تعرض الجمهور المصري لظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القيم لديهم

إعداد الباحثة/ جهاد شحات لبيب عبد المطلب

أ.د/ هشام رشدي خيرالله
أستاذ الإعلام كلية التربية النوعية
جامعة المنوفية

أ.م. د/ منى جمال بيوضة
أستاذ الصحافة المساعد كلية التربية النوعية
جامعة المنوفية

د/ منى أبو ناشى
مدرس بقسم العلوم التربوية والنفسية كلية التربية النوعية
جامعة المنوفية

العدد الأربعون نوفمبر ٢٠٢٤ الجزء الأول

الموقع الالكتروني : https://molag.journals.ekb.eg

الترقيم الدولي الموحد للطباعة (2357-0113 :ISBN)

الترقيم الدولي الموحد الإلكتروني (2735-5780)

تعرض الجمهور المصري لظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القيم لديهم

إعداد الباحثة/ جهاد شحات لبيب عبد المطلب

أ.د/ هشام رشدي خيرالله
أستاذ الإعلام كلية التربية النوعية
جامعة المنوفية

أ.م. د/ منى جمال بيوضة
أستاذ الصحافة المساعد كلية التربية النوعية
جامعة المنوفية

د/ منى أبو ناشى
مدرس بقسم العلوم التربوية والنفسية كلية التربية النوعية
جامعة المنوفية

ملخص البحث:

هدفت البحث إلى التعرف على العلاقة بين التعرض لظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى القيم لدى الجمهور المصري وذلك من خلال، الكشف عن حجم تعرض الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع التعرض لهذه المواقع، ومدى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، وكذلك التعرف على مدى اهتمام الجمهور المصري بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وما تأثير المتغيرات الديموغرافية على اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد وعلاقة ذلك بالنسق القيمي لديهم، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة، واستخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة الدراسة قوامها ٤٠٥ مفردة من الجمهور المصري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي.

وتوصلت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة ظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وإلى اختلاف درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي ، كما أسفرت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيا بين مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد ومستوى التأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا الاعتماد، وأنه كلما زاد مستوى اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة على مواقع التواصل كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد يزداد لديهم مستوى القيم الأخلاقية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي| الفساد الأخلاقي | القيم الأخلاقية | المجتمع المصري.

"The Egyptian public's exposure to the phenomenon of moral corruption through social media sites and its relationship to their level of values"

The research aimed to identify the relationship between exposure to the phenomenon of moral corruption through social networking sites and the level of values among the Egyptian public, by revealing the extent of the Egyptian public's exposure to social networking sites, the motives for exposure to these sites, and the extent of the respondents' confidence in the honesty and objectivity of social networking sites as a source of information. As well as identifying the extent of the Egyptian public's interest in following up issues of moral corruption through social networking sites, and what is the impact of demographic variables on the Egyptian public's reliance on social networking sites as a source of information about corruption issues and the relationship of that to their value system. This study belongs to descriptive studies, and within its framework, the researcher used the method Sample survey, the questionnaire form was used as a tool to collect the required data, and the study was applied to a study sample of 405 individuals from the Egyptian public who uses social networking sites.

The results revealed that there were statistically significant differences between the average scores of the respondents on a scale for monitoring the phenomenon of moral corruption through social networking sites, according to the difference in the level of use of social networking sites, and the difference in the degree of the respondents' reliance on social networking sites as a source of information about issues of moral corruption. The results also revealed: There is a positive and statistically significant correlation between the level of respondents' reliance on social networking sites as a source of information about corruption issues and the level of cognitive effects resulting from this reliance, and that the greater the level of reliance of the Egyptian public, the study sample, on social networking sites as a source of information about corruption issues, the greater their level of moral values.

Keywords: social networking sites Moral corruption Moral values | Egyptian society.

المقدمة:

يشكل الإعلام في عصرنا الحاضر القوة الأكثر تأثيراً في حياتنا بسبب التطور التكنولوجي، ومع تطور الحياة والمجتمعات بشكل عميق، لم تعد وسائل الإعلام الجماهيري قاصرة على الوسائل التقليدية حيث ظهر مجال جديد يتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي، وقد ساعد ظهور تلك الوسائل في تداول المعلومات والأخبار بمرونة وسهولة من خلال الشبكة العنكبوتية وهو أثر على المجتمع المصري بشكل إيجابي وسلبي(١).

وقد اتسعت مجالات الإعلام بصورة واضحة بحيث شملت الصحة والتعليم والأمن والدفاع والاقتصاد والبيئة والمناخ والعلوم... وغيرها. كما شملت بلغتها الشرائح والمستويات كافة حتى باتت من أهم أدوات المعرفة في العصر الراهن. وكان ذلك نتيجة للتطورات الكبيرة التي طرأت على التكنولوجيا وتقنيات الاتصال والإعلام والتي جعلت من العالم يبدو وكأنه قرية إلكترونية صغيرة، وأصبح الإعلام محوراً أساسياً لمختلف القضايا الأساسية(٢).

وتُعَدُّ شبكات التواصل الاجتماعي أهم ثورة إلكترونية في مجال التفاعل الدائم والتواصل الاجتماعي بين الأفراد خاصة أعضاء البنى الاجتماعية؛ ليكونوا بناء إلكترونيًا تفاعليًا يحقق لهم أسرع الطرق في التواصل، وأبسطها في إشباع حاجاتهم ورغباتهم ابتداء من الحاجة إلى المعرفة، وانتهاء بالوصول إلى المعلومة الجديدة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية وأكثرها تحقيقا للجماهيرية، الفيسبوك والتويتر، وقد وفرت هذه الشبكات آلاف التطبيقات لمستخدميها فهي تشكل أداة من أدوات الإعلام التفاعلي ويتواصل بها ملايين الأفراد الذين تجمعهم روابط واهتمامات مشتركة، كما تتيح لمستخدميها إنشاء المدونات والتعليق الحرّ، ومشاركة الصور والملفات، ومقاطع الفيديو، وإرسال الرسائل، إضافة إلى إجراء المحادثات الفورية (٣)

ونجد أنه في الآونة الأخيرة كان هناك انتشار لظاهرة الفساد الأخلاقي في المجتمعات وخاصة المجتمع المصري، وكثرت الجرائم الناتجة عنها كجرائم الابتزاز والتنمر وانحدار في لغة الخطاب وإطلاق الألفاظ البذيئة وانحرافات السلوك وذلك نتيجة غياب الوازع الديني، والفهم الصحيح للقيم، وكان لوسائل الإعلام وفى مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي دور كبير في التناول الإعلامي لهذه الظاهرة والكشف عن خطورتها ومواجهتها.

وعلى الرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من الأشياء المهمة في الوقت الراهن للجميع في تغطيتها لجميع القضايا والموضوعات، لكن ظهرت الكثير من المشكلات والسلبيات لتلك المواقع في تناولها لقضايا الفساد الأخلاقي. حيث قد تعرض وسائل الإعلام نماذج للمضايقات الأخلاقية أو نماذج تشجع على سلوكيات غير أخلاقية والتي ممكن أن يمارسها ويحتذي بها البعض في غياب الوازع الديني والدور التربوي للأسرة، بالإضافة إلى انتشار الجرائم الكلامية عبر هذه المواقع، مما أدى إلى اضطراب القيم في المجتمع المصري

وهذا يمكن أن يؤثر على المجتمع بشكل عام وهو ما يمثل مشكلة تستوجب دراستها، لذا يجب أن يكون الجميع على دراية وعلم بالعيوب والمشكلات التي تسببها هذه المواقع في تناولها الإعلامي لهذه القضايا بهدف تفاديها ومواجهتها حتى لاتزعزع النسق القيمي لدينا.

وبسبب انتشار ظاهرة الفساد الأخلاقي نتيجة غياب الوازع الديني، والفهم الصحيح للقيم، وانتشار الجرائم الكلامية، واضطراب القيم في المجتمع المصري في مواقع التواصل الاجتماعي كان لوسائل الإعلام وفى مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي دور كبير في كشف خطورة هذه الظاهرة ومواجهتها.

ولهذا جاءت هذه الدراسة لمحاولة الوقوف على أثر التعرض لقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القيم الأخلاقية لدى الجمهور المصري.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

لاحظت الباحثة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً هاماً للمعلومات، سيما وأنها تحظى بنسبة عالية من المتابعة الحثيثة لها، كما لاحظت من خلال متابعتها للأحداث الجارية ظهور وانتشار للعديد من قضايا الفساد الأخلاقي في المجتمع المصري على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث إننا نشهد في الآونة الأخيرة كثيراً من مظاهر " الانفلات الأخلاقي " أو الفساد الأخلاقي مثل جرائم الابتزاز والتنمر وانحدار في لغة الخطاب وإطلاق الألفاظ البذيئة وانحرافات السلوك والذوق العام وغيرها من المظاهر الأخرى التي تمسك الأخلاق، ولا شك أن يمكن أن تكون وسائل الإعلام، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، عاملاً مؤثرًا على القيم والسلوكيات الاجتماعية. قد تعرض وسائل الإعلام للمضايقات الأخلاقية أو تشجع على سلوكيات غير أخلاقية، وهذا يمكن أن يؤثر على المجتمع بشكل عام وهو ما يمثل مشكلة تستوجب دراستها.

وما يؤكد المشكلة البحثية نتائج الدراسات السابقة، حيث وجدت الباحثة أن هناك قلة في البحوث التي تتناول ظاهرة الفساد الأخلاقي المنتشرة في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن الدراسات التي تناولت الظاهرة تناولتها من درجة التعرض والانتشار، ولم تتناول الظاهرة من حيث تأثيرها على مستوى القيم لدى الجمهور المصري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي.

