخدرات^(٢٨).

وخلصت دراسة (Efficacy Beliefs in Third-Person Effects (2015) إلى تحقق فرض نظرية تأثير الشخص الثالث بان المبحوثين يعتقدون أن الآخرين أكثر عرضة للتأثيرات السلبية للمحتوى الجنسي في الأفلام^(٢٩).

وانتهت دراسة شادي إبراهيم (٢٠١٥) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية طردية بين إدراك المبحوثين لتأثير سلوكهم الشرائي بالإعلانات وتأثير الآخرين لصالح (التأثير الأكبر على الآخرين)^(٣٠).

المحور الثاني: التراث العلمي المرتبط بالقضايا الدينية والاعلام الجديد

تم في هذا المحور استعراض التراث العلمي المرتبط بالقضايا الدينية والاعلام الجديد، حيث توصلت دراسة علي جمعة (٢٠٠٣م) الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين مستوى التعرض للمواقع الاسلامية ودرجة الاستفادة بالموضوعات الدينية المتاحة عليها^(٣١)، وانتهت دراسة (Ali A.j.Al –kandari (2011) الى ان المبحوثين الذين استخدموا وسائل الاعلام التقليدية والحديثة بغرض الحصول على الاشباعات الدينية الاجتماعية، كانوا اكثر قبولا لفكرة الصدام بين الغرب والمسلمين^(٣٢)، في حين خلصت دراسة اميرة احمد (٢٠١٥م) الى ارتفاع اعداد المبحوثين الذين يتابعون الصفحات الدينية بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٧٨,٢%)^(٣٣). وفي المقابل انتهت دراسة (Mariam F.AL kazemi (2015) الى ان التعرض لوسائل الاعلام التقليدية والحديثة لم يؤثر على رغبة المبحوثين في الاتصال والنقاش حول الدين^(٣٤)، وفي نفس السياق اثبتت دراسة (Mariam F.AL kazemi (2015) ان المسلمين الذين يشاهدون التلفزيون هم اقل استعدادا للتواصل الديني مع الآخرين^(٣٥)، واخيرا انتهت دراسة ايمان فتحي (٢٠١٦م) الى ان نسبة (٨٥%) من افراد العينة الذكور لديهم اشتراك بتطبيق الفيس بوك الدعوي مقابل (٩٦%) من افراد العينة الاناث لديهن نفس الاشتراك^(٣٦).

التعليق على الدراسات السابقة

- وتوصلت معظم الدراسات العربية والاجنبية إلى تحيز الفرد لذاته عند تقديره لتأثير المضامين الاعلامية، فمضمون الرسائل السلبية يرى أنها تؤثر على الآخرين بدرجة اكبر من التأثير على الذات، في حين يفترض أن يحدث عكس

ذلك عندما تكون الرسائل ايجابية.

- اظهرت معظم الدراسات العربية والاجنبية أن المبحوثين يؤيدون فرض رقابة على المضامين الإعلامية التي لها تأثير ضار على الآخرين "فالأكثر إدراكاً لتأثير الشخص الثالث هو الأكثر تدعيماً لفكرة الرقابة أو القيود على المضامين الإعلامية"
- ندرة الأبحاث العربية والاجنبية السابقة التي تناولت نظرية تأثير الشخص الثالث تجاه المضامين الدينية، رغم وفرتها فيما يتعلق بالآغاني ومواد العنف والمواد الاباحية والالعب العنيفة وهذا ما يؤكد ضرورة إجراء هذه الدراسة.
- اشارت الدراسات السابقة العربية والاجنبية المتعلقة بالمضامين الدينية، بالتعرض المرتفع للقضايا الدينية من خلال شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي .
- اهتمت الدراسات السابقة التي استخدمت نظرية الشخص الثالث على المضامين السلبية، في حين تناولت قلة منها التأثير العكسي لبعض المضامين الايجابية بوسائل الاتصال.
- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد المتغيرات، وتصور العلاقات فيما بينها، وأساليب قياسها وصياغتها على شكل فروض، بالإضافة إلى مناقشة نتائج هذه الدراسة ومقارنتها بنتائج تلك الدراسات، ومحاولة تفسيرها في ضوء خصوصية الشباب الاردني الجامعي(عينة الدراسة).

سادساً: فروض الدراسة

الفرض الأول:

- توجد فروق دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين من الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:
- (أ) درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - (ب) درجة استخدامهم للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - (ج) نوع دوافعهم (الطقوسية والنفعية) جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - (د) درجة تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.

- (هـ) طبيعة المضامين الدينية التي يتعرضون لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (و) اتجاههم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني.
- (ز) ادراكهم بمدى وجودتأثيرات سلبية عليهم(الشخص الاول) بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ح) درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين(الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ط) درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ي) درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ك) درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثاني:

- توجد فروق دالة إحصائياً بين تخصص المبحوثين من الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:
- (أ) درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- (ب) درجة استخدامهم للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ج) نوع دوافعهم (الطقوسية والنفعية) جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- (د) درجة تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.
- (هـ) طبيعة المضامين الدينية التي يتعرضون لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (و) اتجاههم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني.
- (ز) إدراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- (ح) درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ط) درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ي) درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ك) درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث

- توجد علاقة ارتباط ايجابية بين درجة استخدام الشباب الجامعي الأردني للمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات الآتية:
- (أ) اتجاههم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني.
- (ب) زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي جراء استخدامهم للمضمون الديني.
- (ج) زيادة درجة اعتقادهم بضرورة وضع الرقابة على المضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرابع

- توجد علاقة ارتباط ايجابية بين ادراك الشباب الجامعي الأردني بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تعرضهم للمضمون الديني ودرجة اعتقادهم بوضع رقابة عليها.

الفرض الخامس

- توجد علاقة ارتباط ايجابية بين ادراك المبحوثين للتأثيرات السلبية الناجمة عليهم جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لاغراض دينية:
- (أ) زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي جراء استخدامهم للمضمون الديني.
- (ب) زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي جراء استخدامهم للمضمون.

(ج) زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي جراء استخدامهم للمضمون.

سابعا: الإجراءات المنهجية:

*** نوع الدراسة ومنهجها:**

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية والتي تهدف إلى وصف خصائص مجتمع معين من خلال جمع البيانات والمعلومات عنه وتحليلها وتفسيرها. حيث تهدف هذه الدراسة إلى وصف وتشخيص علاقة استخدام الشباب الأردني الجامعي بالمضمون الديني واتجاهاته نحوها.

كما استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح الذي يسمح باختبار فروض الدراسة واختبار العلاقة بين متغيراتها، وباعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات وأوصاف الظاهرة والأساليب التي اتبعت لمواجهة هذه الظاهرة ومعرفة كامل جوانبها المختلفة.

وفي إطار منهج المسح قام الباحث بمسح عينة عمدية من الشباب الأردني الجامعي.

*** مجتمع الدراسة:**

تمثل مجتمع الدراسة بالشباب الأردني الجامعي بجامعة اليرموك بمدينة اربد.

*** عينة الدراسة:**

اعتمدت هذه الدراسة على عينة عمدية بلغ قوامها (٣٨٦) مبحوثة ومبحوث من الشباب الأردني الجامعي من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والذي يتابعون المضامين الدينية.

ثامناً: أدوات جمع البيانات:

تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال استمارة الاستبيان عن طريق المقابلة، وطبقت على الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) وذلك لقياس المتغيرات والأبعاد التي تحقق أهداف هذه الدراسة.

تاسعاً: إجراءات الصدق والثبات:

*** الصدق:**

بعد وضع الأسئلة والمقاييس والعبارات التي تقيس متغيرات الدراسة المسحية

للشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة)، قام الباحث بعرض الاستثمار على مجموعة من الخبراء والمحكمين^(*) للحكم على صلاحيتها، والتأكد من صدق استثماره المسح في قياس متغيرات الدراسة وأهدافها.

* الثبات والاختبار القبلي:

قام الباحث لتحقيق الثبات بتطبيق الاستثمار على ١٠% من عينة البحث، ثم أعاد تطبيقها مرة أخرى بعد أسبوعين لمعرفة ثبات القياس وبلغ معامل الثبات ٩١%، كما أجرى الباحث اختباراً قبلياً للاستثمار للحد من الغموض والأخطاء التي توجد فيها.

عاشراً: جمع بيانات الدراسة المسحية للمبحوثين:

تم جمع بيانات هذه الدراسة من الشباب الأردني الجامعي (عينة الدراسة)، كما تم ملء استمارة المبحوثين عن طريق المقابلة الشخصية.

إحدى عشر: إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي ومعالجتها إحصائياً:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية) والمعروف باسم SPSS، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

٣- الوزن المنوي الذي يحسب من المعادلة:

الوزن المنوي = (المتوسط الحسابي x ١٠٠) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

٤- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

(*) عرض الباحث الاستثمار على المحكمين التالية أسماؤهم:

د/ محمد الفقيه استاذ مشارك - أستاذ مشارك كلية الإعلام - جامعة صنعاء.

د/ عبد الملك الدنانى- استاذ مشارك - كلية الإمارات للعلوم والتكنولوجيا

د/ عبد الباسط شاهين أستاذ مساعد - كلية الإعلام- جامعة اليرموك.

٥- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠، ومتوسطة ما بين ٠,٣٠ - ٠,٧٠، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.

(أ) خصائص عينة الشباب الجامعي الاردني:

(١) توزيع الشباب الجامعي الاردني وفقاً لمتغير النوع:

جدول رقم (١)

توزيع الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) وفقاً لمتغير النوع

النوع	التكرار والنسبة	ك	%
ذكور		١٨٧	٤٨,٤
إناث		١٩٩	٥١,٦
الإجمالي		٣٨٦	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة المبحوثات الإناث، حيث جاءت نسبتهن (٥١,٦%) من اجمالي الشباب الاردني الجامعي (عينة الدراسة)، مقابل نسبة (٤٨,٤%) للذكور.