وما يؤكد المشكلة البحثية أيضا ما قامت به الباحثة من دراسة استطلاعية على عينة من الجمهور المصري استهدفت من خلالها التعرف على حجم تعرض الجمهور المصري لقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى القيم لديهم والتي أسفرت

نتائجها على أن نسبة كبيرة من الجمهور تتعرض لتلك القضايا، كما تتنوع مستوى القيم الأخلاقية لديهم بين مرتفع ومتوسط، ومن هنا جاءت المشكلة البحثية والتي يمكن صياغتها في محاولة من الباحثة للإجابة عن التساؤل التالي: **ما العلاقة بين تعرض الجمهور المصري لظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى القيم لديهم؟**

ويتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية:

١. ما حجم استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص عينة الدراسة على متابعتها؟
٣. ما دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة؟
٤. ما حجم تعرض الجمهور المصري لقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
٥. ما أهم مجالات قضايا الفساد الأخلاقي التي يفضل المبحوثين متابعتها عير مواقع التواصل الاجتماعي؟
٦. ما مدى مناقشة المبحوثين عينة الدراسة للآخرين حول قضايا الفساد الأخلاقي المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ ومع من يفضلون المناقشة؟
٧. ما مدى تفاعلية الجمهور المصري عينة الدراسة مع المضامين المتعلقة بالفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
٨. ما العلاقة بين درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على معلومات عن الفساد الأخلاقي ومستوى التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد؟
٩. ما مستوى القيم الأخلاقية لدى الجمهور المصري عينة الدراسة؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى" التعرف على العلاقة بين تعرض الجمهور المصري لظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى القيم لديهم وذلك من خلال:

١. التعرف على حجم استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي.
٢. تحديد أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص عينة الدراسة على متابعتها.
٣. الكشف عن دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة.
٤. التعرف على حجم تعرض الجمهور المصري لقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
٥. الكشف عن دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن قضايا الفساد الأخلاقي.

٦. التعرف على أهم مجالات قضايا الفساد الأخلاقي التي يفضل المبحوثين متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
٧. رصد أهم صور الفساد الأخلاقي المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور المصري عينة الدراسة.
٨. معرفة مستوى اهتمام الجمهور المصري بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
٩. دراسة العلاقة بين درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على معلومات عن الفساد الأخلاقي ومستوى التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية النظرية: تنبع أهمية الدراسة الحالية من خلال:

- أهمية موضوعها حيث تتناول موضوع مهم جدًا ألا وهو ظاهرة الفساد الأخلاقي القضية التي باتت حقيقة لا يمكن تجاهلها في مفاصل الحياة لجميع المجتمعات بما فيها المجتمع المصري.
- الأهمية الخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم والتي تتفوق على وسائل التواصل الأخرى في إمكانية عرضها للموضوعات مدعمة بالوسائط التكنولوجية المختلفة، بالإضافة إلى أنها لها دور واضح في التغير الاجتماعي، متجاوزه كل قيود وعوائق استخدام وسائل الإعلام التقليدية.
- أهمية الفترة الزمنية التي تجرى بها الدراسة حيث ظهرت فيها العديد من قضايا الفساد الأخلاقي على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما أحدث العديد من قضايا الرأي العام في مصر.
- تكتسب هذه الدراسة أهميتها أيضا في تناولها لموضوع هام وهو "القيم الأخلاقية" والتي تعد بمثابة عصب المجتمع وصلاحها هي بمثابة صلاح للمجتمع، واستمرار تعرض الجمهور لقضايا الفساد الأخلاقي ممكن أن تزعزع مستوى القيم لدي خاصة إذا كان التناول الإعلامي لهذه القضايا سلبي.

ثانيًا: الأهمية التطبيقية:

- تسهم هذه الدراسة بما تصل إليه في تعريف الناس بمخاطر الفساد الأخلاقي التي يتابعها المجتمع المصري وأسباب انتشارها وتأثيرها على مستوى القيم لديه، وتحاول أن تقدم روية لمحاربة ظاهرة الفساد واجتثاثها لأنه ليس من السهل جدًّا إصلاح الفساد الأخلاقي، حيث إنه يشكل الفساد الأخطر الذي من شأنه أن يُقوّض المجتمعات، وهو الفساد الذي يُصيب النفوس والذي يتغلغل فيها.

- تحاول هذه الدراسة إعداد أدوات بحثيه يمكن من خلالها مساعدة المسؤولين خاصة في مجال الإعلام بالوقوف على مستوى القيم لدى الجمهور المصري والعلاقة بين بين تغير مستوى القيم في المجتمع المصري، وبين انتشار الفساد الأخلاقي عبر التناول الإعلامي له على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تفيد نتائج البحث في بناء برامج إرشادية وتوجيهية للجهور، بهدف التخفيف من أثر كثرة التعرض لقضايا الفساد الأخلاقي والعمل على توجيههم نحو التعامل معها ليكون دافعًا لهم نحو الاستغلال والتخطيط الأمثل لتنمية النسق القيمي لديهم.

حدود الدراسة: وتتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

- **حدود موضوعية:** حددت الباحثة موضوع دراستها في العلاقة بين تعرض الجمهور المصري لقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى القيم لديهم.
- **حدود مكانية:** تتمثل حدود الدراسة المكانية في جمهور المجتمع المصري.
- **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة من الجمهور العام ويرجع اختيار الجمهور العام دون تحديد شريحة معينة وذلك لدراسة أي شرائح المجتمع أكثر تأثراً بمثل هذه الظواهر.
- **حدود زمانية:** ٢٠٢١ – ٢٠٢٤.

مصطلحات الدراسة:

- (الفساد):

يعرف الفساد في معاجم اللغة بأنه" (فسد) ضج صلح (والفساد) لغة البطلان، فيقال فسد الشيء أي بطل واضمحل، وليس هناك تعريف محدد للفساد بالمعنى الذي يستخدم فيه هذا المصطلح اليوم، لكن هناك اتجاهات مختلفة تتفق في كون الفساد هو إساءة استعمال السلطة العامة أو الوظيفة العامة للكسب الخاص."(٤)

وتعرفه الباحثة إجرائيا بأنه: الخروج عن القانون والنظام، وعدم الالتزام بهما، أو استغلال غيابهما من أجل تحقيق مصالح سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية للفرد أو لجماعة معينة، ويدخل في معني الفساد العديد من أشكال التخريب وإلحاق الضرر، والخروج عن حد الاستقامة، وحصول التلف، وكل ما من شانه الخروج عما يقتضيه المجتمع والعرف من حفظ النفس، وحفظ العقل، وحفظ الدين، وحفظ الكرامة، وحفظ العرض، وحفظ النوع، وحفظ المال والمحافظة على المجتمع.

- **الفساد الأخلاقي:**

هو"ارتكاب واحدة أو أكثر من جرائم الكذب والخيانة والتزوير والسرقة والقتل وانتهاك حقوق وأعراض الآخرين، وتوجيه المجتمع باتجاه الفساد والانحلال الأخلاقي...إلخ فالفساد

الأخلاقي لدى المجتمعات هو أعظم حرب تعاني منها الدول الإسلامية وللأسف السبب يعود إلى التربية الخاطئة لدى الأسر فالغياب الأسري ومتابعة الأبناء وراء كل تلك المصائب"(٥).

وتعرفه الباحثة إجرائيًا بأنه "الخروج عن القواعد الأخلاقية الصحيحة، وغياب أو تغييب الضوابط التي تحكم السلوك، وانحلال البناء القيمي، وضعف الضوابط الأخلاقية في المجتمع".

- مواقع التواصل الاجتماعي" **Social Media.**

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها" منصات على الإنترنت أو الهاتف المحمول تتيح التفاعل الثنائي الاتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم، فضلا عن التواصل بين المستخدمين. ومن ثم، فوسائل التواصل الاجتماعي ليست كوسائل الإعلام التي لا تخرج إلا من مصدر واحد أو من موقع شبكي ثابت، وإنما هي وسائل للتواصل عبر منصات صُمِّمت خصيصا لتتيح للمستخدمين إيجاد المحتويات بأنفسهم والتفاعل مع المعلومات ومع مصدرها. (٦)

وتعرفها الباحثة إجرائيا بأنها "عبارة عن منصات قائمة على الإنترنت تستخدم في بناء العلاقات الاجتماعية وتطويرها بين الناس، وهي وسائل يمكن للمستخدمين من خلالها، التفاعل عبر الإنترنت مع الأشخاص ذوي الاهتمامات المتشابهة، وتسمح وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين بمشاركة رسائل البريد الإلكتروني، والرسائل الفورية والتعليقات عبر الإنترنت والصور الرقمية ومقاطع الفيديو ونشر إدخالات المدونة، كما أنه يوفر للأشخاص ذوي الإعاقة فرصة للتعريف بأفكارهم وأراءهم في بيئة افتراضي".

- **القيم:**

هي المبادئ والمعتقدات الأساسية، والملل والمقاييس أو أنماط الحياة التي تعمل مرشدا عاما للسلوك. أو نقاط تفضيل في صنع القرار، أو لتقويم المعتقدات والأفعال، والتي ترتبط ارتباطا وثيقة بالسمو الخلفي والذاتي للأشخاص ". (٧)

وتعرفها الباحثة إجرائيا في هذه الدراسة بأنها القيم الأخلاقية وهي عبارة عن مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل الصدق، الأمانة، احترام الآخرين ، التسامح.

- **الجمهور Public**

مجموعة من الأفراد يجمع بينهم ميل أو اتجاه أو عاطفة مشتركة أو إدراك في وحدة المصالح، لذلك يتولَّد شعور بالوحدة وتحقيق الذات، ويختلف مقدار هذا الشعور من جمهور إلى آخر(٨)

ويقصد به إجرائيا : الجمهور المصري المتعرض للمواقع الإلكترونية ويعتمد عليها كمصدر لاستقاء الأخبار والمعلومات حول القضايا المختلفة جمهور المواقع الإلكترونية باختلاف متغيراتهم الديموغرافية (النوع – السن– الإقامة – التعليم).

الدراسات السابقة:

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، وفي هذا الصدد هناك عدة دراسات تقترب من قريب أو بعيد من موضوع الدراسة الحالية، وتم تقسيم هذه الدراسات إلى محورين، **المحور الأول:** دراسات تناولت الفساد الأخلاقي. **والمحور الثاني:** تناولت مواقع التواصل الاجتماعي والقيم، وفيما يلي عرض هذه الدراسات على أساس الترتيب الزمني لها من الأقدم إلى الأحدث.

أولاً: دراسات المحور الأول والتي تناولت الفساد الأخلاقي:

تنوعت واختلفت الدراسات التى تناولت الفساد الاخلاقي فهناك دراسات تناولت الفساد الأخلاقي بشكل عام مثل دراسة سليمان بن قاسم بن محمد العيد(٢٠٢٤)[٩]، وهدفت إلى إلقاء الضوء على أخطر أنواع الفساد وهو الفساد الأخلاقي، أساس كل أنواع الفساد، وبيان موقف الإسلام من الفساد الأخلاقي، وآليات مكافحته والوقاية منه من منظور إسلامي. إبراز ما سبق به الإسلام كل القوانين الوضعية منذ قرون عدة من طرق ووسائل احترازية ووقائية لدرء مخاطر الفساد وتداعي سلبياته، وتوصلت الدراسة إلى أن الفساد الأخلاقي يعد واحدا من أكثر الظواهر التي تؤرق الأفراد والمجتمعات، وله تأثيره المباشر على الأفراد والمجتمعات، فصلاح الفرد يؤثر بالإيجاب على مجتمعه وكذا العكس، كما يعد أحد أكثر المشكلات التي تواجه المجتمعات؛ وذلك بسبب ما ينتجه من انحراف المعايير الأخلاقية ومؤثراتها النفسية والاجتماعية والاقتصادية، فى الوقت الذي سعت فيه **دراسة حسين برياطي(٢٠٢٤)** [١٠] إلى إبراز المفاهيم الأساسية للفساد وتبيان أسباب الاهتمام البالغ من طرف الدول على حد سواء والمنظمات الدولية للتصدي إليه ، باعتباره ظاهرة متفشية في جميع أنحاء العالم وإيجاد الحلول الفعالة لمعالجته. كما هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على استراتيجية مكافحة الفساد في سنغافورة باعتبارها نموذج ناجحا في هذا المجال، بالإضافة الى إبراز أهم الدروس المستفادة، وتوصلت الدراسة إلى أن إستراتيجية سنغافورة في مكافحة الفساد تعتبر نموذجا ناجحا ، وهذا باكتسابها المراتب الأولى في العديد المؤشرات التي تقيس الفساد كمؤشر مدركات الفساد، مؤشر الحوكمة العالمية، حيث أثبتت نجاحها من خلال الرغبة والإرادة السياسية للحكومة والتي تتميز بالكفاءة، الصرامة والشفافية علاوة على ذلك قوانين مكافحة الفساد التي تميزت بالردع .

وتأكيدا على ضرورة مكافحة الفساد جاءت **دراسة محمد خزعل حامد راشد(٢٠٢٤)** [١١] حيث هدفت الدراسة إلى بيان تعريف الهيئة العامة لمكافحة الفساد في الكويت "نزاهة" مع تحديد أهدافها واختصاصاتها وسلطاتها، وتحديد الثغرات والإشكاليات المرتبطة بقانون وعمل الهيئة،

وهنا تكمن المشكلة البحثية؛ حيث عملت الكويت على محاربة ومكافحة الفساد، غير أن وجود ثغرات في قانون عمل الهيئة العامة لمكافحة الفساد جعل عملها ناقصا، وتوصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من تأسيس الهيئة منذ سبع سنوات وعملها، إلا أن الكويت بلغت في مؤشرات مدركات الفساد العالمي لعام ٢٠٢٢م رتبة ٧٧ من أصل ١٨٠دولة، وهي مرتبة عالية، كما أنها تحتل المرتبة السابعة عربيا، وقد ختم دراسته بأبرز النتائج التي توصل إليها فكان أهمها: تأسيس الهيئة العامة لمكافحة الفساد بالقانون رقم (٢) لعام ٢٠١٦، وتكون تحت إشراف هيئة مستقلة وحيادية تهدف إلى إرساء مبدأ الشفافية والنزاهة وهي المعاملات الاقتصادية والإدارية والعمل على مكافحة الفساد، ودرء خطره وآثاره، وملاحقة مرتكبيه وحماية أجهزة الدولة من الرشوة والمتاجرة بالنفوذ، وتفعيل دور مؤسسات ومنظمات المجتمع المدني في مكافحة الفساد، وحماية المبلغين عنه، في حين سعت **دراسة ناصر بن سعيدان البقمي(٢٠٢٤)**[١٢] إلى التعرف على دور معلم التربية الاسلامية في تعزيز قيم النزاهة ومكافحة الفساد بمحافظة الطائف ، كما هدفت الدراسة الكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين استجابات أفراد العينة حول تعزيز قيم النزاهة ومكافحة الفساد تعزى للمتغيرات المؤهل العلمي الدورات التدريبية)، وأظهرت النتائج أن دور معلمي التربية الاسلامية في ضوء الممارسات التدريسية جاء بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي (٤٠٦٠) وانحراف معياري (٠٣٦٣). بينما حصل دورهم في ضوء مهنتهم ومحيطهم الوظيفي على المرتبة الثانية بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي (٤.٥١٨) وانحراف معياري (٠.٤٨٣) ، واحتل دورهم المجتمعي المرتبة الثالثة والأخيرة بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي (٤.٥٢٦) وانحراف معياري (٠٤٨٦). كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور معلمي التربية الإسلامية في في تعزيز قيم النزاهة ومكافحة الفساد بمحافظة الطائف تعزى لاختلاف الدورات التدريبية – المؤهل العلمي) وفي ضوء نتائج الدراسة أوصى الباحث بتضمين مناهج التربية الإسلامية في المراحلة الدراسية المختلفة لموضوعات مستقلة عن النزاهة ومكافحة الفساد وجهود هيئة الرقابة ومكافحة الفساد (نزاهة) في المملكة العربية السعودية.

في حين ركزت دراسة **Mohammad Tawfiq Al-Bataineh** (٢٠٢٤)[13] على بحث دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة بين الطلاب الأردنيين في جامعة العلوم الإسلامية العالمية في الأردن. وقد تألف مجتمع الدراسة من ١٣٨٢ طالباً وطالبة من كلية التربية في مرحلة البكالوريوس وبلغت عينة الدراسة ٣٥٧ طالباً وطالبة خلال العام الدراسي ٢٠٢١/٢٠٢٢. تم استخدام المنهج الوصفي. ولتحقق الدراسة أهدافها فقد تم بناء استبانة مكونة

من ٣٥ فقرة. أظهرت النتائج انخفاضا عامًا في كل مجال من مجالات الدراسة الانتماء، والولاء، والمشاركة السياسية، والديمقراطية، والتعددية وقبول (الآخر بين تصورات طلاب الجامعة لقيم المواطنة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. كما أوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في وجهات نظر الطلاب من حيث الانتماء والنتيجة الكلية تعزى إلى الجنس، لصالح الذكور . كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الأول والثالث في الكلية الجامعية لصالح المستوى الثالث في مجالات الولاء والديمقراطية والنتيجة الكلية. تدعم النتائج فقط أن طلاب السنة الثالثة يعتقدون أن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور أكبر في هذه المجالات من طلاب السنة الأولى تم عرض التوصيات والتضمينات المتوقعة في الدراسة.

وهدفت الدراسة **Nojood Abdul Karim Momen** (٢٠٢٤)[14] إلى فحص العلاقة بين مجموعة من المتغيرات الديموغرافية ومقياس التقييم – عند طلبة البكالوريوس في جامعة الكويت للمعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي، وتشمل تلك المتغيرات: النوع والعمر والعام الأكاديمي والأجهزة المستخدمة في الحصول على المعلومات، وكذلك المعرفة المعلوماتية المنهج: استخدمت استبانة إلكترونية أداة للدراسة، وأرسلت إلى الطلبة من خلال منصة تيمز، وقد تم القيام بإجراءات الصدق والثبات المعتادة. والجدير بالذكر أن مقياس التقييم المستخدم قد تم أيضاً التحقق من ثباته وتطبيقه في دراسة سابقة تمت في جامعة السلطان قابوس في سلطنة عمان. النتائج: وجدت فروق دالة إحصائياً بين بعض المتغيرات الديموغرافية في مقياس تقييم طلبة العلوم الاجتماعية للمعلومات التي يحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي، وهذه المتغيرات هي: العمر ومستوى الوعي بالمكتبة واستخدام أجهزة الإنترنت وكذلك المتغير المتعلق بالمعرفة المعلوماتية والقراءة، وكشفت الدراسة أيضاً عن عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متغير النوع وتقييم المعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي. الخاتمة: هناك عوامل ديموغرافية مؤثرة على طرق تقييم طلبة العلوم الاجتماعية للمعلومات التي يتم تداولها في وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن الاعتماد على تلك النتائج في زيادة وعي . طلبة الجامعة بكيفية تقييم المعلومات التي يحصلون عليها من تلك الوسائل، **وقد هدفت دراسة Ade Al-Arifi (٢٠٢١)**[15] إلى بحث واستكشاف تأثير الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي على مستويات الاكتئاب والإحباط لدى أفراد المجتمع السعودي. ومن الملاحظ أن المملكة العربية السعودية شهدت في العقد الأخير ارتفاعاً كبيراً في أعداد المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد وكذا وسائل التواصل الاجتماعي. وقد اقترحت دراسات علمية سابقة إمكانية الاستعانة بمؤشر استخدام وسائل الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي للتنبؤ بنتائج التصرفات السلوكية وردود الأفعال سواء على مستوى الأفراد أو المنظمات. وعلى

الرغم من ذلك، فقد وُجدَ قدرٌ محدودٌ من الدراسات الأدبية السابقة اهتمت بدراسة الاستخدام العميق لوسائل الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي وعلاقتها بالمخاطر الناشئة من الاستخدام في نطاق المجتمع السعودي، وبخاصة العلاقة بين الاستخدام ومدى تأثيره على مستويات الاكتئاب. وقد اعتمدت هذه الدراسة منهجية البحوث الكمية من خلال استخدام نتائج استبانات تم جمعها من خلال ٦٢٦ مستخدماً من أجل معرفة الكيفية التي يؤثر من خلالها سلوك الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي من قبل أفراد المجتمع السعودي على مستويات الاكتئاب والإحباط. وقد تم تحليل البيانات الكمية من خلال استخدام طريقة المربعات الصغرى الجزئية. وتشير النتائج النهائية إلى أن الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي يحمل تأثيراً سلبياً كبيراً على درجة الاكتئاب والإحباط لدى أفراد المجتمع، **في حين قيمت دراسة Ahmed Khamis Khalil (٢٠١٩)** [١٦] استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب العراقي وتأثيرها على هويتهم. وقد تضمن البحث في جزئه الأول دراسة استقصائية كمية من خلال توزيع ٤٠٠ استبانة على عينة من الطلاب المسجلين في أربع جامعات عراقية لاستكشاف خصائص استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عندهم ومستوياته. كما ضم الجزء الثاني دراسة نوعية تستند إلى مقابلات شبه مباشرة مع عينة من الكليات العراقية، لتحديد التأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائل التواصل الاجتماعي على هوية العينة. وقد أظهرت النتائج أن العينة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق واسع. كما تعتبر هذه الوسائل حسب عينة الطلبة العراقيين وسيلة رئيسية للتزود بالأخبار وكذلك للترفيه والتسلية. وحسب نتائج مقابلات العينة، ينظر أعضاء الهيئات التدريسية في جامعات العينة إلى وسائل التواصل الاجتماعي على أنها تهديد للهويه الأصلية. ويكمن الخطر حسب تصريحاتهم، في بعد الشباب العراقي المستخدم للشبكات الاجتماعية بصفة منتظمة ومكثفة عن القيم الاجتماعية والبيئية الأولية. كما استحضرت العينة الاغتراب النفسي والأفكار المدمرة مثل التمييز والكراهية والتعصب كنتاج مهدد للهويه الوطنية. وللتغلب على الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي حول الهوية الأصلية للعينة، اقترح المشاركون في المقابلات عددا من الحلول مثل قيام الطبقة العراقية المثقفة بمهمة توعوية على مواقع التواصل الاجتماعي ترمي إلى ترشيد استخدام الشبكات الاجتماعية، فضلا عن تطوير عدد من الآليات لتعزيز استخدام اللغة العربية، **تناولت دراسة Amin Mansour Wafi (٢٠١٧)** [١٧] دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز منظومة القيم داخل المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب الفلسطيني الجامعي، وهي دراسة ميدانية. واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي ومن خلال أسلوب مسح أساليب الممارسة، وتم بناء الدراسة على أدبيات نظريتي الإشباعات والاستخدامات والغرس الثقافي. ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة، أن حاجات الشاب