(٢) توزيع الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) وفقاً لمتغير التخصص:

جدول رقم (٢)

توزيع الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) وفقاً لمتغير التخصص

الجنسية	التكرار والنسبة	ك	%
علمي		١٤٢	٣٦,٨
ادبي		٢٤٤	٦٣,٢
الإجمالي		٣٨٦	١٠٠,٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة المبحوثين ذوي التخصصات الأدبية، حيث جاءت بنسبة (٦٣,٢%) من اجمالي الشباب الاردني الجامعي (عينة الدراسة)، مقابل نسبة (٣٦,٨%) لذوي التخصصات العلمية.

(ب) النتائج الخاصة بعلاقة الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) بمواقع التواصل الاجتماعي

١) درجة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٣)

استخدام الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي

%	ك	التكرار والنسبة
		درجة الاستخدام
٧٤,٦	٢٨٨	دائما
١٥,٣	٥٩	احيانا
١٠,١	٣٩	نادرا
١٠٠,٠	٣٨٦	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة استخدام الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي دائما بنسبة بلغت (٧٤,٦%) من اجمالي المبحوثين، يليها الاستخدام احيانا بنسبة (١٥,٣%)، ثم الاستخدام نادرا بنسبة (١٠,١%). ويمكن تفسير ذلك في ظل التنامي الكبير لارتفاع معدل استخدام الشباب لهذه المواقع، والتي يرتاد صفحات التواصل الاجتماعي لمدة أطول ويات يتعرض لها ويستخدمها اكثر من الوسائل الاتصالية الاخرى.

٢- درجة التفضيل لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٤)

درجة تفضيل الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لاتابعها		بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		التكرار والنسبة
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١	٨٨,٣	٠,٧٤٣	٢,٦٥	٣,٩	١٥	٤,٧	١٨	١٣,٢	٥١	٧٨,٢	٣٠٢	الفيسبوك
٢	٧٩	٠,٩٠٠	٢,٣٧	٦,٥	٢٥	٩,٣	٣٦	٢٤,٤	٩٤	٥٩,٨	٢٣١	الواتس اب
٤	٥٢	١,٢٣٤	١,٥٦	٢٩,٣	١١٣	١٩,٢	٧٤	١٧,١	٦٦	٣٤,٥	١٣٣	تويتر
٣	٧٦,٣	١,٠٣٩	٢,٢٩	١١,٤	٤٤	٩,٣	٣٦	١٧,٩	٦٩	٢٩,٣	١١٣	انستجرام
٦	٣٩,٣	١,٢٠٦	١,١٨	٤٢,٢	١٦٣	١٩,٧	٧٦	١٥,٣	٥٩	٢٢,٨	٨٨	سكاي بي
٥	٤٠	١,٢٢٣	١,٢٠	٤٣,٠	١٦٦	١٦,٣	٦٣	١٧,٤	٦٧	٢٣,٣	٩٠	فايبر
٨	٣٢	١,١٩٠	٩٨٩	٥٢,٦	٢٠٣	١٤,٥	٥٦	١٤,٢	٥٥	١٨,٧	٧٢	تاندجو
٦	٣٩,٣	١,١٩٢	١,١٨	٤٢,٢	١٦٣	١٨,٤	٧١	١٨,١	٧٠	٢١,٢	٨٢	لاين
٧	٣٤	١,١٩٨	١,٠٢	٥٠,٠	١٩٣	١٧,٤	٦٧	١٢,٤	٤٨	٢٠,٢	٧٨	الايمو

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر موقع الفيس بوك في الترتيب الأول بنسبة وزن مؤوي بلغت (88.3%)، وذلك كوسيلة مفضلة لدى الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) في متابعة المضمون الديني وهذا ما أشارت إليه نتائج العديد من الدراسات السابقة والتي خلصت إلى تفوق موقع الفيس بوك في الاستحواذ على مختلف فئات الجمهور وقدرتها على جذبها من خلال الخصائص والمميزات المتعددة والمتنوعة التي تتوافر في هذا الموقع، وذلك مقارنة ببقية مواقع وبرامج التواصل الاجتماعي الأخرى، يليها برنامج التواصل الاجتماعي (الواتس اب) في الترتيب الثاني بنسبة وزن مؤوي (79%)، يليها بقية برنامج التواصل الاجتماعي في مراتب متأخرة.

٣- درجة المتابعة للمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٥)

درجة متابعة الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) للمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي

الدرجة المتابعة	التكرار والنسبة	ك	%
دائما	١٢٩	٣٣,٤	
أحيانا	١٨١	٤٦,٩	
نادرا	٧٦	١٩,٧	
الإجمالي	٣٨٦	١٠٠	

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة درجة تعرض ومتابعة الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) للمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي أحيانا بنسبة بلغت (٤٦,٩%) من إجمالي الباحثين، يليها درجة التعرض دائما بنسبة (٣٣,٤%)، ثم درجة التعرض نادرا بنسبة (١٩,٧%) . وهذا يشير إلى ان هناك ارتياد و متابعة لا بأس بها للمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الباحثين، على الرغم من الاستخدامات الأخرى المتعددة التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها.

٤- طبيعة المضامين الدينية المفضلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٦)

طبيعة المضامين الدينية التي يفضلها الشباب الجامعي الاردني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

طبيعة المضامين	التكرار والنسبة	ك	%
مضامين دينية عن مذاهب السنة	٢٣٨	٦١,٧	
مضامين دينية عن مذاهب الشيعة	٤٤	١١,٤	
مضامين دينية عن الأديان الأخرى	٣٣٠	٨٥,٥	
مضامين دينية عن الإسلام بشكل عام	٢١٢	٥٤,٩	
ن	٣٨٦		

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة درجة تفضيل وتعرض الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) للمضمون الديني بخصوص مذاهب السنة بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٦١,٧%) من اجمالي المبحوثين، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن المذاهب السائدة التي يعتنقها المسلمين في المملكة الاردنية الهاشمية والمتمثلة في مذاهب أهل السنة والجماعة، يليها التفضيل للتعرض على المضامين الدينية عن الأديان الأخرى بنسبة (٨٥,٥%)، ويمكن ارجاع ذلك في ضوء وجود من يعتنق الديانة المسيحية من المبحوثين فضلا عن أنها تعد كديانة ثانية على مستوى المملكة.

٥- شكل مشائخ الدين التي تتضمنهم مقاطع الفيديو غير مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٧)

شكل مشائخ الدين التي تتضمنهم مقاطع الفيديو غير مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة والتكرار	ك	%
شكل مشائخ الدين (*)		
دعاة دين من الشباب الجدد المعروفين	٢٤٨	٦٤,٢
رجال دين من المشهورين الاوائل	٢١٦	٥٦,٠
رجال دين غير معروفين	٥٧	١٤,٨
ن	٣٨٦	

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة درجة تفضيل وتعرض الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) لدعاة الدين من الشباب الجدد المعروفين والتي تتضمنهم مقاطع الفيديو بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٦٤,٢%) من اجمالي المبحوثين، ويمكن تفسير ذلك في ضوء تصاعد أصوات وأدوار وتحركات فاعلين من خارج المؤسسة الدينية الرسمية، وهو ما اصطلح على تسميته في وسائل الإعلام بـ"الدعاة الجدد"، وهم نمط جديد من الدعاة يختلفون شكلاً ومضموناً عن الأنماط التقليدية في الدعوة الإسلامية فالصورة النمطية المسيطرة على الذهن العربي العام للداعية ظلت لفترة طويلة قاصرة على خطيب المسجد في صلاة الجمعة الذي يتفاعل مع الجمهور من فوق المنبر وحلقات الوعظ ودروس الفتوى، وكما هو ملاحظ ان الدعاة الجدد استطاعوا أن يجمعوا بين التعليم الديني والمدني، ويزاوجون بين المرجعيات المختلفة، سواء كانت دينية إسلامية أم غربية، فضلا عن إنتاج خطاب ورؤية دينية متصالحة مع الحياة. كما أن الساعات الجديدة لهؤلاء الدعاة تبدلت،

(*) (اختيار أكثر من بديل) استبعد الباحث عدم ورود شكل مشائخ الدين من العرض الجدولي، وعددها في كل فئة هو العدد المكمل إلى (ن) الموجود في الصف الأخير من الجدول.

وتمثلت في الصالونات الثقافية، والأندية الاجتماعية، والقنوات الفضائية، والمواقع الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي وفق اختلاف طبيعة الجمهور المستهدف، ومستوى توصيل الرسالة، والأهداف الكامنة والظاهرة خلفها؛ مما جعل تلك الظاهرة تنمو ككرة الثلج، إلى درجة أن أطلق البعض عليهم "دولة الدعاة الجدد"، كما لو أنهم يمثلون "دولة داخل الدولة، ثم جاء التفضيل لرجال الدين من المشهورين الاوائل في الترتيب بنسبة (٥٦,٠%)، ثم التفضيل لرجال الدين غير المعروفين . وهي نتيجة ايجابية تشير إلى ارتفاع الوعي لدى المبحوثين وعدم الالتفات لمشائخ الدين غير المعروفين والتي انتشرت بعض أفكارهم المسيئة للدين الاسلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٦- جنسيات مشائخ الدين التي تتضمنهم مواقع الفيديو بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٨)

جنسيات مشائخ الدين التي تتضمنهم مواقع الفيديو بمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة والنسبة	ك	%
جنسيات مشائخ الدين(*)		
مصري	٣٤٦	٨٩,٦
عراقي	٢٢١	٥٧,٣
خليجي	٢٤٥	٦٣,٥
اردني	٩٥	٢٤,٦
يمني	٣٠	٧,٨
فلسطيني	٤٩	١٢,٧
لبناني	٣٢	٨,٣
ن	٣٨٦	

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة درجة تفضيل وتعرض الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) للجنسية المصرية والتي تضمنتهم مقاطع الفيديو بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٨٩,٦%) من اجمالي المبحوثين، يليها الجنسية الخليجية في الترتيب الثاني بنسبة (٦٣,٥%) ويمكن تفسير ذلك في ضوء ظهور أوائل الدعاة الجدد من مصر أمثال عمر خالد، ثم تنامت في الدول الخليجية .