الفلسطيني في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي متعددة ومتنوعة. ومن أهم الإشباعات التي تحقق للشباب من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التحاور وإبداء الرأي. ومن أهم إيجابياتها من وجهة نظر الشباب أنها وسيلة للتفاعل والمشاركة، وحول دور الشبكات في تعزيز القيم جاءت القيمة الاجتماعية في المرتبة الأولي، التي تعزز من خلال الشبكات، وعلى صعيد القيم الشخصية، جاءت قيمة الانضباط والمواظبة أولاً. أما بخصوص نتائج تعزيز القيم من وجهة نظر الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي فعلى صعيد العلاقات الإنسانية جاءت نتائج التعزيز في إطار أن الشبكات تعزز علاقة الإنسان مع ربه. وعلى صعيد دور الشبكات في تعزيز القيم على مستوي المجتمع، بينت الدراسة أن الشبكات تلعب دور كبير في تعزيز قيمة المحافظة على تماسك المجتمع وتحدد لمثله ومبادئه.

ثانيًا: دراسات المحور الثاني والتي تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي والقيم:

هناك العديد من الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي والقيم بشكل عام فقد سعت **دراسة: انويجي أحمد نويجي غميض(٢٠٢٤)** [١٨] إلى تبيان مفهوم القيمة وأهميتها وتأصيلها على المستويين الفردي والاجتماعي، وتوصل إلى نتيجة مفادها أن مفهوم القيمة يختلف عند تأصيله عن عدة مفاهيم أخرى تتشابه معه في ظاهرها ، إلا أن هذا المفهوم له دلالات خاصة ومحددة تختلف عن غيرها من المفاهيم الأخرى، وجاءت دراسة **مشعل خلف الصقير(٢٠٢٤)**[١٩] بهدف فحص الدور الحيوي الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق في المجتمع الرقمي الحديث في المملكة العربية السعودية من خلال دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك – تويتر – انستقرام على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع، وأظهرت نتائج التحليل الشامل للمحتوى المنشور على منصات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية أن المنصة الأكثر تكراراً للمواضيع المتعلقة بالقيم والأخلاق هي فيسبوك بنسبة ٣٩ %، يليها انستقرام بنسبة ٣٣.٣%، وتأتي تويتر في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٧.٦، وفي مجال توزيع اللغات يبرز تفوق اللغة العربية بنسبة ٦٧.٣ مما يشير إلى تفضيل المستخدمين للتواصل بلغتهم الأم. كما تظهر تفضيلات اللهجات، حيث يُفضل استخدام اللهجة العامية بنسبة ٧٥٣، تعكس رغبة الجمهور في التواصل بلغة أكثر سهولة، في سياق أنواع المحتوى، يظهر التفاوت في اختيار المستخدمين، حيث تتصدر المشاركات بنسبة ٤١.٩٪، ويُظهر استخدام الصور بنسبة ٢٧%. والفيديوهات ١٤.٣ . وفي ميدان التفاعل، يعكس الإعجاب بالمنشورات بنسبة ٧٤٧.٩ تفضيل الجمهور للتفاعل البسيط والإيجابي

في الوقت الذى ركزت فيه **دراسة: علاء أحمد جاد الكريم حسانين(٢٠٢٣)** [٢٠] التعرف على تداعيات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والأمن الفكري لدى طلاب الجامعات المصرية ودور جامعة العريش في تنمية القيم والأمن الفكري لطلابها في مواجهة الفكر

المتطرف وتحصين طلاب الجامعات من كل فكر دخيل ومعتقدات فاسدة في ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وما تمر به محافظة شمال سيناء من أحداث متطورة لا تخفى على أحد والمهددات التي تهدد الأمن الفكري، وتوصلت نتائج الدراسة الميدانية بأن هناك اتجاه سلبي لبعض الطلاب وأعضاء هيئة التدريس نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية وأن ظاهرة انتحال الشخصيات تؤثر في عدم الثقة بكل ما يكتب على مواقع التواصل الاجتماعي, وأوصت الدراسة, بأهمية تنظيم لجان متابعة تقوم بدور الرقابة والتقويم لأداء مواقع التواصل علي مستوى الجامعة، في حين سعت **دراسة: سارة علاء الدين الساجي(٢٠٢٣)** [٢١] إلى التعرف على دور منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الأخلاقية – الدينية – السياسية لدى الشباب العراقي، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: أن معظم أفراد العينة يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي بصورة دائمة، ويقضي أكثر من نصف أفراد العينة أكثر من ساعتين في تفصح هذه المنصات، وأنهم يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي في المنزل، ويستخدمون الهاتف الذكي (الموبايل) في تصفح منصات التواصل الاجتماعي، وأنهم يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي لاكتساب المعلومات، وأن منصة الفيسبوك هي الأكثر استخداماً من قبل الشباب، في حين سعت دراسة **نورة بنت سعيد بن علي القحطاني(٢٠٢٣)** [٢٢] إلى تسليط الضوء دور القيم الإسلامية في مواجهة التحديات المعاصرة، وذلك من خلال دراسة أدبيات البحث بهدف استخراج موضوعات مدعمة بالأدلة الواضحة توضح مفهوم القيم الإسلامية ودورها في مواجهة التحديات المعاصرة، وتوصلت إلى عدة نتائج من أهمها: أن القيم الإسلامية هي المعتقدات والأفكار والآراء الإسلامية الأخلاقية التي يسير الفرد عليها في حياته، وتتمثل أهمية القيم الإسلامية في الحفاظ على تماسك المجتمع من خلال صقل شخصية الفرد وبنائها لتكوين شخصية قوية لها اعتقاداتها الدينية التي تشعرها بالأمان، وحفاظ القيم الإسلامية على أمن واستقرار المجتمع وتوازنه وثباته، ومن أركان القيم الإسلامية (العدالة، الحرية والإرادة الصبر، التواضع، الصدق والأمانة)، ومن أساليب غرس القيم الإسلامية لدى الفرد الأساليب المتبعة من قبل الأسرة، كالوعظ والإرشاد والإقناع والتلقين والقدوة والثواب والعقاب، واستخدام القوانين والأنظمة، والاقتداء بالقرآن والسنة النبوية. وإن من أبرز التحديات المعاصرة التي أثرت على القيم الإسلامية طمس العادات والتقاليد، واختفاء العديد من المظاهر الاجتماعية في المجتمع السعودي انتشار الجريمة والتقليد الأعمى وعرض برامج غير مراعية للقيم الأخلاقية من قبل وسائل التواصل الاجتماعي.

وقد هدفت دراسة Salem Misfer Al-Fayi (٢٠٢٣) [٢٣] إلى البحث في دور التدقيق الداخلي في مكافحة الفساد وسوء استغلال السلطة في المملكة العربية السعودية. المنهج:

لغرض تحقيق الهدف الرئيسي للدراسة استخدمت منهجية الأسلوب التحليلي للدراسات السابقة، إضافة إلى مناقشة أهمية المعايير الدولية للتدقيق عامة. استعرضت أهمية تقنية المعلومات والتحول الرقمي في تحقيق كفاءة التدقيق الداخلي ودوره في مكافحة الفساد وسوء استغلال السلطة. روجعت الدراسات السابقة وحللت أهم التوجهات التنظيمية لمكافحة الفساد في المملكة العربية السعودية. النتائج: أظهرت النتائج أن هناك مفاهيم متعددة للفساد، وهي في مجملها تنطوي على خرق الواجبات الوظيفية أو سوء استغلال للسلطة. وهنا تكمن أهمية وظيفة المراجعة الداخلية في حوكمة الآليات والإجراءات، وإدارة المخاطر، والرقابة عامة، إضافة إلى أنها أداة لمكافحة الفساد خاصة، في حين **هدفت دراسةFatimah Hamdi Alganami (٢٠٢٢)** [٢٤] للتحقيق في العلاقة بين الثالوث المظلم ونية الفساد، ودراسة الدور الوسيط للانحلال الأخلاقي. المنهج: شاركت عينة من ٦٣٠ مستجيبا؛ (متوسط أعمارهم ٢٩.٥، بانحراف المعياري قدره ٩.٣٨، المدى = ١٤-٦٩، ٥٤.٣٪ ذكور). طبق عليهم مقياس الثالوث المظلم، مقياس نية الفساد، ومقياس الميل إلى الانحلال الأخلاقي بالإضافة إلى استمارة البيانات الديموغرافية. وللإجابة على الفرضيات تم استخدام نموذج المعادلة البنائية. النتائج: كشفت النتائج الرئيسية عن وجود علاقة إيجابية بين الثالوث المظلم ونية الفساد، وظهر أن الانحلال الأخلاقي يتوسط بشكل إيجابي في هذه العلاقة. الخلاصة: تشير نتائج هذه الدراسة إلى أنه نظرا لأن الانحلال الأخلاقي يمكن أن يسهل للأشخاص ذوي السمات الثلاثية المظلمة الانخراط في سلوكيات فاسدة، فإن تحديد الأشخاص الذين هم أكثر انحلالا أخلاقيا من شأنه أن يوجه التدخلات المناسبة للقضاء على الفساد. في ضوء النتائج توصي الدراسة بالتثقيف النفسي للموظفين وأفراد المجتمع بشكل عام لتوعيتهم بموضوع الانحلال الأخلاقي وتعريفهم على إدراك المسارات التي قد ينخرطون من خلالها في سلوكيات غير أخلاقية مثل الفساد.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة ذات الصلة بمتغيرات الدراسة ودراستها وتحليلها للوقوف على ما انتهت إليه الدراسات لاحظت الباحثة عددا من الملاحظات كما يلي:

- لاحظت الباحثة أن معظم الدراسات **المحور الأول** اهتمت بالفساد بصفة عامة والقليل منها اهتمت بالفساد الأخلاقي، ونجد أيضًا أن معظم الدراسات لقضايا الفساد الأخلاقي ركزت على مواجهة الفساد ولا توجد أي دراسة تعلقت بالمجتمع المصري مما كان حافزاً للباحثة لتسليط الضوء على تناول قضايا الفساد الأخلاقي في المجتمع المصري.

- لاحظت الباحثة **أن** معظم الدراسات اهتمت بمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في المجتمعات، واتفقت كثير من الدراسات على التأثير المباشر لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وتوجيه اتجاه الجمهور نحو القضايا وخاصة قضايا الفساد ومن هنا توصلت الباحثة إلى قلة الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وتناولها لظاهرة الفساد الأخلاقي ومدى تأثير ذلك على مستوى القيم لدى الجمهور المصري مما دفع الباحثة للقيام بهذه الدراسة.
- اتفقت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة في الاعتماد على منهج المسح، وقد اعتمدت معظم الدراسات السابقة على استخدام منهج المسح بشقه الميداني فقط، واعتمدت أخرى على الشق التحليلي فقط، وبعضها اعتمد على الشقين التحليلي والميداني معا، وقد اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح الميداني للوصول للدقة في تحديد مشكلة الدراسة والدقة في نتائج الدراسة
- اعتمدت بعض الدراسات السابقة على أداة الاستبيان لجمع البيانات، واعتمدت أخرى على أداة تحليل المضمون لجمع البيانات، في حين اعتمدت بعض الدراسات على أداتي تحليل المضمون والاستبيان معا لجمع البيانات، وقد اعتمدت الدراسة الحالية على أداة الاستبيان فقط كأداة لجمع البيانات المطلوبة.
- اعتمدت بعض الدراسات السابقة في العينات الميدانية على الجمهور العام، في حين ركزت دراسات أخرى على عينة الشباب الجامعي ، وركزت دراسات أخرى على عينة المراهقين، وقد اعتمدت الدراسة الحالية على عينة من الجمهور العام المتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ويرجع اختيار الجمهور العام دون تحديد شريحة معينة وذلك لدراسة أي شرائح المجتمع أكثر تأثراً بمثل هذه الظواهر

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في عدة أوجه منها:

- تحديد وبلورة المشكلة البحثية والتأكيد على أهمية دراساتها.
- اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة.
- الاستعانة بالدراسات العربية والأجنبية في البناء المعرفي للدراسة.
- الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة بالاعتماد على نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام ".
- اختيار بعض أدوات جمع البيانات، ومقارنة النتائج وبناء أدوات الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

قامت الباحثة باستخدام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وتعد هذه النظرية مدخلا يناسب دراسة علاقة الجمهور مع وسائل الإعلام وقت الأزمات، وتعتمد النظرية على دراسة آثار وسائل الإعلام على الجماهير وعلاقة وسائل الإعلام بالجمهور والأنظمة الاجتماعية، حيث تقوم على تصور العلاقة بين تحقيق احتياجات وأهداف الفرد بالاعتماد والتبعية على موارد طرف أخر.[٢٥]

ويرى (دكتور هشام رشدي خير الله ٢٠١٣) أنه لا تكاد توجد نظرية إعلامية واحدة متفق على كيفية عملها أو تأثيرها في الجمهور بين الباحثين، وإنما يوجد عدد من النظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل الإعلام وتأثيره، وفي الوقت ذاته تساعد هذه النظريات على توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام إلى مسارات مناسبة، ذلك أن النظرية تجمد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع، كما تشرح النظرية ما تحدثه من تأثير في الجمهور، أو من الجمهور نفسه تجاه الوسائل، أو الرسائل الإعلامية، بل تتجاوز ذلك أحيانا إلى تقديم تصور عما يمكن أن يحدث مستقبلا، كما تقدم النظرية تصورا عن التغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثيرات وسائل الإعلام فيها، والنظرية . هي محصلة دراسات وأبحاث ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من التطور وضعت فيه إطارا نظريا وعمليا لما تحاول تفسيره، كما أن النظريات قامت على كم كبير من التنظير والافتراضات التي قويت تدريجيا من خلال إجراء تطبيقات ميدانية إن اهم ما يميز النظرية هو قدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديرة بالبحث، إضافة إلى استكشاف طرق جديدة[٢٦]

تستند هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد كانت البداية الأولى لبروز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وملفين دي فلور وزملائهما عام (١٩٧٤)، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات"، والتي طالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم قوة الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي تصنع النظام الإعلامي القائم في المجتمع، أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى [٢٧].

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على الفرد والمجتمع. ولقد ظهرت في النصف الثاني من القرن ٢٠ نماذج كثيرة وجديدة تدرس آثار وسائل الإعلام عرفت بالنظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام. ترى أن وسائل الإعلام عبارة عن نظم اجتماعية ذات طبيعة بنائية تتفاعل مع

النظم الأخرى في المجتمع، وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية وأعضاء الجمهور. قدم هذا النموذج في العلم ١٩٦٧ من طرف ملفين ديلفر وساندرا بول روكتيش[٢٨].

نظرا لأن الجمهور يعتمد على المعلومات التي تنقلها وسائل الاتصال في المجتمع الحديث لأن هذه الوسائل عملية الوجود لا يمكن الاستغناء عنها، فإن درجة اعتماد الأفراد على المعلومات يشتقونها من وسائل الاتصال تعتبر متغيرا أساسيا لفهم متى ولماذا تغير وسائل الاتصال معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد.[٢٩]

تركز نظرية "الاعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم[٣٠]

ويرى (حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد ١٩٩٨) أن هذه النظرية تقوم على دعامتين رئيسيتين هما:

أ. أن هناك أهدافاً للأفراد يسعون إلى تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية.

ب. أن نظام وسائل الإعلام يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، حيث تمر هذه المصادر بمراحل عديدة حتى تصل إلى المتلقي، فهي تمر بمراحل عديدة من ضمنها: استقاء المعلومة، ثم نشرها فإعدادها وترتيبها وتنسيقها، ثم نشرها بصورة أخرى، وفي هذه الحالة يؤكد صاحبا النظرية أن المعلومات لا يمكن اختزالها في الأخبار ا وتجاهل التسلية والترفيه؛ لأنها تعتبر مجالاً من مجالات المعلومات، حيث تحقق أهدافاً عديدة تتمثل بتنمية المعلومات لدى الأطفال، ودعم العادات والتقاليد الاجتماعية؛ لأن مفهوم المعلومات يشمل كل الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام وتؤثر في طريقة أفكار الناس وتصرفاتهم.[٣١]

يوجد نوعان من الاعتماد على وسائل الإعلام هما الاعتماد الفردي والاعتماد الاجتماعي، حيث يتم اعتماد كل من الفرد والمجتمع على المصادر الاتصالية لتحقيق الأهداف ومن هنا تبرز وسائل الإعلام لتزويد الأفراد بهذه المعلومات[٣٢]

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة، وأحيانا أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما. وتعتمد النظرية – لكي تفعل ذلك– على المسائل الرئيسية لكل من الصور المثالية العامة، منها اهتمام البناء الوظيفي بالاستقرار الاجتماعي للمثال التطوري، والتركيز

على إنشاء المعاني في المنظور التبادلي للتفاعل الرمزي، وتفسير العوامل الفردية(البواعث، القيم، المواقف والسلوك من النموذج الإدراكي).

وتوصف نظرية الاعتماد على نظام وسائل الإعلام وهي القول بأنها نظرية (بيئية). فهي تركز على العلاقات بين النظم الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها. فالنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا. وهي تبحث في كيف أن أجزاء من نظم اجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وقد اعتبر أنها لها علاقات بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى. وقد تكون مثل هذه العلاقات تسلط عليها الصراعات قد تكون متعاونة، ديناميكية أو ساكنة أو منتظمة، كما أنها قد تتراوح بين أن تكون مباشرة وقوية، وبين أن تكون غير مباشرة أو ضعيفة. وكيفما كانت التفاصيل المميزة لهذه العلاقة، فأنها هي العلاقة التي تتحمل عبء التفسير.[٣٣]

افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- يزيد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام عندما تزيد الحاجة للمعلومات والأخبار .
- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه على زيادة أو قلة درجة الاعتماد على
- معلومات وسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- تقل درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في حالة وجود قنوات بديلة للحصول على
- المعلومات، وتزداد درجة اعتماد الجمهور على النظام الإعلامي في حالة قلة قنوات الإعلام الأخرى.
- يصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام وذلك لفهم العالم الاجتماعي أو المجتمع وللخيال والهروب[٣٤]

الإجراءات المنهجية للدراسة:

منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح للجمهور، واستخدم في ذلك استمارة الاستبيان وما تتضمنه من مقاييس كأدوات لجمع البيانات المطلوبة

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: التعرض لقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير التابع: مستوى القيم لدى الجمهور المصري.

المتغيرات الوسيطة: تتمثل في المتغيرات الديموجرافية (النوع – الإقامة– السن)

عينة الدراسة وأداة جمع البيانات:

طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٠٥) مفردة من الجمهور المصري، واعتمدت الدراسة على أسلوب الاستبانة الإلكترونية؛ أي من خلال توزيع استمارات إلكترونية وتعبئتها رقميًا وتوزيعها على فئات المجتمع المصري عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني ومجموعات الواتس آب، ويتكون الاستبيان من ٢٥ سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس موضحة في التالي، بالإضافة إلى البيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة المتمثلة في النوع (ذكور – إناث)، الإقامة (ريف – حضر) [٣٥]

جدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة وفقا للنوع، الإقامة، السن.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	١٦٩	٣٧.٦٠
	إناث	٢٨١	٦٢.٤٠
المجموع		٤٥٠	١٠٠
الإقامة	ريف	٢١٨	٤٨.٤٠
	حضر	٢٣٢	٥١.٦٠
المجموع		٤٥٠	١٠٠
السن	أقل من ٣٠ سنة	١٩٨	٤٤.٠٠
	من ٣٠ إلى اقل من ٤٥ سنة	١٥٤	٣٤.٢٢
	من ٤٥ سنة أو أكثر	٩٨	٢١.٧٨
المجموع		٤٥٠	١٠٠

أدوات جمع البيانات::

استبيان التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

اعتمدت الدراسة الحالية على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من العينة، حيث يعد من أنسب أساليب جمع البيانات لموضوع الدراسة كما أنه يعد من أكثر الوسائل شيوعًا واستخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد، كما يرجع ذلك لتعدد البيانات المطلوبة واتساع حجم عينة الدراسة، وضرورة توحيد توقيت جمع البيانات، وتم صياغة الأسئلة علي أن تكون واضحةً وبسيطةً وتغطي كافة جوانب المشكلة، وقد تم تطبيق الاستبيان من خلال المقابلة مع المبحوثين، وهو ما يعطي الفرصة للتأكد من فهم المبحوث للأسئلة الواردة به من ناحية، ومواجهة ما قد يطرأ من صعوبات أثناء التطبيق من ناحية أخرى.