(*) (اختيار اكثر من بديل) استبعد الباحث عدم ورود جنسيات مشائخ الدين من العرض الجدولي، وعددها في كل فئة هو العدد المكمل إلى (ن) الموجود في الصف الأخير من الجدول.

٧- الشكل المفضل عند المتابعة للمعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٩)

الشكل المفضل لدى الشباب الجامعي الاردني عند المتابعة للمعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الشكل المفضل (*)	التكرار والنسبة	ك	%
نصوص مقروء	٩٤	٢٤,٤	
مقاطع مسموعة	٩٦	٢٤,٩	
مقاطع فيديو	٣٣٤	٨٦,٥	
كل ماسبق	٢٢٨	٥٩,١	
ن	٣٨٦		

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع درجة تفضيل وتعرض الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) لمقاطع الفيديو عند تعرضهم للمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٨٦,٥%) من اجمالي المبحوثين، وهي نتيجة طبيعية لما للصورة الحية من القدرة على الجذب والإبهار والإقناع .

٨- الحركات الدينية التي تشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٠)

الحركات الدينية التي يشاهدها الشباب الجامعي الاردني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الحركات الدينية (**)	التكرار والنسبة	ك	%
حركة الاخوان المسلمين	١٥٧	٤٠,٧	
جماعة التكفير والهجرة	٥٧	١٤,٨	
حركة أمل	٤٣	١١,١	
حزب الله	٤٢	١٠,٩	
حركة حماس والجهاد الاسلامي	٢٩٢	٧٥,٦	
تنظيم داعش	٣٥٦	٩٢,٢	
انصار الله (الحوثيين)	١٦	٤,١	
ن	٣٨٦		

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة درجة تعرض الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) المواضيع المتعلقة بتنظيم داعش والتي تضمنتهم مقاطع

(*) (اختيار اكثر من بديل) استبعد الباحث عدم ورود الشكل المفضل من العرض الجدولي، وعددها في كل فئة هو العدد المكمل إلى (ن) الموجود في الصف الأخير من الجدول.

(**) (اختيار اكثر من بديل) استبعد الباحث عدم ورود الحركات الدينية من العرض الجدولي، وعددها في كل فئة هو العدد المكمل إلى (ن) الموجود في الصف الأخير من الجدول.

الفيديو المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٩٢,٢%) من إجمالي المبحوثين، ويمكن تفسير ذلك في ضوء تنامي الحوادث الارهابية التي قام بها تنظيم داعش في مختلف الدول العربية والعالم، ثم جاء التعرض للمواضيع المرتبطة بحركة حماس والجهاد الاسلامي في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (٧٥,٦%).

٩- دوافع استخدام الشباب الجامعي الاردني لمواقع التواصل لاجتماعي

جدول رقم (١١)

دوافع استخدام الشباب الجامعي الاردني لمواقع التواصل لاجتماعي

الترتيب	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		درجة الموافقة
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١	٧٥	١,٠٧١	٢,٢٥	١٣,٧	٥٣	٦,٥	٢٥	١٩,٩	٧٧	٥٩,٨	٢٣١	التواصل مع الأهل والأصدقاء
٣	٦٥	٠,٩٨٦	١,٩٤	١٢,٧	٤٩	١٣,٢	٥١	٤٠,٧	١٥٧	٣٣,٤	١٢٩	التواصل مع زملاء العمل
٦	٦١,٣	٠,٩٢٠	١,٨٤	٨,٥	٣٣	٢٥,٤	٩٨	٣٨,٩	١٥٠	٢٧,٢	١٠٥	معرفة الاخبار والمعلومات التي لاتوفرها وسائل الاعلام الاخرى
٤	٦٣	١,١٢٥	١,٨٩	١٨,٤	٧١	١٤,٠	٥٤	٢٧,٧	١٠٧	٣٩,٩	١٥٤	التسلية والترفيه تخفف من الهموم
٢	٦٧,٣	١,٠٠١	٢,٠٢	١١,٩	٤٦	١٣,٢	٥١	٣٥,٨	١٢٨	٣٩,١	١٥١	الاستفادة في مجال الدراسة والعمل
٤	٦٣	١,٠٥٨	١,٨٩	١٥,٠	٥٨	١٦,٣	٦٣	٣٢,٤	١٢٥	٣٦,٣	١٤٠	التعرف على حلول للمشكلات التي تواجهني
٧	٥٤,٦	٩٩٣	١,٦٤	١٥,٨	٦١	٢٥,٦	٩٩	٣٦,٥	١٤١	٢٢,٠	٨٥	التعرف على صداقات جديدة
٥	٦٢,٣	١,٠٢٥	١,٨٧	١٢,٧	٤٩	٢١,٥	٨٣	٣١,٦	١٢٢	٣٤,٢	١٣٢	ملئ وقت الفراغ والتخلص من الملل
٨	٥٤,٣	١,١١٨	١,٦٣	٢١,٠	٨١	٢٤,٤	٩٤	٢٤,٩	٩٦	٢٩,٨	١١٥	الهروب من مشاكل الحياة اليومية
٣	٦٥	١,٠١٩	١,٩٤	١١,٩	٤٦	١٨,٩	٧٣	٣١,٩	١٢٣	٣٧,٣	١٤٤	تشعري بالمتعة والأثارة
٥	٦٢,٣	١,٠٥٩	١,٨٧	١٥,٠	٥٨	١٧,٩	٦٩	٣١,٦	١٢٢	٣٥,٥	١٣٧	جزء من الروتين اليومي
٣٨٦												ن

توضح بيانات الجدول السابق دوافع استخدام الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء دافع التواصل مع الأهل والأصدقاء في الترتيب الأول بنسبة وزن مؤوي (٧٥%)، يليه دافع الاستفادة في مجال الدراسة والعمل في الترتيب الثاني بنسبة وزن مؤوي (٦٧,٣%)، ثم جاء دافعهم للاستخدام بغية التواصل مع زملاء العمل والشعور بالمتعة والإثارة في الترتيب الثالث بنسبة وزن مؤوي (٦٥%)، يليه دافع التعرف على حلول للمشكلات التي تواجهني والترفيه ثم ملئ وقت الفراغ والتخلص من الملل و جزء من الروتين اليومي، فمعرفة الاخبار والمعلومات التي لاتوفرها وسائل الإعلام الأخرى، في حين جاءت دوافع التعرف على صداقات جديدة، و الهروب من مشاكل الحياة اليومية بنسب متدنية كما يشير الجدول. وهذا يشير إلى ان التواصل مع الأهل والأصدقاء لا يزال الدافع الأبرز لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو السبب الرئيس الذي انشأ عليه هذا الموقع الافتراضي.

١٠ - الاتجاه نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني

جدول رقم (١٢)

اتجاه الشباب الجامعي الاردني نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في الوعي الديني

الترتيب	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة الاتجاه
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٨٨	٠,٦١٢	٢,٦٤	٧,٣	٢٨	٢١,٠	٨١	٧١,٨	٢٧٧	تسهل مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات الدينية
٤	٧٨,٣	٠,٦٠٤	٢,٣٥	٦,٧	٢٦	٥٠,٨	١٩٦	٤٢,٥	١٦٤	مقاطع الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي تحتوي على معلومات دينية مفيدة
١٧	٦٣,٣	٠,٧٠٨	١,٩٠	٣٠,٣	١١٧	٤٩,٠	١٨٩	٢٠,٧	٨٠	مقاطع الفيديو المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تحتوي على مذهب ديني معين فقط
١٠	٧٥,٣	٠,٧٤٦	٢,٢٦	١٨,١	٧٠	٣٧,٦	١٤٥	٤٤,٣	١٧١	مقاطع الفيديو المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تركز على المعلومات حول القضايا الدينية المتفق حولها
٣	٧٩,٣	٠,٦٩٧	٢,٣٨	١٢,٤	٤٨	٣٦,٨	١٤٢	٥٠,٨	١٩٦	مقاطع الفيديو المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في إثارة النزعة المذهبية
١٣	٧٣,٦	٠,٧٤٤	٢,٢١	١٩,٢	٧٤	٤٠,٢	١٥٥	٤٠,٧	١٥٧	مقاطع الفيديو المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تشكل خطراً على الدين الإسلامي
١٦	٦٧,٣	٠,٨١٣	٢,٠٢	٣١,٦	١٢٢	٣٣,٩	١٣١	٣٤,٥	١٣٣	لا تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على تشويه الدين الإسلامي
١٤	٧٣,٣	٠,٧١١	٢,٢٠	١٧,١	٦٦	٤٥,٣	١٧٥	٣٧,٦	١٤٥	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعرفة عن الدين الإسلامي الصحيح
٩	٧٦	٠,٧١٠	٢,٢٨	١٥,٠	٥٨	٤١,٧	١٦١	٤٣,٣	١٦٧	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تكريس المفاهيم الخاطئة عن الدين الإسلامي
١٢	٧٤,٦	٠,٧٠٤	٢,٢٤	١٥,٥	٦٠	٤٤,٦	١٧٢	٣٩,٩	١٥٤	نتائج مواقع التواصل الاجتماعي نشر المعرفة الدينية التي تعزز احترام ديانات ومقدسات الآخرين
١١	٧٥	٠,٧٥٠	٢,٢٥	١٨,٧	٧٢	٣٧,٦	١٤٥	٤٣,٨	١٦٩	نتائج مواقع التواصل الاجتماعي نشر المعرفة الدينية التي تعزز صيانة حرمة الأديان