خطوات تقنين أدوات الدراسة:

أولاً: صدق الاستبيان:

للتحقق من صدق الاستبيان تم الاعتماد على ثلاث طرائق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.

أ- **الصدق المنطقي (صدق المحتوى):**

اعتمدت الباحثة في بناء هذا الاستبيان واختيار العبارات المكونة لأبعاده على الدراسات السابقة التي اتخذت من الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل موضوعا لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الاستبيان من بعض الاستبيانات الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكملت باقي عبارات الاستبيان من الدراسات التي تناولت القيم الأخلاقية، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلي تمتع المقاييس بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبيان صالح للتطبيق.

ب- **الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:**

تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبيان، وقد أقر المحكمون بصلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٨٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداها المحكمون؛ حيث انتهي عدد تساؤلات الاستبيان إلى ٢٥ سؤال.

جـ- **صدق الاتساق الداخلي:**

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية له، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ولهدف التحقق من مدى صدق الاستبيان، ويتضح ذلك من خلال جدول التالي.

جدول (٢)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعى والدرجة الكلية للاستبيان

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٧٥٤	دالة عند ٠.٠١
مقياس الخبرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٧٥٨	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بالفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٤٩٨	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول المضامين المتعلقة بالفساد الأخلاقي	٠.٧٢٤	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوي التأثيرات الناتجة عن استخدام المبحوثين	٠.٦٨٢	دالة عند ٠.٠١

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الفساد الأخلاقي		
مقياس مستوي استخدام وسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٧٠٢	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى القيم	٠.٦٤٢	دالة عند ٠.٠١

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد المقياس تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات المقياس بين (٠.٤٨٩، ٠.٩٠٨) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عالي.

ثانياً: ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبيان عادة أن يكون على درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المفحوص، والاختبار الثابت هو الذي يعطي نفس النتائج (تقريبا) إذا طبق على نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان على عينة قوامها (٤٠) مفردة، وذلك بعدة طرق مختلفة، ومن الطرق التي تستخدم لحساب ثبات المقاييس.

أ- حساب ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ:

والجدول الآتي يوضح قيم معاملات ألفا كرونباخ لكل بعد على إنفراد وللاستبيان ككل:

جدول (٣)

معامل ثبات ألفا كرونباج لأبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان

المجال	قيمة ألفا
مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٤٩٥
مقياس الخبرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٥٤٥
مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بالفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٥٩٨
مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول المضامين المتعلقة بالفساد الأخلاقي	٠.٥٣٨
مقياس مستوي التأثيرات الناتجة عن استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الفساد الأخلاقي	٠.٦١٢
مقياس مستوي استخدام وسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٦٥٨
مقياس مستوى القيم	٠.٥٥٤
المقياس ككل	٠.٨٨٧

تشير البيانات في الجدول السابق إلى قيم معامل الثبات لإجابات المبحوثين، وتراوحت قيمة معامل ألفا ما بين (٠.٥٣٨ – ٠.٦١٢) وهى توحي بثبات الاستبيان، كما تشير قيمة معامل الثبات ألفا على إجمالى الاستبيان إلى ثبات الاستبيان وقدرته على قياس ما وضع لقياسه حيث بلغت قيمته ٠.٨٨٧

كما تشير قيمة معامل الثبات ألفا على إجمالي الاستبيان بثبات الاستبيان وقدرته على قياس ما وضع لقياسه حيث بلغت قيمته ٠.٨١٥

ب- **طريقة التجزئة النصفية (S.H):**

كما قامت الباحثة بحساب معامل ثبات كل بعد من أبعاد الاستبيان، وحساب معامل ارتباط الأبعاد المكونة للاستبيان مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للاستبيان وفقا لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول رقم (٤)

معامل ثبات الاستبيان وأبعاده وفقا (التجزئة النصفية لجتمان– سبيرمان وبراون).

م	البعد	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	معامل ارتباط سبيرمان – براون
١	مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٧٤٨	٠.٧٢٩
٢	مقياس الخبرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٦٨٥	٠.٦٨٩
٣	مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بالفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٧٩٥	٠.٨١٢
٤	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول المضامين المتعلقة بالفساد الأخلاقي	٠.٧٧١	٠.٧٩٨
٥	مقياس مستوي التأثيرات الناتجة عن استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الفساد الأخلاقي	٠.٨٤٧	٠.٧٧٨
٦	مقياس مستوي استخدام وسائل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٨١٢	٠.٨٤٧
٧	مقياس مستوى القيم	٠.٧٧٢	٠.٧٣٨
*	معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها	٠.٨٤٧	٠.٨٥٢
*	ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية	٠.٨٣٧	٠.٨٨٢

يتضح من الجدول السابق رقم (٤) أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان حققت معاملات ثبات علي درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقا

لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين ٠.٦٨٥ – ٠.٨٤٧، بينما تراوح معامل ثبات الأبعاد وفقا لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين ٠.٦٨٩-٠.٨٤٧، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع بعضها فقد كانت ٠.٨٤٧ وفقا لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقا لمعامل سبيرمان – براون ٠.٨٥٢، وهي معاملات ثبات عالية وتدل علي ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت ٠.٨٣٧ وفقا لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت ٠.٨٨٢ وفقاً لمعامل سبيرمان وبراون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلي ثبات الاستبيان وصلاحيته للاستخدام.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

أ- **مقياس معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:** ولقياس معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي استخدمت الباحثة مقياس مكون من ٣ أسئلة باستمارة الاستبيان عن مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكم مرة يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع، والمدة الزمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم، وتم جمع الدرجات لكل مبحوث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ٣ : ١١ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ٣ إلى ٥ درجات منخفض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، من ٦ على ٨ درجات متوسط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ٩ إلى ١١ درجة مرتفع الاستخدام.

ب- **مقياس مستوى استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي متابعة قضايا الفساد الاخلاقي:** ولقياس مستوى استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي متابعة قضايا الفساد الأخلاقي تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (٨) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٣ إلى ١١ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، **الأول** مستوى منخفض من الدافعية ويحصل على الدرجة ٣ إلى ٥، **والثاني** مستوى متوسط من الدافعية ويحصل على الدرجة من ٦ إلى ٨، **والثالث** مستوى مرتفع من الدافعية ويحصل على الدرجة من ٩ إلى ١١.

ت- **مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الاخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي:** ولقياس مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (٩) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية

على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ١٠ إلى ٣٠ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، **الأول** مستوى منخفض من الاهتمام ويحصل على الدرجة ١٠ إلى ١٦، **والثاني** مستوى متوسط من الاهتمام ويحصل على الدرجة من ١٧ إلى ٢٣، **والثالث** مستوى مرتفع من الاهتمام ويحصل على الدرجة من ٢٤ إلى ٣٠.

ث- **مقياس مستوى تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي:** ولقياس مستوى تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي استخدمت الباحثة مقياسا مكونا من ٥ أسئلة باستمارة الاستبيان ، وتم جمع الدرجات لكل مبحوث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ١٢ : ٣٦ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ١٢ إلى ١٩ درجة منخفض مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي ، من ٢٠ على ٢٧ درجات متوسط التعرض، ومن ٢٨ إلى ٣٦ درجات مرتفع مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي.

ج- **مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على معلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي:** ولقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على معلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (٩) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ١٩ إلى ٢٧ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، **الأول** مستوى منخفض من التأثير ويحصل على الدرجة ١٩ إلى ١٤، **والثاني** مستوى متوسط من التأثير ويحصل على الدرجة من ١٥ إلى ٢٠، **والثالث** مستوى مرتفع من التأثير ويحصل على الدرجة من ٢١ إلى ٢٧

ح- **مقياس مستوى الفاعلية:** ولقياس مستوى تفاعلية الجمهور مع قضايا الفساد على مواقع التواصل الاجتماعي تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (٧) عبارات، وتأخذ الإجابة عن كل عبارة الاختيار بين ثلاثة بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٨ إلى ٢٤ درجة، وتم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، **الأول** منخفضي مستوى التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن قضايا الفساد ويحصلون على الدرجة ٨ إلى ١٣ ، **والثاني** متوسطي مستوى الثقة ويحصلون على الدرجة من ١٤ إلى ١٩، **والثالث** مرتفعي مستوى الثقة ويحصلون على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤.

خ- **مقياس مستوى القيم:** ولقياس مستوى **مستوى القيم** لدى الجمهور المصري بعد التعرض لقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي قامت الباحثة بإعداد مقياس يحتوى على ٢٠ عبارة بطريقة ليكرت الثلاثية، ويتم الإجابة عليها من خلال الاختيار بين ثلاثة بدائل (موافق، محايد، معارض) وتأخذ التصحيحات (٣، ٢، ١) على التوالي، وبناءً على ذلك تم حساب درجات كل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ٤٦ : ١٣٨ درجه، تم تقسيمه إلي ثلاث مستويات، **الأول** مستوى منخفض ويحصلون على الدرجة من ٤٦ إلى ٧٦، **والثاني** مستوى متوسط ويحصلون على الدرجة من ٧٧ إلى ١٠٧، **والثالث** مستوى مرتفع من ويحصلون على الدرجة من ١٠٨ إلى ١٣٨.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

لاستخراج نتائج الدراسة قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي **(spss)** حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد **One Way Analysis of Variance ANOVA** لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

٤- الاختبارات البعدية **Post Hoc Tests** بطريقة أقل فرق معنوي **Least Significance Difference** والمعروف بـ **L.S.D** لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين على وجود فرق بينها.

٥- معامل ارتباط بيرسون **Pearson Correlation** لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

٦- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.

٧- اختبار كا٢ لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.

٨- معامل التوافق **(Contingency Coefficient)** الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢.

٩- اختبار "**Z .Test** " لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين.

نتائج الدراسة:

أولاً: أهم نتائج الدراسة العامة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التعرض لظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى القيم لدى الجمهور المصري، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان إلكترونياً لعينة الدراسة وقوامها (٤٠٥) مفردة من الجمهور المصري بمختلف فئاته، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة العامة التي توصلت إليها الباحثة:

هناك جمهور كبير في مصر يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، كما بينت النتائج أن الفيسبوك يأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص عينة الدراسة على متابعتها.