٩	٧٦	٠,٧٢٤	٢,٢٨	٤٤,٣	١٧١	٣٩,٦	١٥٣	٤٤,٣	١٧١	تتيح مواقع التواصل الاجتماعي نشر المعرفة الدينية التي تعزز الرؤية الوسطية للإسلام
٥	٧٨	٠,٧١٥	٢,٣٤	١٤,٢	٥٥	٣٧,٠	١٤٣	٤٨,٧	١٨٨	تتيح مواقع التواصل الاجتماعي نشر المعرفة الدينية التي تعزز الرؤية المتطرفة للإسلام
٢	٨٣,٦	٠,٦٧٦	٢,٥١	١٠,٤	٤٠	٢٧,٥	١٠٦	٦٢,٢	٢٤٠	تتيح مواقع التواصل الاجتماعي نشر المعرفة الدينية التي تربط الارهاب بالإسلام
١٠	٧٥,٣	٠,٦٤٩	٢,٢٦	١١,٤	٤٤	٥١,٠	١٩٧	٣٧,٦	١٤٥	اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لهدم الدين وتقويت الشعوب
٧	٧٧	٠,٧٠٣	٢,٣١	١٤,٠	٥٤	٤٠,٩	١٥٨	٤٥,١	١٧٤	اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتعزيز الخطاب الديني المعاصر المرتبط بقضايا الناس
٦	٧٧,٣	٠,٦٨٤	٢,٣٢	١٢,٤	٤٨	٤٢,٧	١٦٥	٤٤,٨	١٧٣	اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتعزيز التزام الناس بالمعتقدات والافكار المتطرفة
١٥	٧٣	٠,٧٤٧	٢,١٩	١٩,٩	٧٧	٤٠,٤	١٥٦	٣٩,٦	١٥٣	اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتعزيز التشديد في الاحكام الشرعية
٨	٧٦,٦	٠,٧٨٠	٢,٣٠	١٩,٧	٧٦	٢٩,٨	١١٥	٥٠,٥	١٩٥	اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتعزيز سوء الظن بالناس
٤	٧٨,٣	٠,٧٢٠	٢,٣٥	١٤,٥	٥٦	٣٥,٨	١٣٨	٤٩,٧	١٩٢	اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتعزيز الخطاب الديني و الافكار التي تكفر الآخرين
٣٨٦										ن

(بلغت قيمة Alpha Cronbach للاتساق الداخلي بين عناصر المقياس (٠.٧٨).)

توضح بيانات الجدول السابق اتجاه الشباب الجامعي الاردني نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني، ويتبين أن نسبة الوزن المئوي بشكل عام تشير إلى وجود اتجاهات سلبية بين أوساط المبحوثين، إذ بلغت كثير من العبارات الجدولية نسباً مئوية مرتفعة تحمل اتجاهاً سلبياً تجاه دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني، وقد تصدرت عبارة ان مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في نشر المعلومات الدينية بشكل عام، في الترتيب الأول وجاء بنسبة وزن مئوي بلغت (٨٨ %)، يليه في الترتيب الثاني ان مواقع التواصل الاجتماعي

تتيح نشر المعرفة الدينية التي **تربط الإرهاب بالإسلام** حيث بلغت بنسبة وزن مؤوي (٨٣,٦%)، ثم جاءت عبارة ان مقاطع الفيديو المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في إثارة النزعة المذهبية و بلغت بنسبة وزن مؤوي (٧٩,٣%)، في حين جاءت عبارتي ان مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة لتعزيز الخطاب الديني والأفكار التي تكفر الآخرين، وانها تحتوي على معلومات دينية منقوصة في الترتيب الرابع بنسبة وزن مؤوي بلغت (٧٨,٣%)، ثم توالى العبارات السلبية في مراتب متتالية والتي تشير إلى ان مواقع التواصل الاجتماعي تتيح نشر المعرفة الدينية التي تعزز الرؤية المتطرفة للإسلام، وأصبحت وسيلة لتعزيز التزام الناس بالمعتقدات والأفكار المتطرفة، في حين جاءت العبارات التي تحمل اتجاهات ايجابية بنسب متدنية كما تشير نتائج الجدول.

١١- الأكثر عرضة للتأثيرات السلبية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية

جدول رقم (١٣)

الأكثر عرضة للتأثيرات السلبية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية

الاعراض	التكرار والنسبة	ك	%
أكثر تأثيراً على من الآخرين	١١٤	٢٩,٥	
أكثر تأثيراً على الآخرين من تأثيرها على	٢٦٢	٦٧,٩	
يتساوى تأثيرها على مع تأثيرها على الآخرين	١٠	٢,٦	
الإجمالي	٣٨٦	١٠٠	

توضح بيانات الجدول رؤية الشباب الجامعي الاردني للأكثر عرضة وتأثيراً للتأثيرات السلبية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية، حيث تصدرت رؤية المبحوثين بان الآخرين (الشخص الثالث) أكثر عرضة وتأثيراً للتأثيرات السلبية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية وجاءت بنسبة (٦٧,٩%)، مقابل نسبة (٢٩,٥%) يرون انهم يتأثرون بدرجة اكبر، في حين جاءت رؤيتهم انهم يتساوون في التأثير مع الآخرين في الترتيب الأخير بنسبة (٢,٦%). وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه العديد من نتائج الدراسات السابقة التي طبقت نظرية تأثير الشخص الثالث . والذي يشير فرضها الرئيس إلى أن الأفراد يتوقعون حدوث تأثيرات سلبية اكبر من وسائل الإعلام على الآخرين، أكثر من أنفسهم.

١٢- درجة التأثيرات السلبية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية

جدول رقم (١٤)

درجة التأثيرات السلبية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية

الترتيب	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		درجة الموافقة	درجة التأثيرات
				%	ك	%	ك	%	ك		
٤	٦٩,٦	٠,٨٢٧	٢,٠٩	٢٩,٨	١١٥	٣٠,٨	١١٩	٣٩,٤	١٥٢	عليك	
٣	٧٠	٠,٦٥٦	٢,١٠	١٦,٨	٦٥	٥٦,٠	٢١٦	٢٧,٢	١٠٥	على الاهد والاسرة	
٢	٧١,٦	٠,٧٢٣	٢,١٥	١٩,٤	٧٥	٤٥,٣	١٧٥	٣٥,٢	١٣٦	على الاصدقاء	
١	٧٥,٦	٠,٧٢٧	٢,٢٧	١٦,٣	٦٣	٣٩,٤	١٥٢	٤٤,٣	١٧١	على الآخرين	
٣٨٦										ن	

توضح بيانات الجدول السابق ادراك الشباب الجامعي الاردني(عينة الدراسة) للأكثر عرضة وتأثيراً للتأثيرات السلبية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية، حيث تصدر ادراك المبحوثين بان الآخرين(الشخص الثالث) اكثر عرضة وتأثيراً للتأثيرات السلبية نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية وجاء في الترتيب الاول بنسبة وزن منوي بلغت (٧٥,٦%)، يليه في الترتيب الثاني ادراك المبحوثين بأن يتأثر الأصدقاء، حيث جاء بنسبة وزن منوي بلغت (٧١,٦%)، ثم ادراك المبحوثين بأن يتأثر الأهل والأسرة بنسبة وزن منوي بلغت (٧٠%)، في حين جاء ادراكهم بتأثر أنفسهم السلبى جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية في الترتيب الاخير بنسبة وزن منوي بلغت (٦٩,٦%) . وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت اليه العديد من نتائج الدراسات السابقة التي طبقت نظرية تأثير الشخص الثالث والتي توضح الفجوة الإدراكية بناء على المسافة الاجتماعية .

١٣- فرض الرقابة على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (١٥)

رؤية الشباب الجامعي الاردني لفرض الرقابة على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

الرقابة	التكرار والنسبة	
	ك	%
نعم	٢٥٧	٦٦,٦
لا	١٢٩	٣٣,٤
الإجمالي	٣٨٦	١٠٠

توضح بيانات الجدول درجة رؤية الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) حول وضع رقابة على المضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث اقر نسبة (٦٦,٦%) من اجمالي المبحوثين بضرورة وضع رقابة، مقابل نسبة (٣٣,٤%) لا يرون بضرورة فرضها. وهذه النتيجة تتسق مع فرض نظرية الشخص الثالث والتي تشير إلى أن الأفراد يتوقعون حدوث تأثيرات سلبية اكبر من وسائل الإعلام على الآخرين، أكثر من أنفسهم، ونتيجة ذلك فان الأفراد قد يتخذون موقفا من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن وسائل الإعلام مثل فرض الرقابة عليهم، لأنهم يعتقدون ان التأثير الأكبر يكون على الآخرين لان عقولهم أكثر قابلية للتأثير^(٣٧).

١٤ - أشكال الرقابة على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (١٦)

رؤية الشباب الجامعي الأردني لإشكال الرقابة على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة أشكال الرقابة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٨٩,٦	٠,٥٩٩	٢,٦٩	٧,٣	٢٨	١٦,٣	٦٣	٧٦,٤	٢٩٥	يجب فرض رقابة من الأسرة
٥	٧٧,٦	٠,٧١٠	٢,٣٣	١٤,٠	٥٤	٣٨,٣	١٤٨	٤٧,٧	١٨٤	وجود رقابة حكومية على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي
٤	٨٠	٠,٧١٥	٢,٤٠	١٣,٥	٥٢	٣٢,٦	١٢٦	٥٣,٩	٢٠٨	الرقابة الذاتية
٢	٨٣,٣	٠,٦٩٩	٢,٥٠	١١,٩	٤٦	٢٥,٩	١٠٠	٦٢,٢	٢٤٠	بث الوعي في وسائل الاعلام بكيفية تجنب المخاطر لمن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي
٣	٨٢	٠,٧١٣	٢,٤٦	١٣,٠	٥٠	٢٧,٧	١٠٧	٥٩,٣	٢٢٩	وضع تشريعات قانونية
٣٨٦										ن

توضح بيانات الجدول درجة رؤية الشباب الإعلامي اليمني والإماراتي لنوعية الرقابة التي يمكن أن تجنب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الوقوع في المخاطر والتأثيرات السلبية جراء استخدامهم لها لأغراض دينية، حيث جاءت الرقابة الاسرية في الترتيب الأول بنسبة وزن منوي بلغت (٨٩,٦%) من اجمالي المبحوثين، يليها بث الوعي في وسائل الإعلام بكيفية تجنب المخاطر لمن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة وزن منوي بلغت (٨٣,٣%)، ثم وضع تشريعات قانونية بنسبة وزن منوي بلغت (٨٢%)، يليها المراقبة الذاتية النابعة من الفرد نفسه،

في حين جاءت الرقابة الحكومية في ما يقدم واتخاذ الإجراءات على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأخير. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الاستخدام الكبير للإنترنت من خلال الهواتف الذكية، وانحسار استخدامه في مقاهي الإنترنت.