توصلت الباحثة أيضا إلى أن عددا كبيرا من الجمهور المصري يتابع قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويثق هؤلاء في المضامين المتعلقة بالفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يؤثر على مستوى القيم الأخلاقية لدى هؤلاء الجمهور.

نتائج الدراسة الميدانية:

وقد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على التحقق من أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها **<u>وأظهرت النتائج أن:</u>**

- هناك اختلاف في درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي
- أيضا توصلت الباحثة إلى أن هناك اختلاف في مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول حول قضايا الفساد الأخلاقي، وذلك علي مقياس مستوى متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل فكلما زادت درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول حول قضايا الفساد الأخلاقي تزداد بالتالي درجة متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل.
- توصلت الباحثة إلى أن كلما زادت درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول حول الفساد الأخلاقي تزداد بالتالي درجة الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- توصلت الباحثة إلى أن كلما زاد مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي يزداد لديهم مستوى القيم الأخلاقية لديهم.

ثانيا: نتائج التحقق من فروض الدراسة.

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة ظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٦)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة ظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٩.٨٢٠	٢	٤.٩١٠	١٧.٨٢٠	دالة عند ٠.٠٠١
داخل المجموعات	١٢٣.١٦٠	٤٤٧	٠.٢٧٦		
المجموع	١٣٢.٩٨٠	٤٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك علي مقياس متابعة ظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف ١٧.٨٢٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة ظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أي أنه كلما زادت درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة متابعة ظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

الفرض الثانى: تختلف درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي.

جدول رقم (٨)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٨.٧١٦	٢	٤.٣٥٨	١٥.٦٧٧	دالة عند ٠.٠٠١
داخل المجموعات	١٢٤.٢٦٤	٤٤٧	٠.٢٧٨		
المجموع	١٣٢.٩٨٠	٤٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاهتمام المختلفة بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك علي مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي، حيث بلغت قيمة ف ١٥.٦٧٧ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه تختلف درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي، أي أنه كلما زادت درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (٩)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	–			٢.١٥
متوسط	**٠.٢١٦٠	–		١.٩٣
منخفض	***٠.٥٢٢٥	**٠.٣٠٦٥	–	١.٦٣

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما زادت درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي.

حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٥٢٢٥ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما أن هناك اختلافًا بين المبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين متوسطى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته

٠.٢١٦٠ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠١, كما ظهر أن هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٣٠٦٥ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠١.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

جدول رقم (١٠)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٥.٤٢٧	٢	٢.٧١٣	٩.٥٠٩	دالة عند ٠.٠٠١
داخل المجموعات	١٢٧.٥٥٣	٤٤٧	٠.٢٨٥		
المجموع	١٣٢.٩٨٠	٤٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول حول قضايا الفساد الأخلاقي، وذلك علي مقياس مستوى متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل ، حيث بلغت قيمة ف ٩.٥٠٩ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، أى أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول حول قضايا الفساد الأخلاقي تزداد بالتالي درجة متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (١١)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	–			١.٩٨
متوسط	٠.٠٦١١	–		٢.٠٥
منخفض	***٠.٣٥٩٩	***٠.٤٢١٠	–	١.٦٣

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول حول قضايا الفساد الأخلاقي تزداد بالتالي درجة متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل.

حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين مرتفعى مستوى متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل والمبحوثين منخفضى مستوى متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٣٥٩٩ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطى مستوى متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل والمبحوثين منخفضى مستوى متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٤٢١٠ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطى مستوى متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل والمبحوثين مرتفعى مستوى متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل ، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٦١١, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف مستوى استخدام أساليب التفاعل المتاحة عبر هذه المضامين.

جدول رقم (١١)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف مستوى استخدام أساليب التفاعل المتاحة عبر هذه المضامين

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٠.٧٥٥	٢	٠.٣٧٧	١.٢٧٥	غير دالة
داخل المجموعات	١٣٢.٢٢٥	٤٤٧	٠.٢٩٦		
المجموع	١٣٢.٩٨٠	٤٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لأساليب التفاعل مع المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك علي مقياس مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي، حيث بلغت قيمة ف ١.٢٧٥ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف مستوى استخدام أساليب التفاعل المتاحة عبر هذه المضامين، أى أنه كلما زادت مستويات الاستخدام المختلفة لأساليب التفاعل مع المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا تزداد بالتالي درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٢)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٧.٣٨٣	٢	٣.٦٩١	١١.٥٨٣	دالة عند ٠.٠٠١
داخل المجموعات	١٤٢.٤٤٩	٤٤٧	٠.٣١٩		
المجموع	١٤٩.٨٣١	٤٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول حول الفساد الأخلاقي، وذلك علي مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف ١١.٥٨٣ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي، أى أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول حول الفساد الأخلاقي تزداد بالتالي درجة الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (١٣)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	–			٢.٤٢
متوسط	***٠.٢١١٢	–		٢.٢١
منخفض	***٠.٤٢٢٠	*٠.٢١٠٧	–	٢.٠٠

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول حول الفساد الأخلاقي تزداد بالتالي درجة الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٤٢٢٠ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٢١١٢ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٢١٠٧ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – الإقامة – السن).

ويقسم هذا الفرض إلى ثلاثة فروض فرعية هي:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي وفقاً للنوع (ذكور- إناث).

جدول (١٨)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي وفقا للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	١٦٩	١.٨٠	٠.٥٥	٥.٩١٣	٤٤٨	دالة***
إناث	٢٨١	٢.١١	٠.٥١			

تشير نتائج اختبار "ت" فى الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي، حيث بلغت قيمة "ت" ٥.٩١٣ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة= ٠.٠٠١، وبالتالى فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي وفقاً للنوع (ذكور – إناث).

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي وفقاً لمكان الإقامة (ريف- حضر).

جدول (١٩)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي وفقاً لمكان الإقامة

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ريف	٢١٨	٢.٠١	٠.٥٥	٠.٥٩٨	٤٤٨	غير دالة
حضر	٢٣٢	١.٩٨	٠.٥٤			

تشير نتائج اختبار "ت" فى الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثى المناطق الريفية ومتوسطات درجات مبحوثى المناطق الحضرية على مقياس مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي، حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٥٩٨ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وبالتالى فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي وفقاً لمكان الإقامة (ريف- حضر).

جـ- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي وفقاً لاختلاف السن.

جدول رقم (٢٠)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي وفقاً لاختلاف السن

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١.١٧٣	٢	٠.٥٨٧	٢.٩٨٢	غير دالة
داخل المجموعات	٨٧.٩٥٨	٤٤٧	٠.١٩٧		
المجموع	٨٩.١٣١	٤٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون الفئات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي، حيث بلغت قيمة ف ٢.٩٨٢ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي وفقاً لاختلاف السن.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى القيم الأخلاقية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – الإقامة – السن).

ويقسم هذا الفرض إلى ثلاثة فروض فرعية هى:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى القيم وفقاً للنوع (ذكور- إناث).

جدول (٢١) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى القيم وفقا للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	١٦٩	٢.٦٩	٠.٥١	٠.٦٠٧	٤٤٨	غير دالة
إناث	٢٨١	٢.٧٢	٠.٥٠			

تشير نتائج اختبار "ت" فى الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مستوى القيم، حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٦٠٧ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة= ٠.٠٥، وبالتالى فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى القيم وفقاً للنوع (ذكور- إناث) لصالح الذكور.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى القيم وفقاً لمكان الإقامة (ريف- حضر).

جدول (٢٢)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى القيم وفقاً لمكان الإقامة

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ريف	٢١٨	٢.٧٠	٠.٥٣	٠.٥٥٩	٤٤٨	غير دالة
حضر	٢٣٢	٢.٧٢	٠.٤٨			

تشير نتائج اختبار "ت" فى الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثى المناطق الريفية ومتوسطات درجات مبحوثى المناطق الحضرية على مقياس مستوى القيم، حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٥٥٩ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، وبالتالى فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات مبحوثى المناطق الريفية ومتوسطات درجات مبحوثى المناطق الحضرية على مقياس مستوى القيم لصالح مبحوثى الحضر.

جـ- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى القيم وفقاً لاختلاف السن.

جدول رقم (٢٣)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى القيم وفقاً لاختلاف السن

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١.١٥٦	٢	٠.٦٨٢	٢.٤٦٥	غير دالة
داخل المجموعات	٧٩.٩٧٥	٤٤٧	٠.٢٤٢		
المجموع	٨٩.١٣١	٤٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون الفئات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس مستوى القيم، حيث بلغت قيمة ف ٢.٤٦٥ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى القيم وفقاً لاختلاف السن.

النتائج العامة للدراسة.

- توصلت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة ظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف

مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة ظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعى تبعاً لاختلاف مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعى، أى أنه كلما زادت درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى تزداد بالتالي درجة متابعة ظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعى. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

- أثبتت الدراسة أنه تختلف درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقي، حيث تختلف درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقى تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقى، أى أنه كلما زادت درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقى عبر مواقع التواصل الاجتماعى تزداد بالتالي درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقى. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.
- توصلت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ، حيث أثبتت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقى عبر مواقع التواصل تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للمعلومات، أى أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للحصول حول قضايا الفساد الأخلاقى تزداد بالتالي درجة متابعة المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقى عبر مواقع التواصل. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

- أثبتت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف مستوى استخدام أساليب التفاعل المتاحة عبر هذه المضامين، حيث أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقى تبعاً لاختلاف مستوى استخدام أساليب التفاعل المتاحة عبر هذه المضامين، أى أنه كلما زادت مستويات الاستخدام المختلفة لأساليب التفاعل مع المضامين المتعلقة بقضايا الفساد الأخلاقى عبر مواقع التواصل الاجتماعى لا تزداد بالتالي درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقى.
- توصلت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بظاهرة الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي، فقد توصلت الدراسة لوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بظاهرة الفساد الأخلاقى عبر مواقع التواصل الاجتماعى تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعى، أى أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للحصول حول الفساد الأخلاقى تزداد بالتالي درجة الاهتمام بمتابعة المضامين المتعلقة بظاهرة الفساد الأخلاقى عبر مواقع التواصل الاجتماعى. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.
- توصلت الدراسة إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقى عبر مواقع التواصل الاجتماعى تبعاً لاختلاف مستوى الخبرة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعى، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاهتمام بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقى عبر مواقع التواصل الاجتماعى تبعاً لاختلاف مستوى الخبرة باستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى تزداد بالتالي درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة قضايا الفساد الأخلاقى عبر مواقع