(ج) نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول:

توجد فروق دالة إحصائية بين نوع المبحوثين من الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:

- (أ) درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- (ب) درجة استخدامهم للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ج) نوع دوافعهم (الطوقسية والنفعية) جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- (د) درجة تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.
- (هـ) طبيعة المضامين الدينية التي يتعرضون لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (و) اتجاههم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني.
- (ز) ادراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول) بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ح) درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ط) درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ي) درجة اعتقادهم بتأثر الأصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ك) درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٧)

يوضح الفروق بين نوع الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) وفقا للعديد من المتغيرات

المتغيرات	النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
درجة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي	ذكور	٢,٥٦	.702	-2.279	384	.023
	إناث	٢,٧١	.604			
درجة متابعتهم للمضمون الديني	ذكور	١,٨٧	.751	.238	384	.812
	إناث	١,٨٥	.684			
نوع الدوافع	ذكور	٤,٦٧	1.651	-2.130	384	.034
	إناث	٥,٠٤	1.749			
النفعية	ذكور	٤,٦١	١,٨٢٣	1.725	384	.085
	إناث	٤,٢٧	٢,٠٢٢			
الطوقسية	ذكور	٢,٢٠	.958	-3.586	384	.000
	إناث	٢,٥٣	.815			
واتس اب	ذكور	١,٠٩	1.212	-	384	.064
	إناث	١,٣٢	1.225			
فايبر	ذكور	.٨٦	1.125	-1.980	384	.048
	إناث	١,١٠	1.240			
تائجو	ذكور	١,٠٨	1.158	-	384	.098
	إناث	١,٢٨	1.219			
لاين	ذكور	١,٠٨	1.21	-	384	.111
	إناث	١,٢٨	1.18			
سكاي بي	ذكور	٩٥	1.167	-	384	.258
	إناث	١,٠٩	1.225			
ايمو	ذكور	١,٧٧	1.206	3.249	384	.001
	إناث	١,٣٧	1.231			
تويتير	ذكور	٢,٧٣	.624	1.917	384	.056
	إناث	٢,٥٨	.835			
فيس بوك	ذكور	٢,٣٥	.986	1.202	384	.230
	إناث	٢,٢٣	1.085			
انستجرام	ذكور	.43	.496	1.953	384	.052
	إناث	.33	.473			
مضامين دينية عن مذاهب السنة	ذكور	.09	.288	-	384	.167
	إناث	.13	.343			
مضامين دينية عن مذاهب الشيعة	ذكور	.17	.377	1.408	384	.160
	إناث	.12	.326			
مضامين دينية عن الأديان الأخرى	ذكور	.40	.491	384	1.907-	.057
	إناث	.49	.501			
مضامين دينية عن الإسلام بشكل عام	ذكور	٢٩,٦٨	4.030	-1.186	384	.852
	إناث	٢٩,٧٥	3.478			
الاتجاه نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني	ذكور	٢,٠١	.851	-	384	.066
	إناث	٢,١٧	.798			
الإدراك بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الأول)	ذكور	٢,٢٩	.698	.375	384	.708
	إناث	٢,٢٦	.755			
الاعتقاد بمدى وجود تأثيرات سلبية على الآخرين (الشخص الثالث)	ذكور	٢,٠١	.622	-	384	.007
	إناث	٢,١٩	.676			
الاعتقاد بمدى وجود تأثيرات سلبية على الأهل والأسرة	ذكور	٢,١٧	.652	.485	384	.628
	إناث	٢,١٤	.785			
الاعتقاد بمدى وجود تأثيرات سلبية على الأصدقاء	ذكور	.٦٢	.486	-	384	.067
	إناث	.٧٠	.455			
درجة الاعتقاد بضرورة وضع الرقابة على المضامين الدينية	ذكور	٢,٠١	.622	-	384	.007
	إناث	٢,١٩	.676			

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج الآتية:

أ) درجة استخدام موقع التواصل الاجتماعي :

وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث من حيث استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، لصالح الإناث حيث بلغت قيمة ت (-) 2.279 عند مستوى معنوية (0.023).

وهذا يعني أن المبحوثات من الإناث يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة أكثر من الذكور، وعلى ذلك نقبل الفرض الأول فقرة (أ).

في حين لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بالدوافع الطقوسية.

ب) درجة الاستخدام للمضمون بمواقع التواصل الاجتماعي :

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث من حيث درجة استخدامهم للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0,05). وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والإناث يتقاربون من حيث درجة استخدامهم للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (ب).

ج) نوع دوافعهم (الطقوسية والنفعية) جراء استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي

وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في دوافعهم النفعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح الإناث حيث بلغت قيمة ت (-) 2.130 عند مستوى معنوية (0.034).

وهذا يعني أن المبحوثات من الإناث يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بدوافع نفعية أكثر من الذكور. في حين لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بالدوافع الطقوسية.

وعلى ذلك نقبل الفرض الأول فقرة (ج) جزئياً فيما يتعلق بالدوافع النفعية.

د) درجة تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.

وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث من حيث تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي لصالح الإناث فيما يتعلق ببرنامجي الواتس اب WhatsApp و التانجو Tango، حيث بلغت قيمتا ت (-) 3.586 و (-1.980) عند مستوى معنوية (0.000) و (0.048) على التوالي. وهذا

يعني أن المبحوثات من الاناث يستخدمن برنامجي الواتس اب WhatsApp و التانجو Tango بدرجة اكبر من الذكور . في حين اظهرت النتائج بوجود فروق لصالح الذكور فيما يتعلق بموقع تويتر، وجاء عند مستوى معنوية بلغت (001)، وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور يفضلون استخدام موقع تويتر بدرجة اكبر من الاناث. وفي المقابل لم توجد فروق ذات دلالة احصائيا بين الذكور والاناث فيما يتعلق بالفايبر Viber والفيس بوك Facebook ولاين Line والانستجرام Instagram والسكاي بي Skype والايمو imo . وعلى ذلك نقبل الفرض الاول فقرة (د) جزئيا فيما يتعلق ببرنامجي الواتس اب WhatsApp والتانجو Tango وموقع تويتر Twitter.

(هـ) طبيعة المضامين الدينية التي يتعرضون لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والاناث في طبيعة المضامين الدينية بخصوص مذاهب اهل السنة التي يفضلون التعرض لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح الذكور حيث بلغت قيمة ت (1.953) عند مستوى معنوية (052).

وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور يفضلون التعرض للمضامين الدينية الخاصة بمذاهب اهل السنة بدرجة اكبر من الاناث. في حين لم توجد فروق ذات دلالة احصائيا فيما يتعلق بالمضامين المتعلقة بمذاهب الشيعة والديان الاخرى والاسلام بشكل عام .

وعلى ذلك نقبل الفرض الأول فقرة (هـ) جزئيا فيما يتعلق للمضامين الدينية الخاصة بمذاهب أهل السنة .

(و) الاتجاه نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني.

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والاناث من حيث اتجاههم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0,05). وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والاناث يتقاربون من حيث اتجاههم السلبي نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني. وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (و) .

(ز) الادراك بمدى وجود تاثيرات سلبية عليهم(الشخص الاول)

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والاناث من حيث درجة ادراكهم بمدى وجود تاثيرات سلبية عليهم بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (٠,٥٥)، وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والاناث يتقاربون في درجة ادراكهم بمدى وجود تاثيرات سلبية عليهم(الشخص الثالث) بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعلى ذلك نرفض الفرض الاول فقرة (ز).

(ح) الادراك بمدى وجودتاثيرات سلبية على الآخرين(الشخص الثالث)

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والاناث من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين(الشخص الثالث) بالتاثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (٠,٥٥)، وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والاناث يتقاربون في درجة اعتقادهم بمدى وجود تاثيرات سلبية على الآخرين (الشخص الثالث) بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعلى ذلك نرفض الفرض الاول فقرة (ح) .

(ط) الادراك بمدى وجودتاثيرات سلبية على الاهل والاسرة

وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والاناث من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الأهل والأسرة بالتاثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح الاناث، حيث بلغت قيمة ت (-2.719) عند مستوى معنوية (٠.٠٧). وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور يعتقدون بقلّة التاثير السلبى على الاهل والاسرة بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالاناث. وعلى ذلك نقبل الفرض الاول فقرة (ط) .

(ي) الادراك بمدى وجودتاثيرات سلبية على الاصدقاء

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والاناث من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الاصدقاء بالتاثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (٠,٥٥). وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والاناث

يتقاربون في درجة اعتقادهم بمدى وجودتأثيرات سلبية على الاصدقاء بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعلى ذلك نرفض الفرض الاول فقرة (ي) .

(ك) درجة الاعتقاد بوضع رقابة على المضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والاناث من حيث درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (٠,٥٥). وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والاناث يتقاربون في درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعلى ذلك نرفض الفرض الاول فقرة (ك) .

الفرض الثاني:

توجد فروق دالة إحصائياً بين تخصص المبحوثين من الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) وفقاً لاختلاف المتغيرات الآتية:

- (أ) درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- (ب) درجة استخدامهم للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- (ج) نوع دوافعهم (الطوقسية والنفعية) جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- (د) درجة تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.
- (هـ) طبيعة المضامين الدينية التي يتعرضون لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (و) اتجاههم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني.
- (ز) ادراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الاول) بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ح) درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ط) درجة اعتقادهم بتأثر الاهل والاسرة بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ي) درجة اعتقادهم بتأثر الاصدقاء بالتأثيرات السلبية بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- (ك) درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٨)

يوضح الفروق بين تخصص الشباب الجامعي الأردني (عينة الدراسة) وفقا للعديد من المتغيرات.

المتغيرات	النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
درجة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي	علمي	٢,٤٧	.787	-3.857	384	.000
	ادبي	٢,٧٤	.547			
درجة متابعتهم للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي	علمي	١,٩٤	.751	1.698	384	.090
	ادبي	١,٨١	.693			
نوع الدوافع	علمي	٤,٦٨	1.729	-1.638	384	.102
	ادبي	٤,٩٧	1.693			
النفعية	علمي	٤,٣١	1.888	-1.021	384	.308
	ادبي	٤,٥٢	1.959			
الطوقسية	علمي	٢,٢٨	.991	-1.566	384	.118
	ادبي	٢,٤٣	.840			
واتس اب	علمي	١,١٤	1.237	-.759	384	.448
	ادبي	١,٢٤	1.215			
فايزر	علمي	١,٠٨	1.205	1.195	384	.233
	ادبي	.٩٣	1.181			
تاتجو	علمي	١,٠٥	1.147	-1.606	384	.109
	ادبي	١,٢٥	1.215			
لاين	علمي	١,١٠	1.241	-1.005	384	.316
	ادبي	١,٢٣	1.185			
سكاي بي	علمي	.٩٣	1.192	-1.150	384	.251
	ادبي	١,٠٨	1.200			
ايمو	علمي	١,٩٠	1.248	4.231	384	.000
	ادبي	١,٣٦	1.184			
تويتز	علمي	٢,٧٣	.693	1.501	384	.134
	ادبي	٢,٦١	.769			
فيس بوك	علمي	٢,٤٧	1.001	2.602	384	.010
	ادبي	٢,١٨	1.048			
انستجرام	علمي	.٤٧	.501	2.968	384	.003
	ادبي	.٣٢	.470			
مضامين دينية عن مذاهب السنة	علمي	.٠٧	.256	-2.061	384	.040
	ادبي	.١٣	.347			
مضامين دينية عن مذاهب الشيعة	علمي	.١٣	.341	-4.79-	384	.632
	ادبي	.١٥	.359			
مضامين دينية عن الاديان الاخرى	علمي	.٣٧	.485	-2.346-	384	.019
	ادبي	.٤٩	.501			
مضامين دينية عن الاسلام بشكل عام	علمي	٤٥,٦٥	.47	-0.014	384	.989
	ادبي	٤٥,٦٥	.32			
الاتجاه نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني	علمي	٢,١٦	.830	1.199	384	.231
	ادبي	٢,٠٥	.824			
الإدراك بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم(الشخص الاول)	علمي	٢,١٤	.733	-2.740-	384	.006
	ادبي	٢,٣٥	.714			
الاعتقاد بمدى وجود تأثيرات سلبية على الآخرين (الشخص الثالث)	علمي	٢,٠٩	.633	-1.15-	384	.909
	ادبي	٢,١٠	.670			
الاعتقاد بمدى وجود تأثيرات سلبية على الاسرة	علمي	٢,١٥	.727	-0.064-	384	.949
	ادبي	٢,١٥	.722			
الاعتقاد بمدى وجود تأثيرات سلبية على الاصدقاء	علمي	.٥٧	.496	-3.059	384	.002
	ادبي	.٧٢	.449			

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج الآتية:

أ) درجة استخدام موقع التواصل الاجتماعي :

وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية من حيث استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ،، لصالح ذوي التخصصات الأدبية حيث بلغت قيمة ت (-3.857) عند مستوى معنوية (0.000).

وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي التخصصات الأدبية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة أكبر من ذوي التخصصات الأدبية، وعلى ذلك نقبل الفرض الثاني فقرة (أ).
في حين لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بالدوافع الطقوسية.

ب) درجة الاستخدام للمضمون بمواقع التواصل الاجتماعي :

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية من حيث درجة استخدامهم للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0,05). وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية يتقاربون من حيث درجة استخدامهم للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعلى ذلك نرفض الفرض الثاني فقرة (ب) .

ج) نوع دوافعهم (الطقوسية والنفعية) جراء استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية في نوع دوافعهم النفعية والطقوسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0,05). وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية يتقاربون في دوافعهم النفعية والطقوسية عند استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي وعلى ذلك نرفض الفرض الثاني فقرة (ج).

د) درجة تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي.

وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية من حيث تفضيلهم لمواقع وبرامج التواصل الاجتماعي لصالح ذوي التخصصات العلمية فيما يتعلق بموقع تويتر Twitter وانستجرام Instagram، حيث بلغت قيمتا ت (4.231) و (2.602) عند مستوى معنوية (0.000) و (0.010) على التوالي. وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية يستخدمون موقع

تويتر Twitter وانستجرام Instagram بدرجة اكبر ذوي التخصصات الأدبية. وفي المقابل لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ذوي التخصصات العلمية والأدبية فيما يتعلق بالفايبر Viber والفايس بوك Facebook ولاين Line والسكاي بي Skype والايمو imo وبرنامجي الواتس اب WhatsApp و التانجو Tango. وعلى ذلك نقبل الفرض الثاني فقرة (د) جزئياً فيما يتعلق بموقع تويتر Twitter وانستجرام Instagram.

(هـ) طبيعة المضامين الدينية التي يتعرضون لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية في طبيعة المضامين الدينية بخصوص مذاهب اهل السنة التي يفضلون التعرض لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح ذوي التخصصات العلمية حيث بلغت قيمة ت (2.968) عند مستوى معنوية (0.003).

وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية يفضلون التعرض للمضامين الدينية الخاصة بمذاهب اهل السنة بدرجة اكبر من ذوي التخصصات العلمية. وفي المقابل وجدت فروق لصالح المبحوثين ذوي التخصصات الأدبية فيما يتعلق بالمضامين المتعلقة بمذاهب الشيعة والاسلام بشكل عام . ويشير ذلك ان المبحوثين من ذوي التخصصات الأدبية يفضلون التعرض للمضامين الدينية الخاصة بمذاهب الشيعة والاسلام بشكل عام بدرجة اكبر من ذوي التخصصات العلمية. وعلى ذلك نقبل الفرض الثاني فقرة (هـ) جزئياً فيما يتعلق بالمضامين الدينية الخاصة بمذاهب اهل السنة و الشيعة والاسلام بشكل عام .

(و) الاتجاه نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني.

وجود فروق غير دالة إحصائية بين المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية من حيث اتجاههم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0,05). وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية يتقاربون من حيث اتجاههم السلبي نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني. وعلى ذلك نرفض الفرض الثاني فقرة (و) .

(ز) الادراك بمدى وجود تاثيرات سلبية عليهم(الشخص الاول)

وجود فروق غير دالة إحصائية بين المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية من حيث درجة ادراكهم بمدى وجود تاثيرات سلبية عليهم بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى

المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (٠,٥٥). وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية يتقاربون في درجة ادراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية عليهم (الشخص الثالث) بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعلى ذلك نرفض الفرض الثاني فقرة (ز) .

(ح) الإدراك بمدى وجود تأثيرات سلبية على الآخرين (الشخص الثالث)

وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية من حيث درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين (الشخص الثالث) بالتأثيرات السلبية الناجمة على الآخرين جراء تعرضهم للمضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح ذوي التخصصات الأدبية، حيث بلغت قيمة ت (2.968) عند مستوى معنوية (0.03). وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي التخصصات الأدبية يعتقدون زيادة التأثير السلبي على الآخرين بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بذوي التخصصات العلمية. وعلى ذلك نقبل الفرض الثاني فقرة (ح) .

(ط) الإدراك بمدى وجود تأثيرات سلبية على الأهل والأسرة

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية من حيث درجة ادراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية على الأهل والأسرة بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (٠,٥٥). وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية يتقاربون في درجة ادراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية على الأهل والأسرة بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعلى ذلك نرفض الفرض الثاني فقرة (ط) .

(ي) الإدراك بمدى وجود تأثيرات سلبية على الأصدقاء

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية من حيث درجة إدراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية على الأصدقاء بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (٠,٥٥). وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية يتقاربون في درجة إدراكهم بمدى وجود تأثيرات سلبية على الأصدقاء بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعلى ذلك نرفض الفرض الثاني فقرة (ي) .

(ك) درجة الاعتقاد بوضع رقابة على المضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي

وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية والأدبية من حيث درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح ذوي التخصصات العلمية حيث بلغت قيمة $t(3.059)$ عند مستوى معنوية (0.002). وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية تزيد درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بذوي التخصصات الأدبية. وعلى ذلك نقبل الفرض الثاني فقرة (ك) .

ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0,05). وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والاناث يتقاربون في درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعلى ذلك نرفض الفرض الأول فقرة (ك) .

الفرض الثالث

توجد علاقة ارتباط ايجابية بين درجة استخدام الشباب الجامعي الأردني للمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات الآتية:

- اتجاههم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني.
- زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي جراء استخدامهم للمضمون الديني.
- زيادة درجة اعتقادهم بضرورة وضع الرقابة على المضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٩)

الارتباطات بين درجة استخدام الشباب الجامعي الأردني للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي والعديد من المتغيرات

درجة الاستخدام المضمون الديني		المتغيرات
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.000	-0.203**	اتجاههم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني
0.304	-0.052	زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية عند استخدامهم للمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي
0.122	0.079	زيادة درجة اعتقادهم بضرورة وضع الرقابة على المضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي
٣٨٦		ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج الآتية:

- وجود ارتباط سلبي ضعيف بين درجة استخدام الشباب الجامعي الأردني للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي و اتجاههم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (-0.203) عند مستوى معنوية (0.000) ويعني ذلك انه كلما زاد استخدام الشباب الجامعي الأردني للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي قل اتجاههم الايجابي نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني. وبرز اتجاههم السلبي الذي يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح نشر المعرفة الدينية التي تربط الإرهاب بالإسلام وتسهم في إثارة النزعة المذهبية، بل أصبحت وسيلة لتعزيز الخطاب الديني والأفكار التي تكفر الآخرين، بالإضافة أنها تعزز الرؤية المتطرفة للإسلام.
- وجود ارتباط غير دال إحصائياً بين درجة استخدام الشباب الجامعي الأردني للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية عند استخدامهم للمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي.
- وجود ارتباط غير دال إحصائياً بين درجة استخدام الشباب الجامعي الأردني للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة درجة اعتقادهم بضرورة وضع الرقابة على المضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرابع

توجد علاقة ارتباط ايجابية بين ادراك الشباب الجامعي الأردني بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تعرضهم للمضمون الديني ودرجة اعتقادهم بوضع رقابة عليها.

جدول رقم (٢٠)

الارتباطات بين إدراك الشباب الجامعي الأردني بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تعرضهم للمضمون الديني ودرجة اعتقادهم بوضع رقابة عليها

الادراك بتأثر الآخرين		المتغيرات
معامل بيرسون	مستوى المعنوية	
0.170**	0.001	زيادة درجة اعتقادهم بضرورة وضع الرقابة على المضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي
٣٨٦		ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج الآتية:

وجود ارتباط ايجابي ضعيف بين بين ادراك الشباب الجامعي الأردني بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تعرضهم للمضمون الديني ودرجة اعتقادهم بوضع رقابة عليها، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.170). عند مستوى معنوية (0.001). ويعني ذلك انه كلما زاد ادراك الشباب الجامعي الأردني بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تعرضهم للمضمون الديني، زادت درجة اعتقادهم بضرورة وضع الرقابة على المضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الخامس

توجد علاقة ارتباط ايجابية بين ادراك المبحوثين للتأثيرات السلبية الناجمة عليهم جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية:

(أ) زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي جراء استخدامهم للمضمون الديني.

(ب) زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الاهل والاسرة بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي جراء استخدامهم للمضمون.

(ج) زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الاصدقاء بالمخاطر السلبية بمواقع التواصل الاجتماعي جراء استخدامهم للمضمون.

جدول رقم (٢١)

الارتباطات بين درجة ادراك الشباب الجامعي الأردني للتأثيرات السلبية الناجمة عليهم جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية والعديد من المتغيرات

ادراك المبحوثين للتأثيرات السلبية الناجمة عليهم		المتغيرات
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
٠,٠٠٠	٠,٢٣٥	زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين
٠,٠٠٠	٠,٤٤١	زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الاهل والاسرة
٠,٩٥٦	٠,٠٠٣	زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الاصدقاء
٣٨٦		ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج الآتية:

- وجود ارتباط ايجابي ضعيف بين درجة ادراك الشباب الجامعي الأردني للتأثيرات السلبية الناجمة عليهم جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لاغراض دينية و زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين بتلك المخاطر السلبية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (235) عند مستوى معنوية (000)، ويعني ذلك انه كلما زاد ادراك الشباب الجامعي الأردني للتأثيرات السلبية الناجمة عليهم جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لاغراض دينية زاد اعتقادهم بدرجة كبيرة بتأثر الآخرين بتلك المخاطر.
- وجود ارتباط ايجابي متوسط بين درجة ادراك الشباب الجامعي الأردني للتأثيرات السلبية الناجمة عليهم جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لاغراض دينية و زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الاهل والاسرة بتلك المخاطر السلبية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (441) عند مستوى معنوية (000)، ويعني ذلك انه كلما زاد ادراك الشباب الجامعي الأردني للتأثيرات السلبية الناجمة عليهم جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لاغراض دينية زاد اعتقادهم بدرجة كبيرة بتأثر الاهل والاسرة بتلك المخاطر.
- وجود ارتباط غير دال درجة ادراك الشباب الجامعي الأردني للتأثيرات السلبية الناجمة عليهم جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لاغراض دينية و زيادة درجة اعتقادهم بتأثر الاصدقاء بتلك المخاطر السلبية. ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به احصائيا(055).

خلاصة الدراسة

استهدفت هذه الدراسة معرفة علاقة الشباب الأردني بالمضامين الدينية بشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحوها، فضلاً عن معرفة ادراكهم لتأثيراتها السلبية في المجال الديني على أنفسهم وعلى الآخرين جراء ذلك الاستخدام بالإضافة إلى معرفة مدى إدراكهم لقبول وضع بعض الإجراءات الرقابية للحد من تلك التأثيرات السلبية، وكذلك معرفة تأثير المتغيرات الديموغرافية على ذلك، وقد تم معالجة هذه المشكلة في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث **Third-Person Effect**. واستخدمت منهج المسح وطبقت على عينة عمدية بلغ قوامها (386) مبحوثة ومبحوث من الشباب الأردني الجامعي من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والذي يتابعون المضامين الدينية، وتوصلت الى مجموعة الى اهم النتائج الاتية:

- ارتفاع نسبة استخدام الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي دائماً بنسبة بلغت (74,6%) من اجمالي المبحوثين، يليها الاستخدام

احيانا بنسبة (١٥,٣%)، ثم الاستخدام نادرا بنسبة (١٥,٣%). ويمكن تفسير ذلك في ظل التنامي الكبير لارتفاع معدل استخدام الشباب لهذه المواقع، والتي يرتاد صفحات التواصل الاجتماعي لمدة أطول وبات يتعرض لها ويستخدمها أكثر من الوسائل الاتصالية الأخرى.

- تصدر موقع الفيس بوك في الترتيب الأول بنسبة وزن مؤوي بلغت (88.3%)، وذلك كوسيلة مفضلة لدى الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) في متابعة المضمون الديني وهذا ما أشارت إليه نتائج العديد من الدراسات السابقة والتي خلصت إلى تفوق موقع الفيس بوك في الاستحواذ على مختلف فئات الجمهور وقدرتها على جذبها من خلال الخصائص والمميزات المتعددة والمتنوعة التي تتوفر في هذا الموقع، وذلك مقارنة ببقية مواقع وبرامج التواصل الاجتماعي الأخرى، يليها برنامج التواصل الاجتماعي (الواتس اب) في الترتيب الثاني بنسبة وزن مؤوي (79%)، يليها بقية برنامج التواصل الاجتماعي في مراتب متأخرة.

- ارتفاع نسبة درجة تعرض ومتابعة الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) للمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي احيانا بنسبة بلغت (٤٦,٩%) من اجمالي الباحثين، يليها درجة التعرض دائما بنسبة (٣٣,٤%)، ثم درجة التعرض نادرا بنسبة (١٩,٧%). وهذا يشير إلى ان هناك ارتياد ومتابعة لا بأس بها للمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الباحثين، على الرغم من الاستخدامات الأخرى المتعددة التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها.

- ارتفاع نسبة درجة تفضيل وتعرض الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) للمضمون الديني بخصوص مذاهب السنة بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٦١,٧%) من اجمالي الباحثين، ويمكن تفسير ذلك في ضوء ان المذاهب السائدة التي يعتنقها المسلمين في المملكة الاردنية الهاشمية والمتمثلة في مذاهب اهل السنة والجماعة، يليها التفضيل للتعرض على المضامين الدينية عن الأديان الأخرى بنسبة (٨٥,٥%)، ويمكن ارجاع ذلك في ضوء وجود من يعتنق الديانة المسيحية من الباحثين فضلا عن أنها تعد كديانة ثانية على مستوى المملكة.

- ارتفاع نسبة درجة تفضيل وتعرض الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) لدعاة الدين من الشباب الجدد المعروفين والتي تضمنتهم مقاطع الفيديو بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٦٤,٢%) من اجمالي الباحثين، ويمكن

تفسير ذلك في ضوء تصاعد أصوات وأدوار وتحركات فاعلين من خارج المؤسسة الدينية الرسمية، وهو ما اصطلح على تسميته في وسائل الإعلام بـ"الدعاة الجدد"، وهم نمط جديد من الدعاة يختلفون شكلاً ومضموناً. عن الأنماط التقليدية في الدعوة الإسلامية.

- ارتفاع نسبة درجة تفضيل وتعرض الشباب الجامعي الاردني (عينة الدراسة) للجنسية المصرية والتي تضمنتهم مقاطع الفيديو بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٨٩,٦%) من اجمالي المبحوثين، يليها الجنسية الخليجية في الترتيب الثاني بنسبة (٦٣,٥%) ويمكن تفسير ذلك في ضوء ظهور اوائل الدعاة الجدد من مصر امثال عمر خالد، ثم تنامت في الدول الخليجية
- وجود اتجاهات سلبية بين أوساط المبحوثين، إذ بلغت كثير من العبارات الجدولية نسباً مئوية مرتفعة تحمل اتجاهاً سلبياً تجاه دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني، كعبارة ان مواقع التواصل الاجتماعي تتيح نشر المعرفة الدينية التي تربط الارهاب بالاسلام وكذلك عبارة ان مقاطع الفيديو المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في اثاره النزعة .
- تصدرت رؤية المبحوثين بان الآخرين (الشخص الثالث) اكثر عرضة وتأثيراً للتاثيرات السلبية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لاغراض دينية وجاءت بنسبة (٦٧,٩%)، مقابل نسبة (٢٩,٥%) يرون انهم يتأثرون بدرجة اكبر، في حين جاءت رؤيتهم انهم يتساوون في التأثير مع الآخرين في الترتيب الاخير بنسبة (٢,٦%). وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت اليه العديد من نتائج الدراسات السابقة التي طبقت نظرية تأثير الشخص الثالث . والذي يشير فرضها الرئيس إلى ان الافراد يتوقعون حدوث تاثيرات سلبية اكبر من وسائل الاعلام على الآخرين، اكثر من انفسهم.
- اقر نسبة (٦٦,٦%) من اجمالي المبحوثين بضرورة وضع رقابة، مقابل نسبة (٣٣,٤%) لا يرون بضرورة فرضها. وهذه النتيجة تتسق مع فرض نظرية الشخص الثالث والتي تشير إلى ان الافراد يتوقعون حدوث تاثيرات سلبية اكبر من وسائل الاعلام على الآخرين، اكثر من انفسهم، ونتيجة ذلك فان الافراد قد يتخذون موقفا من شأنه حماية الآخرين من التاثيرات الناتجة عن وسائل الاعلام مثل فرض الرقابة عليهم، لانهم يعتقدون ان التاثير الاكبر يكون على الآخرين لان عقولهم اكثر قابلية للتاثير.

- وجد أن المبحوثين من ذوي التخصصات الأدبية يعتقدون زيادة التأثير السلبي على الآخرين بخصوص المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بذوي التخصصات العلمية.
- أن المبحوثين من ذوي التخصصات العلمية تزيد درجة اعتقادهم بضرورة وضع رقابة على المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بذوي التخصصات الأدبية.
- وجد انه كلما زاد استخدام الشباب الجامعي الأردني للمضمون الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي قل اتجاههم الايجابي نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني. وبرز اتجاههم السلبي بشكل كبير الذي يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح نشر المعرفة الدينية التي تربط الارهاب بالاسلام وتسهم في اثارة النزعة المذهبية، بل اصبحت وسيلة لتعزيز الخطاب الديني والافكار التي تكفر الآخرين، بالاضافة انها تعزز الرؤية المتطرفة للاسلام.

- (1) Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public opinion quarterly*, 47(1), 1-15.
- (2) Gunther, A. C. (1995). Overrating the X-rating: The third -person perception and support for censorship of pornography. *Journal of Communication*, 45(1), 27-38.
- (3) Dupagne, M., Salwen, M. B., & Paul, B. (1999). Impact of question order on the third-person effect. *International Journal of Public Opinion Research*, 11(4), 334-345...
- (4) Hoorens, V., & Ruiter, S. (1996). The optimal impact phenomenon: Beyond the third person effect. *European Journal of Social Psychology*, 26(4), 599-610.
- (5) Price, V., Huang, L. N., & Tewksbury, D. (1997). Third-person effects of news coverage: Orientations toward media. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(3), 525-540..
- (6) عزة الكحكي (٢٠١٤)، إدراك الجمهور العربي واتجاهاته نحو القنوات الفضائية ذات المضامين الروحانية والغيبية، دراسة في تأثير الشخص الثالث بالتطبيق على عينة من الجمهور في دولة قطر، <http://dalaya6848.blogspot.com/2014/04/5.html?m=1>
- (7) Bengt Johansson (2002). Images of media power: The Third Person Effect and The Shaping Of Political Attitudes. Paper Presented At *The 23 Conference and General Assembly IAMCR/AIEECS/AIERI International Association Media And Communication*, Barcelona, 21-26 Of July.
- (8) Lee, B., & Tamborini, R. (2005). Third person effect and Internet pornography: The influence of collectivism and self efficacy. *Journal of Communication*, 55(2), 292-310.
- (9) Leone, R., Peek, W. C., & Bissell, K. L. (2006). Reality television and third-person perception. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 253-269.
- (10) Donald L. Diefenbach & Mark D. West (2007). "Television and Attitudes Toward Mental Health Issues: Cultivation analysis and the Third-Person Effect. *Journal of Communication Psychology*. Vol. 35, p. 181.
- (11) Cho, H., & Boster, F. J. (2008). First and third person perceptions on anti-drug ads among adolescents. *Communication Research*, 35(2), 169-189.
- (12) حنان حامد: "تأثير اغاني التلفزيون المصورة على النسق القيمي لدى الشباب المصري"، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠٠٨).

- (13) Third-Person Effect. *Human Communication Research*, 34(2), 210-233.
- (14) Boyle, M. P., McLeod, D. M., & Rojas, H. (2008). The role of ego enhancement and perceived message exposure in third-person judgments concerning violent video games. *American Behavioral Scientist*, 51(1), 10-24.
- (15) Effects. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 286-306.
- (16) بسنت مراد فهمي: "علاقة الشباب الجامعي ببرامج تليفزيون الواقع في اطار تطبيق نظرية تأثير الشخص الثالث" رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، قسم الاذاعة، ٢٠١٠).
- (17) ياسمين احمد فؤاد: "العلاقات العائلية كما تقدمها المسلسلات المصرية وتأثيرها على التفاعل الاسري" رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، قسم الاذاعة، ٢٠١١).
- (18) مصطفى صابر محمد عطية : "تعرض المراهقين للدراما الاجنبية بالفصائيات العربية وعلاقته بالانحرافات السلوكية لديهم في اطار نظرية الشخص الثالث" رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الاعلام التربوي، ٢٠١١).
- (19) دنيا عمر فرحان : "علاقة تعرض المراهقين لمواقع التسلية والترفيه على شبكات الانترنت بسلوكهم الاتصالي"، دراسة ميدانية على عينة من المراهقين المصريين " رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٢).
- (20) اسماء احمد عامر : العلاقة بين التعرض للمواد الاباحية عبر شبكة الانترنت و اتجاهات المراهقين جنسيا"، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، قسم الاذاعة، ٢٠١٣).
- (21) Valarie Schwweis, Jennifer Billinson & T. Makana chock (2014). Facebook, the Third Person Effect and the Differential Impact Hypothesis, *Journal of Computer –Mediate Communication*, 19, P.403-413.
- (22) Marco Dohle&Uli Bernhard (2014) . Presumed Onetime Media Influence and Support for Censorship : Result from Survey among German Parliamentarians, *Public opinion Reserch*,26(2),P.256-268.
- (23) Aliya Abdul Hayee & Anila Kamal (2014) .The Development Of Questionnaire and media Exposure Test in Local and Foreign Electronic Entrttainment Media Context, *Pakistan Journal of Psychological Research*, 29(1),P.53-77.
- (24) انتصار سالم: "ادراك الشباب الجامعي لتأثير محتوى العنف السياسي بالانترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو فرض الرقابة على الانترنت :دراسة ميدانية في ضوء نظرية تأثير الشخص

-
- الثالث، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، العدد(٥١) ابريل-يونيو، ٢٠١٥م)، ص ص ٣٢٥-٣٨٢.
- (25) محمد ابراهيم (٢٠١٥ م) ، تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب على الإنترنت واتجاهاتهم نحو الرقابة الأسرية فى إطار نموذج تأثرية الآخرين،
<http://dalya6848.blogspot.com/2014/04/5.html?m=1>
- (26) Hong, S. C. (2015). Do Cultural Values Matter? A Cross-Cultural Study of the Third-Person Effect and Support for the Regulation of Violent Video Games. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Vol. 46(7) 964 – 976
- (27) Tsay-Vogel, M. (2015). Me versus them: Third-person effects among Facebook users. *new media & society*, 1 –17 at :
<http://nms.sagepub.com/content/early/2015/02/20/1461444815573476.full.pdf+html>
- (28) Leung, W. C., & Lo, V. H. (2015). Perceived Harm of Online Drug-Encouraging Messages Third-Person Effect and Adolescents' Support for Rectifying Measures. *Youth & Society*, 47(6), 850-872.
- (29) Rosenthal, S., Detenber, B. H., & Rojas, H. (2015). Efficacy beliefs in third-person effects. *Communication Research*,
https://www.researchgate.net/profile/Benjamin_Detenber/publication/273064433_Efficacy_Beliefs_in_Third-Person_Effects/links/5511270c0cf2ba844840e078.pdf
- (30) شادي ابراهيم : "أثر إعلانات الصحف المدفوعة والمجانية في السلوك الشرائي للجمهور المصري" رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة المنصورة : كلية الآداب، قسم الاعلام، ٢٠١٥).
- (31) علي حمود جمعة : "أثر شبكة المعلومات الدولية في الوعي الديني للشباب الجامعي في مصر"، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة الأزهر : كلية الاعلام، ٢٠٠٣م).
- (32) Al-Kandari, A. A. (2011). Predicting the clash of civilizations: the use and impact of religious media in Kuwait. *Journal of Media and Religion*, 10(4), 206-223.
- (33) اميرة محمد احمد : " دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، العدد(٣) (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠١٥م).
- (34) Alkazemi, M. (2015). Students' Spiraling Silence and Willingness to Communicate about Religion in the United States: An Exploration of the Media's Role in Stigmatizing Religion. *The Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 2(1).
- (35) Alkazemi, M. F. (2015). Mediating Silence: The Media's Role in Silencing Religious Dialogue Among US Muslims. *Journal of Media and Religion*, 14(1), 29-45.

(36) إيمان فتححي: "دور الفيس بوك الدعوي في نشر التنقيف الديني لدى الشباب الجامعي السعودي"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد (٥) (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٦م)

(37) بسنت مراد: "علاقة الشباب الجامعي ببرامج تلفزيون الواقع (في اطار تطبيق : نظرية تأثير الشخص الثالث)", رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٠م) ص ٧