التواصل الاجتماعى. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

- أثبتت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد الأخلاقي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – الإقامة – السن).
- توجد فرصة كبيرة للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوجه المشرق للمجتمع والوطن والحض على غرس قيمه المستمدة من ديننا الإسلامي والمحافظة على عقيدة المجتمع المصري القائمة على الوسطية ، والتعريف بعراقة العادات والقيم المصرية .
- يجب مراقبة صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بشأن ما تنشره حول قضايا الفساد الأخلاقي للتأكد من صحة المعلومات؛ من أجل بناء جسر ثقة بين المستخدمين وتلك المواقع واعتمادها كمصدر موثوق للمعلومات المتعلقة بموضوعات الفساد وهذا بدوره سيقلل من نسبة الشائعات والأكاذيب.
- ضرورة تركيز مواقع التواصل الاجتماعي على تقديم معلومات كافية عن قضايا الفساد الأخلاقي وخصائصها لكافة أفراد الجمهور من خلال صفحات وسائل الإعلام المتواجدة على تلك المواقع.
- التوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي ، وما تملكه من إمكانيات وقدرات فاعلة وحيوية وتأثير من أجل العمل على خدمة القضايا المجتمعية.
- يجب الاستفادة من تجارب كثير من الدول من حولنا في مجال سلامة وأمن شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال الإجراءات التقنية والفنية المتبعة .
- إجراء دراسات علمية حول المعالجة الإعلامية لقضايا الفساد الأخلاقي في وسائل الإعلام المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي.
- توصى الباحثة بضرورة تكاتف جهود هيئة الرقابة ومكافحة الفساد والجهات المختصة ونشطاء مواقع التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام من أجل نشر وتعزيز مفاهيم النزاهة والمساءلة والشفافية لتحقيق درجة عالية من الوعي المجتمعي والقضاء على جذور الفساد الأخلاقي من خلال تفعيل دور المؤسسات وتغليظ العقوبات.
- ترى الباحثة أنه يجب توعية الجمهور المصري ببعض السلوكيات التي تساعدهم على عدم الوقوع كضحية لقضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- توجيه برامج الإرشاد لتوعية الجمهور المصري بخطورة قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واتخاذ التدابير القانونية اللازمة تجاه ذلك، حتى لا يقعون ضحايا لتلك القضايا
- ينبغي على مؤسسات الدولة والجهات المختصة ذات العلاقة بالحدّ من الفساد الأخلاقي ، تقديم شروحات دقيقة وواضحة عن مختلف قضايا الفساد، إلى جانب تفعيل دورها الوقائي؛ نظراً لعدم ثقة المبحوثين بعمل هذه المؤسسات.
- توعية الجمهور المصري إلى أنشطة جيدة لشغل أوقات الفراغ، بدلاً من الجلوس لفترات طويلة وتصفح الإنترنت.
- يجب إجراء دراسات حديثة عن الآثار السلبية لضحايا قضايا الفساد الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

مراجع الدراسة:

(١) حنان سالم، الصحافة المصرية وقضايا الفساد: دراسة تحليلية للفترة من ١٩٨٥ ١٩٩٨، دار مصر المحروسة، ٢٠٠٣، ص ١٩

(٢) وجدي حلمي، دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية، جامعة أم القرى، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الإعلام ، ٢٠١٣، متاح في موقع www.researchgate.net/ تم الاطلاع عليه في ٢٠٢١/٤/٢٠

(٣) ضاري رشيد فراج الرشيدي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي الكويتي بالقضايا السياسية: دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير**، جامعة اليرموك، كلية الإعلام ٢٠٢٢، ص ١

(٤) محمد صادق إسماعيل، الفساد الإداري في العالم العربي: مفهومه وأبعاده المختلفة، المجموعة العربية، القاهرة، ٢٠١٤، ص ١٥

(٥) طه عبد الرحمن، سؤال الأخلاق – مساهمة في النقد الأخلاقي للحداثة الغربية، المركز الثقافي العربي, ٢٠٠٠، ص ٣٩–٤١

(٦) عمر عقلة عوض الزبيد، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التوجهات السياسية للمواطنين الأردنيين: البادية الشمالية حالة دراسة، رسالة ماجستير، كلية بيت الحكمة للعلوم السياسية والدراسات الدولية، جامعة آل البيت ٢٠٢٢، ص ١

(٧) أحلام عتيق مغلي السلمي، مفهوم القيم وأهميتها في العملية التربوية وتطبيقاتها السلوكية من منظور إسلامي، مجلة العلوم التربوية والنفسية، العدد الثاني – مج٣، يناير ٢٠١٩، ص ٨٢

(٨) محمد رافع لابد: الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني لدى جمهور محافظة الأنبار – دراسة على عينة من جمهور محافظة الأنبار، مجلة آداب الفراهيدي، مجلة علمية محكمة فصلية تصدر عن كلية الآداب بجامعة تكريت، مج ١٢، ع٤٣، ٢٠٢٠.

(٩) سليمان بن قاسم بن محمد العيد، الفساد الأخلاقي مظاهره وأسبابه وأثره في الحضارات، مجلة البحث العلمي الإسلامي , مج١٩, ع٥٦، مركز البحث العلمي الإسلامي ٢٠٢٤.

(١٠) حسين برياطي، استراتيجية محاربة الفساد: تجربة سنغافورة، مجلة الاستراتيجية والتنمية , مج١٤, ع١، جامعة عبدالحميد بن باديس مستغانم – كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ٢٠٢٤.

(١١) محمد خزعل حامد راشد، الهيئة العامة لمكافحة الفساد وأهم الثغرات والإشكالات في قانونها وعملها، مجلة مجمع , ع٤٨، جامعة المدينة العالمية ٢٠٢٤.

(١٢) ناصر بن سعيدان البقمي، دور معلمي التربية الإسلامية في تعزيز قيم النزاهة ومكافحة الفساد بمحافظة الطائف، مجلة بحوث عربية في مجالات التربية النوعية , ع٣٤، رابطة التربويين العرب ٢٠٢٤.

(13) Mohammad Tawfiq Al-Bataineh, The Role of Social Media in Promoting Citizenship Values among Jordanian Students at the International Islamic University, Irbid for Research and Humanities Studies Vol. 26, No. 1, Irbid National University - Deanship of Scientific Research, 2024

(14) Nojood Abdul Karim Momen, Factors Influencing the Evaluation of Information on Social Media by Kuwait University Students: College of Social Sciences, Journal of Gulf and Arabian Peninsula Studies, S50, No. 192, Kuwait University - Academic Publication Council 2024.

(15) Ade Al-Arifi, Social Media and Depression: Saudi Society, King Faisal University Scientific Journal - Humanities and Administrative Sciences Vol. 22, No. 2, King Faisal University 2021

(16) Ahmed Khamis Khalil, The Impact of Social Media Use on Identity: A Case Study, Middle East Public Relations Research Journal No. 23, Egyptian Public Relations Association, 2019

(17) Amin Mansour Wafi, The Role of Social Networks in Enhancing the Ethical Values Inside the Palestinian Society: A Field Study on Media Students at Gaza Universities, Islamic University Journal for Humanities Research Vol. 25, No. 1, Islamic University of Gaza - Scientific Research and Graduate Studies Affairs, 2017

(١٨) انويجي أحمد نويجي غميض، مفهوم القيم وانعكاساتها الاجتماعية: دراسة تحليلية اجتماعية، مجلة التربوي ع٢٤، جامعة المرقب – كلية التربية بالخمس ٢٠٢٤.

(١٩) مشعل خلف الصقير، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق: دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع ع٩٩، كلية الإمارات للعلوم التربوية ٢٠٢٤.

(٢٠) علاء أحمد جاد الكريم حسانين، دور جامعة العريش في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لتنمية القيم والأمن الفكري لدى طلابها: تصور مقترح، مجلة كلية التربية مج٣٤, ع١٣٣، جامعة بنها – كلية التربية ٢٠٢٣.

(٢١) سارة علاء الدين الساجي، دور منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم "الأخلاقية – الدينية – السياسية" لدى الشباب العراقي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط ٢٠٢٣.

(٢٢) نورة بنت سعيد بن علي القحطاني، دور القيم الإسلامية في مواجهة التحديات المعاصرة، مجلة بحوث ودراسات تربوية ع١٩، جامعة تعز – مركز التأهيل والتطوير التربوي ٢٠٢٣.

(23) Salem Misfer Al-Fayi, The Role of Internal Audits in Combating Corruption and Abuse of Power in the Kingdom of Saudi Arabia, Journal of Gulf and Arabian Peninsula Studies S49, No. 191, Kuwait University - Academic Publication Council, 2023

(24) Fatimah Hamdi Alganami, Corruption as an Ethical Issue: The Dark Triad, Corrupt Intention and the Role of Moral Disengagement, King Abdulaziz University Journal - Arts and Humanities, Vol. 30, No. 4, King Abdulaziz University 2022

(٢٦) هشام رشدى خير الله، معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا الفساد في المجتمع المصري وتأثيرها على المشاركة السياسية للشباب الجامعي راسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة ٢٠١٣، ص ٦٥

(٢٧) صالح أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، دار الشروق، الأردن ٢٠٠٦، ص ٢٢٦.

(٢٨) مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، ٢٠٠٦، ص١٤٦.

(٢٩) عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، مطبعة نانسي دمياط، مصر.٢٠٠٦، ص١٧٠.

(٣٠) علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الاتصال والإعلام الحديث، دار الأيام، عمان ٢٠١٥، ص ١٤٠

(٣١) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٨، ص ٣١٤

(٣٢) هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص ٨٣

(٣٣) ملفن ديفلر، ساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية – مصر – ط٤. ٢٠٠٢. ص٤١.

(34) Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, Wadsworth Publishing, 2014, p. 227-230

(٣٥) أسماء الأساتذة المحكمين وفقا للترتيب الأبجدي والمنصب الجامعي:

أ. د/ أحمد أحمد زارع المستشار الإعلامي لجامعة الأزهر ورئيس قسم الدراسات العليا جامعة الأزهر.

أ. د/ سكره البريدي أستاذ الإذاعة والتلفزيون قسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنوفية

أ. د/ محرز غالي أستاذ بقسم الصحافة كلية الإعلام بنين جامعة الأزهر

د/ محمد فؤاد زيد مدرس بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنوفية

أ. د/ عبدالخالق زقزوق رئيس قسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنوفية