التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي الديني وتبني ثقافة التسامح

دراسة ميدانية

د/ محمد فؤاد محمد الدهراوي*

المقدمة:

بدأت شبكة الإنترنت مع نهاية القرن العشرين تشهد انتشاراً واسعاً إلى أن أصبحت أكثر وسائل الاتصال شيوعاً، حيث ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم على نحو يقدر بـ 3.773بليون مستخدم وهو ما يقارب نسبة 50%من سكان العالم، وبالنسبة للحالة المصرية وصل عدد مستخدمي الإنترنت بحلول عام 2017إلى 35مليون مستخدم بنسبة 37%من إجمالي عدد السكان ، وأدت التطورات المتزايدة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي ازداد عدد مستخدميها في الآونة الأخيرة، ففي مصر وصل عدد مستخدميها الناشطين عبر شبكاتها إلى35مليون مستخدم بنسبة37% ايضاً[1].

وفي الآونة الأخيرة لم يقتصر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الجانب الاجتماعي فقط بل باتت من أقوى مصادر المعلومات، وأصبح دورها في تشكيل وعي الجمهور بالقضايا المجتمعية المهمة ذا خصوصية لا يمكن إغفالها؛ بسبب ما تتسم به من تفاعلية وديناميكية ومرونة في تداول المعلومات والآراء واتساع دائرة انتشارها، فتلك التطبيقات ا لتفاعلية التي تتسم بها مواقع التواصل الاجتماعي لا تزودنا بالمعلومات فقط، بل تدعمها بالحوار والنقاش والتحليل، وتبادل وجهات النظر؛ لذا يمكن تصور الدور المحوري الذي تقوم به بسبب نمط الاتصال التفاعلي الذي تعتمد عليه في تداول المعلومات والأفكار، فهي تقوم بتزويد نا بالمعلومات التي نحتاج إليها في حياتنا اليومية، والتي تؤثر بدورها في إدراكنا للأحداث، وفهمها، وتفسيرها، وتؤثر بالتبعية في تشكيل مواقفنا واتجاهاتنا وآرائنا إزاء القضايا والأحداث المجتمعية [2].

وقد امتد دورها في نشر وتداول المعلومات والآراء ليشمل أيضًا المع لومات الدينية والفتاوي وكثيرا من أمور العبادات والشرائع السماوية، بعد أن كانت المعلومات والآراء بشأن تلك الموضوعات ترجع- لعهود طويلة- بشكل رئيس للمؤسسات الدينية الرسمية. حيث تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور مهم في نشر الوعي والثقافة الدينية داخل المجتمع، وتؤثر في مسار ونوعية الوعي الديني ومدي انتشاره في المجتمع[3]، والدليل علي أنها تقوم بدور قوي في التأثير في الوعي الديني وتشكيله، أنها أصبحت أحد أهم أدوات التواصل التي تستخدمها الجماعات الإرهابية لترويج أفكارها ونشرها بين جمهورها المستهدف من الشباب، بل وتست خدمها بكفاءة

* مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة الأزهر

في تقديم خطاب داعم لثقافة العنف والتعصب والتطرف، وتوظف استمالات إقناعية مختلفة لحث الشباب علي اعتناق ما تروج له من أفكار [4].

وفي إطار ذلك تحاول هذه الدراسة التعرف علي أنماط واستراتيجيات التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوي الوعي الديني لديهم، وكذلك الكشف عن العلاقة بين التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف باعتباره جزءا أساسيا من الوعي الديني، فالتسامح ونبذ ا لعنف هدف رئيس للأديان السماوية، فالتسامح يعني إشاعة ونشر الدعوة للتعايش السلمي وقبول الرأي والرأي الآخر، ونبذ العنف والطائفية والعنصرية والمذهبية وكل ما يفرق المجتمع.

الإطار النظري للدراسة: تعتمد الدراسة في إطارها النظري وبناء مقاييسها علي نظريتين في مجال الاتصال هما: نظرية التماس المعلومات، ونظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام.

أولا: نظرية التماس المعلومات Information Seeking Theory

عندما يبدأ الفرد في البحث عن المعلومات وتقييمها ، يكون هدفه الرئيس هو إشباع الحاجة المعلوماتية المثارة، من خلال بعض العمليات الإدراكية التي تشمل اختيار مصادر المعلومات المناسبة، واستخدام تلك المعلومات، ويأتي الهدف النهائي لهذه العمليات هو العمل على مساعدة الفرد في حل مشكلة ما أو إنجاز مهمة محددة[5]، ويفترض نموذج التماس المعلومات وجود حوافز أو منبهات تُؤدى إلى سعى الفرد للحصول على المعلومات التي تمكنه من مواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة، كما أن هناك عناصر أخرى ترتبط بالمواقف التي تُؤثر على بحث الفرد عن المعلومات مثل: قيود الوقت ومحدوديته، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع[6].

وقد أوضح العديد من الباحثين أن هناك عدة عوامل داخلية وخارجية تُؤثر على عملية التماس الأفراد للمعلومات والتي نشأ عنها العديد من النماذج المعقدة التي تفسر سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات، وتؤدي العوامل الوجدانية دوراً مهماً في فهم وتحليل هذا السلوك أثناء عملية الالتماس، وعندم ا يحصل الفرد على المعلومات المطلوبة تنشأ عنها بعض العمليات الإدراكية [7]، ونجد أن التفاعلات التي تتم عند عملية التماس المعلومات تعتمد بدرجة كبيرة على الفروق الفردية بين الملتمسِين كالعمر، ومهام البحث، ومدى القدرة على استرجاع المعلومات المخزنة، وأسلوب التعلم... وغيرها[8]. ونجد أن التفاعلات التي تتم جراء عملية التماس المعلومات تهدُف إلى سد الفجوة المعرفية بين ما هو معلوم وما هو غير معلوم عن طريق بعض العمليات الإدراكية التي تُسهم في حل المشكلات، ويتوقف مدى نجاح أو فشل العملية على هذه العمليات الإدراكية، و كذلك استراتيجيات وخطط الالتماس، لذا فالأهم هو أن تتم هذه الاستراتيجيات وفقاً للدوافع الداخلية للفرد، لسد الفجوة المعرفية بانتهاء عملية البحث [9].

وتعرف عملية التماس المعلومات بأنها : " عملية يقوم بها الفرد للبحث عن المعلومات، والحصول عليها، وتقييمها، واستخدام ها لإشباع حاجاته المعرفية؛ فهي عملية تفاعلية تعتمد على بعض القدرات والمهارات الإدراكية وتكنيكات حل المشكلات، كما أنها تتأثر ببيئة المعلومات المستخدمة، واتجاهات وتفضيلات الفرد، والمشكلات التي يواجهها "[10]. ونجد أن هناك بعض المفاهيم المرتبطة بمصطلح التماس المعلومات منها:

-**سلوك المعلومات Information Behavior:** هو مجمل السلوك الإنساني المرتبط بتفاعل الفرد مع مصادر وقنوات المعلومات؛ فهو يشتمل على التماس المعلومات النشط والسلبى واستخدام تلك المعلومات، كما يتضمن أيضاً الاتصال المباشر مع الآخرين والبحث السلبى للمعل ومات، كأن تحصل على معلومة ما بالمصادفة دون وجود أية نية مُسبقة للحصول عليها.

-**سلوك البحث عن المعلومات Information Searching Behavior:** وهو "مستوى جزئي" "Micro – level" من عملية التماس المعلومات عبر التفاعل مع أنظمة المعلومات بكل أنواعها؛ فهو يتكون من جميع التفاعلات سواء مع النظام عبر التفاعل الإلكتروني (كاختيار مواقع إلكترونية معينة) أو على المستوى المعرفي للملتمس، ويشتمل أيضاً على عدد من العمليات العقلية التي يتم من خ لالها الحكم على مدى أهمية البيانات والمعلومات التي تم الحصول عليها[11].

-**سلوك استخدام المعلومات Information Use Behavior** يتم عبر بعض العمليات الإدراكية والإجراءات السلوكية مثل تدوين الملاحظات أو تحديد بعض المقاطع في النص للإشارة لأهميتها، ويأخذ أيضاً شكلاً من أشكال التفكير والمقارنة والاستنتاج وغيرها من العمليات العقلية التي تسهم في معالجة العمليات وفهم المعلومات[12].

-**الحاجة إلى المعلومات Information Need:** هي الرغبة التي تدفع الأفراد لالتماس المعلومات، حيث أنها تتطلب البحث عن المعلومات لإشباعها، وعرفها البعض بأنها نقص معلوماتي لعدم كفاية ما يمكن تسميته "حالة الاستعداد " للتفاعل الهادف مع البيئة المحيطة، وتنشأ الحاجة إلي المعلومات عندما يشعر الفرد بوجود فجوة بين المعلومات المتاحة لديه وبين المعلومات التي يسعي للحصول عليها لتحقيق أهدافه أو لحل المشكلة التي تواجهه ، ويتم تحديد كفاءة المعلومات بمدي قدرتها علي حل المشكلة وإضافة معلومات جديدة تساعد علي تقليل الفجوة المعرفية لدي الأفراد[13].

فروض نظرية التماس المعلومات : يتمثل الفرض الرئيس لنظرية التماس المعلومات في: "أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات ا لتي تؤيد

اتجاهاتهم الراهنة "، وتوصلت بعض بحوث التماس المعلومات لمجموعة من الفرضيات التي تم التحقق من صحتها منها:[14]

-توجد حوافز أو منبهات تؤدى إلى سعى الفرد للحصول على المعلومات لمواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة، بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة.

-كلما استطاع ملتمس المعل ومات تحديد هدف البحث كلما استخد م مصادر معلوماتية أكثر تحديداً.

-ملتمس المعلومات النشيط يستطيع خلق بيئة معلوماتية فعّالة لنفسه، بغض النظر عما توفره له بيئته الأصلية من إمكانيات معلوماتية.

-توجد علاقة قوية بين عدد سنوات خبرة الفرد في مجال عمله وخلفياته التعليمية وبين طرق التماسه للمعلومات من مصادرها المختلفة.

-تزداد الحاجة للمعلومات والشعور بعدم اليقين لدى الملتمس في المراحل الأولى لعملية البحث.

-ملتمس المعلومات الأقل معرفة وقدرة على الالتماس يستخدم مصادر معلومات غير محددة ينتُج عنها التماس عشوائي للمعلومات.

-انجاز المهام البحثية أثناء عملية الالتماس يتأثر بعدد من العوامل الديموجرافية والمعرفية والاتصالية، كالنوع، وطبيعة البحث، ودرجة الخبرة، ومستوى النشاط.

-كلما زادت مهارة الفرد في جمع المعلومات؛ كلما كان أكثر نشاطاً في سلوك التماس المعلومات.

استراتيجيات التماس المعلومات:Information Seeking Strategies

يتجه الباحثون عند دراسة سلوك التماس المعلومات إلى تفسير الاستراتيجيات التي يقوم بها الأفراد عند البحث عن المعلومات من البيئة المعلوماتية والمشكلات التي تواجههم؛ حيث وصفها الباحثون بالأسلوب أو التكتيك المستخدم للحصول على المعلومات[15].

وتعرف استراتيجيات التماس المعلومات بأنها : "مجموعة القواعد والخطوات التي يقوم بها الفرد عند اختيار كم محدد من المعلومات "[16]، أو "مجموعة من التكتيكات Tactics التي يتم تحديدها بوضوح وإجرائه ا عند البحث عن معلومة ما، وهذا يعنى أن كل تكتيك أو مرحلة من مراحل البحث تعتبر استراتيجية"[17].

وقدم بعض الباحثين العديد من النماذج الخاصة بعملية التماس الأفراد للمعلومات؛ في محاولة لتفسير المراحل التي يقومون بها من بحث وتقييم وجمع

للمعلومات وما ينتُج عنها م ن تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية [18]، وفى السنوات القليلة الماضية بدأت بحوث التماس المعلومات الاهتمام بدراسة خصائص وسلوكيات البحث عن المعلومات عبر الإنترنت، حيث جاءت نتائج بعض هذه الدراسات في شكل نماذج نظرية تفسر المراحل والعمليات المرتبطة بعملية الالتماس من هذه الشبكة، وما تتميز به من إمكانيات وخصائص مختلفة عن غيرها من الوسائط غير الإلكترونية[19]. وقد اقترحت (Bates) نموذج لاستراتيجيات التماس المعلومات يتضمن أربعة أنماط مختلفة لسلوك البحث عن المعلومات وهى : الإدراك، والتصفح، والبحث، والرقابة أو الرصد، فالبحث يكون عادةً من الاستراتيجيات الأكثر تحديداً ومنهجية بين مستخدمي الإنترنت، على عكس التصفح الذى يقوم به الملتمس لتحديد مجال البحث، أما الإدراك والرقابة فهما ليسا من الاستراتيجيات الأساسية المستخدمة دائماً [20]، وفيما يلى عرض لهذه الاستراتيجيات:

1. **الإدراك Being aware:** فالإدراك عادةً ما يكون سلبى و غير مباشر، وهذا يُشير إلى أنه مجرد اكتساب عشوائي غير مقصود لما يأتي للملتمس من معلومات وقد أطلق بعض الباحثين على هذه الاستراتيجية مُسمى "تصادف المعلومات".
2. **التصفح Browsing:** وتمتاز هذه المرحلة بكونها نشطة غير مباشرة، نتيج ة للبدء فى عملية التصفح دون وجود هدف أو مصادر محددة يتم البحث من خلالها، إلا أن المتصفح في هذه المرحلة يبذل جهداً عند تصفحه مما يجعل هذه الاستراتيجية نشطة، فتعمل هذه الاستراتيجية على توسيع الإطار المعرفي لدى الملتمس حول محركات البحث أو مصادر المعلومات التي يمكن الاستفادة منها فيما بعد.
3. **البحث Searching:** على عكس استراتيجية التصفح؛ فالدافع الأساسي وراء عملية البحث هو وجود أهداف محددة بوضوح، فهذه الاستراتيجية هي أكثر الاستراتيجيات تفاعلية ومنهجية عند عملية البحث ويطلق عليها "استراتيجية التحليل"، وتتميز بكونها استراتيجية مباشرة ونشطة، ففيها يتم اختيار مصادر المعلومات المناسبة للحصول على المعلومات المطلوبة.
4. **الرقابة أو الرصد Monitoring:** فبعد أن يتم بناء إطار معرفي من الأفكار والمعتقدات والقيم عن طريق الاستراتيجيات السابقة يتم البدء في مرحلة جديدة وهى الرقابة أو ا لرصد حيث يتم تحديث المعلومات وتوسيع الإطار المعرفي العام، فالرصد يحافظ على اليقظة العقلية للفرد بشأن المعلومات المكتسبة بالفعل، كما أنه لا يحتاج إلى أي نشاط تفاعلي[21].

وعند اكتمال مرحلة التماس المعلومات التي تتم من خلال الاستراتيجيات السابقة، يتم البدء في مرحلة جديدة وأخيرة لعملية التماس المعلومات وهى مرحلة استخدام المعلومات طبقاً لنموذج (Loeber & Cristea 2003) وفى هذه المرحلة يتم استخدام المعلومات التي تم الحصول عليها لإ شباع الحاجة الىمعلوماتية المثارة

للمستخدم والتي ينتج عنها تغييراً لحالته المعرفية والوجدانية والسلوكية، ويتوقف نجاح عملية الالتماس على درجة نشاط الملتمس، ومدى قدرته على استكمال جميع مراحل عملية الالتماس التي قد تتم جميعها بالتتابع أو تتوقف في مرحلة معينة وبالتالي تفشل عملية الالتماس[22].

ثانيا: نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام: Mass Media Dependency Theory

تقوم وسائل الإعلام بإمداد الجمهور بالمعلومات التي يحتاج إليها في فهم الذات، والآخرين في المجتمع، وفي توجيه سلوكه، وفي الترفيه وتقليل التوتر، وكلما زاد إدراك الفرد لقدرة وسيلة إعلامية ما علي تلبية احتياجاته، زاد اعتماده عليها؛ وبالتالي زادت قوة تأثيرها في تفكيره وقناعته، وتوجهاته، وسلوكه، ليس فقط علي المستوي الفردي، وإنما أيضا علي مستوي علاقته بالمجتمع الذي يعيش فيه، تلك هي الفكرة الجوهرية في نموذج الاعتماد علي وسائل الإعلام، والذي شكل أساسا نظريا اعتمدت عليه العديد من الدراسات في تفسير علاقة الأفراد بمصادر المعلومات، وتأثيراتها فيهم[23].

وتقوم فكرة نظرية الاعتماد علي أن استخدام وسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش فيه الإنسان، وأن قدرة وسائل الإعلام علي التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف وبكفاءة عالية[24]. أي أن هدف النظرية هو دراسة الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام تأثيرات قوية ومباشرة، وفي أحيان أخري يكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة – نوعا ما- والكشف عن هذه الأسباب . كما تفترض نظرية الاعتماد أن المجتمعات عندما تمر بمرحلة أزمات وتحولات وعدم استقرار يزداد اعتماد مواطنيها علي وسائل الإعلام للحصول علي المعلومات؛ ومن ثم يرتفع م عدل تأثيرات وسائل الإعلام عليهم في تلك المراحل، ويزداد اعتماد الجمهور علي وسائل الإعلام أوقات الأزمات؛ لأن الأفراد يسعون إلي الحصول علي المعلومات التي تساعدهم علي فهم الأحداث وتعيد إليهم الطمأنينة والاستقرار، وفي الوقت نفسه تسعي وسائل الإعلام إلي تهدئة الجمهور وتوضيح التحولات وتفسيرها [25]. وينتج عن اعتماد الأفراد علي وسائل الإعلام للحصول علي المعلومات مجموعة من ال تأثيرات تم تقسيمها من قبل "ديفليروروكيتش" إلي ثلاث فئات كما يلي:

1. **التأثيرات المعرفية:** وتشتمل علي: كشف الغموض الناتج عن مشكلة نقص في المعلومات أو الافتقار إلي معلومات كافية لفهم وتفسير الأحداث، وتكوين الاتجاه نحو القضايا الجدلية في المجتمع، وترتيب أولويات الأمور، وتوسيع المعتقدات التي يدركها الفرد، وتوضيح أهمية القيم للفرد والمجتمع.
2. **التأثيرات الوجدانية :** وتشتمل علي : الفتور العاطفي أي الشعور ب التبلد واللامبالاة تجاه الأحداث، الخوف والقلق من مظاهر العنف التي تعرضها وسائل الإعلام، ورفع الروح المعنوية نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحد.

3. **التأثيرات السلوكية :** وتكمن في سلوكين أساسيين هما : التنشيط أي قيام الفرد بعمل ما نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام، و الخمول أي عدم قيام الفرد بالنشاط وتجنب الفعل.[26]

وقد تم توظيف نظرية الاعتماد في الدراسة الحالية لمعرفة درجة اعتماد الشباب العربي علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية، والتأثيرات (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد، وذلك من منطلق أن مصادر المعلومات الدينية التي يعتمد عليها الشباب العربي ، تقوم بدور محوري ورئيس في فهمهم لأنفسهم ولمجتمعاتهم والثقافات المحيطة بهم، وفي توجيه سلوكياتهم، وتشكيل قناعاتهم وتوجهاتهم إزاء القضايا المختلفة . كما أن انتماء الفرد لمجموعات افتراضية ذات طبيعة دينية، واستقاءه للمعلومات الدينية من خلالها ومن خلال التفاعل مع أفرادها، يمكن أن يؤثر علي علاقته بالكيانات الدينية في جماعته المحلية (مثل المسجد) سواء كان هذا التأثير إيجابيا أو سلبيا[27].

الدراسات السابقة:

تقتضي الأمانة العلمية القول بأنه لا شيء في عالمنا يبدأ من فراغ أو من نقطة الصفر، فمهما كانت إبداعات أي باحث فلابد أن يستفيد من خبرات وتجارب من سبقوه، فلكل شيء جذور، فمراجعة الدراسات السابقة تمكن الباحث من أن يضيف إلي رصيد المعرفة البشرية مستفيدا من جهود الآخرين ومكملا لها، وبذلك يبدأ الباحث من حيث انتهي الآخرون. وقد قام الباحث في هذه الدراسة بالاطلاع علي الدراسات السابقة التي أمكنه الوصول إليها، والتي أجريت في مجال دراسته أو مجالات قريبة منها، ويمكن تقسيم هذه الدراسات التي استفاد منها الباحث إلي محورين رئيسيين كما يلي:

المحور الأول: دراسات تناولت التماس المعلومات

دراسة أم الرزق محمود (2018)[28] استهدفت التعرف علي سلوكيات الجمهور المصري في التماس المعلومات عن المؤسسات الدينية الرسمية عبر شبكة الإنترنت، واعتمدت علي منهج المسح وأداة الاستبي ان، وطبقت علي عينة عشوائية بلغت400 مفردة، وخلصت إلي عدة نتائج من ها: جاء دافع (البحث علي المشكلات الدينية التي تواجه المبحوث) في مقدمة دوافع الالتماس، جاءت مؤسسة الأزهر في مقدمة المؤسسات التي يلتمس المبحوثون المعلومات عنها، يليها دار الافتاء ثم وزارة الأوقاف، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية بين مراحل التماس المعلومات والتأث يرات الناتجة عن هذا الالتماس.

دراسة Wura Jacobs and Others (2017)[29] استهدفت بحث العوامل المرتبطة بالأفراد البالغين الذين يلتمسون المعلومات الصحية عبر شبكة الإنترنت، حيث أشارت التقديرات إلى أن واحدا من بين كل ثلاثة بالغين في الولايات المتحدة الأمريكية يستخدمون الإنترنت لتشخيص أو التعرف على القلق الصحي الذى

ينتابهم، وبالتالي سعت إلى الإجابة على تساؤل مهم؛ وهو ما إذا كانت شبكة الإنترنت تقلل أو تخلق تفاوتات في توافر المعلومات الصحية واستخدامها لاتخاذ القرارات الصحية اللازمة، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عمدية ممثلة للأفراد البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت إلى أن شبكة الإنترنت تعد المصدر الأول من مصادر الحصول على المعلومات الصحية المتاحة بسهولة، بالإضافة إلى أن الشباب الأصغر سناً والأكثر تعليماً هم الأكثر بحثاً عن المعلومات الصحية عبر شبكة الإنترنت من كبار السن، وكانت مجالات (تقنيات تقييم المخاطر، واستراتيجيات الوقاية والعلاج والرعاية الصحية) هي المجالات الأكثر بحثا عنها عبر شبكة الإنترنت.

دراسة أماني أشرف (2017)[30] استهدفت الكشف عن العلاقة بين التماس الشباب المصري للمعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي مشاركتهم السياسية الفعلية والافتراضية عبر هذه الشبكات، واستخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان الإلكتروني، وطبقت علي عينة بلغت 450 مفردة من الشباب المصري تم اختيارهم بأسلوب كرة الثلج، وخلصت الدراسة إلي وجود حاجة ملحة لدي الشباب المصري لالتماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي، كما أوضحت النتائج أن استراتيجية الرقابة أو الرصد (مرحلة ما بعد الالتماس) هي الاستراتيجية الأكثر نشاطا وشيوعا، يليها استراتيجية البحث، ثم استراتيجية التصفح . كما ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى المشاركة السياسية الفعلية والافتراضية .

دراسة Shaohai Jiang and Richardl Street (2016)[31]
استهدفت التعرف علي التماس الصينيين للمعلومات الصحية عبر شبكة الإنترنت ودوره في تحسين الحالة الصحية لديهم، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان التي طبقت علي عينة عمدية قوامها 423 مفردة من مستخدمي الإنترنت، وتوصلت إلى أن البحث عن المعلومات الصحية مرتبطاً ارت باطاً إيجابياً بالدعم الاجتماعي، فالتماس المعلومات الصحية عبر شبكة الإنترنت من شأنه أن يعزز الكفاءة الذاتية للتعامل مع الأمراض، وقد تم الاعتراف بالإنترنت كوسيلة من شأنها أن تحسن الحالة الصحية للأفراد من خلال توفير كمية كبيرة من المعلومات الصحية والدعم الاج تماعي والموارد الصحية، وقد أفادت أن حوالى 33.2% من الصينين البالغين استخدموا الإنترنت لأغراض صحية وذلك نظراً لصعوبة المواعيد مع الطبيب المختص وقصر مدة التشاور.

دراسة إيمان السيد (2016)[32] استهدفت بحث العلاقة بين كثافة التعرض للمواقع الاجتماعية وتنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدي المغتربين بالدول العربية، واستخدمت منهج المسح وأداة تحليل المضمون وأداة الاستبيان، وطبقت علي عينة بلغت 500 مفردة من الشباب المصري المغترب في الدول العربية (السعودية، الكويت، الإمارات)، وخلصت الدراسة إلي أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يسعون لالتماس المعلومات السياسية من مواقع التواصل

الاجتماعي، كما ثبت وجود علاقة بين معدل استخدام المصريين المغتربين بالدول العربية للمواقع الاجتماعية ودرجة الوعي السياسي لديهم.

دراسة Chenjerai Mabhiza (2016)[33] استهدفت فحص سلوك التماس المعلومات للأطباء البيطريين ومفتشي الصحة البيطرية وفني المختبرات في ناميبيا؛ لتحديد الهدف من التماس المعلومات، ومصدر معلوماتهم وأسباب تفضيلها، والحواجز التي تعوق التماس المعلومات، واست خدمت منهج المسح وأداة الاستبيان، وخلصت الدراسة إلي تنوع الموضوعات التي يلتمسها الأفراد منها : (المشاكل الطارئة، تفسير الفحوصات والتجارب، عرض الانتاج العلمي، التحضير للاجتماعات والمؤتمرات للتطوير المهني المستمر، توفير معلومات عن المخدرات)، كما جاءت المصادر غ ير الرسمية في مقدمة المصادر التي يعتمدون عليها في التماسهم للمعلومات، بينما جاءت المجلات العلمية في مرتبة متأخرة بسبب ضيق الوقت.

دراسة عبد الصادق حسن (2015)[34] استهدفت التعرف علي دوافع واستراتيجيات التماس الشباب الجامعي الخليجي للمعلومات من المواقع الإلكتر ونية الشيعية وانعكاسات ذلك علي مستوي إدراك القضايا والمضامين الدينية لديهم، واستخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية بلغت 300 مفردة، وخلصت الدراسة إلي وجود علاقة بين ثقة الشباب في المواقع الإلكترونية الشيعية وحرصهم علي التماس المعلومات منها، بينما ثبت عدم وجود علاقة بين دوافع التماس الشباب للمعلومات عن القضايا والمضامين من المواقع الإلكترونية الشيعية واستراتيجية قبل وأثناء التماس المعلومات من هذه المواقع، في حين ثبت وجود علاقة فيما يتعلق باستراتيجية ما بعد الالتماس.

دراسة نوره عبدالله (2014)[35] استهدفت التعرف علي العوامل التي تؤثر علي تعرض الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية في إدراك القضايا والأحداث الجارية، واستخدمت منهج المسح واستمارة الاستبيان، وخلصت إلي ارتفاع ثقة الشباب في المعلومات التي يلتمسونها من الشبكات الاجتماعية حو ل القضايا والأحداث الجارية، وكذلك ارتفاع درجة حرص واعتماد الشباب علي التماس المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية من الشبكات الاجتماعية، كما أن غالبية أفراد العينة حققوا مستوي متوسط في أغلب العبارات التي تقيس استراتيجيات التماس المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية، تلاها المستوي المرتفع، بينما جاء المستوي المنخفض في الترتيب الأخير.

دراسة Ran JU (2013)[36] استهدفت استكشاف دور وسائل الإعلام الحديثة في عملية التنشئة الاجتماعية وتأثيرها على الهوية الثقافية لموظفي المنظمات بالتطبيق على دولتي الصين والولايات المتحدة الأمريكية، عن طريق اختبار العلاقة بين سلوك التماس المعلومات عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهوية الثقافية، والعلاقة بين سلوك التماس المعلومات ومستوى عدم اليقين ، وطبقت علي عينة حجمها 230مفردة موزعة بالتساوي علي الدولتين، واستخدمت منهج المسح وأداة

الاستبيان الإلكتروني لجمع المعلومات ، وخلصت إلى أن وسائل الإعلام الحديثة تقوم بدور كبير في عملية التنشئة الاجتماعية في الصين لأنها تمثل المصدر الرئيس لالتماس المعلومات لديهم ، وأن أفراد المنظمات الصينية يتمتعون بمستوى عالي من الانفتاح العالمي ومستوى منخفض من الهوية المحلية عكس الأمريكيين.

دراسة إيمان حسني (2013)[37] استهدفت فحص العلاقة بين سلوكيات التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الاتجاهات التعصبية السياسية لدي طلبة الجامعات المصرية، استخدمت منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية، واعتمد ت علي أداتي الاستبيان والمقابلة العلمية غير المقننة، وطبقت علي عينة عمدية مكونة من 400 مفردة من طلاب جامعة القاهرة، وخلصت إلي أن التأثيرات السلبية للاستخدام لا تنبع من معدلات التعرض، بل ترتبط بدوافع الالتماس ومصادره، وأنماط واستراتيجيات التماس المعلومات ال سياسية ذاتها، وأن شبكات التواصل الاجتماعي ليست وسيطا محايدا لالتماس المعلومات، بل تحمل ثقافة خاصة تعزز من كونها أداة لالتماس الدعم والتأييد، كما أثبتت وجود علاقة ارتباطية بين معدل التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي والمكون المعرفي للاتجاه ات التعصبية، فيما لم تثبت العلاقة فيما يتعلق بالمكونين الوجداني والسلوكي.

دراسة Annie T. Chen (2012)[38] استهدفت التعرف على احتياجات مرضى "فيبروميالغيا" من المعلومات، واستراتيجياتهم لالتماس هذه المعلومات، وقدرتها على تحقيق الهدف المرجو طوال فترة المرض ، واعتمدت على منهج المسح وأداة الاستبيان الإلكتروني، وخلصت الدراسة إلي أن المرضى يلتمسون المعلومات من الإنترنت في معظم الأحيان وتشمل هذه المصادر : مواقع المنظمات الصحية، البوابات الإلكترونية الصحية، مواقع الشبكات الاجتماعية المرتبطة بالصحة التي غالبا ما يستخد مونها، وهم أيضا يولون قدرا كبيرا من التماس المعلومات من ممارسي الرعاية الصحية والأسرة والأصدقاء ، ونجد أن الموضوعات التي يهتم بها مرضى فيبروميالغيا تتميز بالتنوع لمرورها بعدة مراحل ابتداء من ظهور المرض والتشخيص انتهاء بمرحلة التوازن والشعور بالرضا لحاتهم ال صحية، وغالبا ما يحتاجون لموضوعات تهتم بالتعريف بالمرض وكيفية اكتساب المهارات اللازمة للتأقلم معه.

دراسة Linda and Others (2012)[39] استهدفت التعرف على مصادر المعلومات التي يستخدمها المرضى الذين يتلقون العلاج الكيميائي لأول مرة وكذلك العوامل (الذاتية والنفسية) وتأثيرها على احتياجاتهم من المعلومات والمصادر التي تتمتع بالمصداقية لديهم، لرصد سلوك التماس المعلومات من المصادر التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة ، واستخدمت أداة الاستبيان حيث تم تطبيقها على عدد 345 مفردة من مرضى السرطان بعشر مستشفيات بهولاندا، واجريت الدراسة لمعرفة أكثر المصادر الاعلامية والشخصية التى تتمتع بدرجة عالية من المتابعة لدى المبحوثين وعلاقتها بالخصائص الديموغرافية والاجتماعية والعوامل الطبية والنفسية

ومدى تلبيتها لحاجتهم للمعلومات ودرجة الثقة بتلك المصادر ، وجاءت المصادر الإعلامية التي يلتمس منها المرضى معلوماتهم مرتبة كالتالي : الدليل العلاجي يليه الكتيبات ثم الإنترنت ، أما المصادر الشخصية تمثلت في الممرضين ثم الاسرة ثم الاصدقاء، وأوضحت بأن استخدام المرضى للدليل العلاجي يرتبط بأهدافهم للشفاء ولإشباع حاجتهم من المعلومات التي يريدون معرفتها لتحقيق مستوى مرتفع من الثقة في المصدر، أما استخدام الكتيبات يرتبط بالتوتر الذى يصاحب المرض لمحاولة التكيف معه، أما استخدام الإنترنت يرتبط بالسن والمستوى التعليمي.

دراسة شريهان محمد (2010)[40] استهدفت رصد العوامل المؤثرة علي الصفوة المصرية في التماسهم للمعلومات السياسية من شبكة الإنترنت، واعتمدت علي منهج المسح وأداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عمدية من الصفوة المصرية بلغ قوامها 160 مفردة موزعة بالتساوي علي فئات الصفوة (السياسية، والإعلامية، والأكاديمية، وقيادات العمل الأهلي) بواقع 40 مفردة لكل منهم، وخلصت إلي ارتفاع اعتماد الصفوة علي الإنترنت كمصدر لالتماس المعلومات السياسية، كما أوضحت أن نشاط أفراد العينة خلال مرحلتي (ما قبل الالتماس، وما بعد الالتماس) يكون أعلي من النشاط خلال مرحلة (أثناء الالتماس).

المحور الثاني: دراسات تناولت الوعي الديني

دراسة إيمان بوكدرون وأسماء حاج قويدر (2018)[41] استهدفت الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدي الطلاب الجامعيين، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان، وطبقت علي عينة قوامها 70 مفردة من مستخدمي موقع الفيس بوك من كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الجيلالي بونعامة، وخلصت إلي أن الإناث أكثر تأثرا بالمعلومات الدينية المقدمة علي الفيس بوك من الذكور الذين لهم احتكاك كبير بالمساجد والأئمة حيث يتلقون المعلومات الدينية منهم.

دراسة محمود محمد فتحي (2018)[42] استهدفت الدراسة التعرف علي دوافع استخدام قادة الرأي الدينيين للمواقع الإسلامية علي شبكة الإنترنت وعلاقته بتنمية معارفهم الدينية، استخدمت منهج المسح وأداتي تحليل المضمون والاستبيان، وطبقت علي عينة عشوائية قوامها 450 مفردة موزعة بالتساوي بين الأئمة التابعين لوزارة الأوقاف والدعاة التابعين للوعظ والإرشاد بالأزهر الشريف بواقع 225 لكل منهما، وخلصت إلي ارتفاع معدل استخدام قادة الرأي الدينيين للمواقع الإسلامية، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة التعرض للمواقع الإسلامية ودرجة الاستفادة في تنمية المعارف الدينية.

دراسة شيرين الديسطي (2016)[43] استهدفت الدراسة وضع تصور تربوي لتنمية الوعي الديني لدى طلاب جامعتي المنصورة والأزهر لمواجهه التحديات المعاصرة بعد ثورة 25 يناير 2011، واستخدمت الاستبيان وكانت أهم توصيات البحث إجراء بعض الدراسات المس تقبلية حول آليات تحقيق الوعي الديني

بالجامعات الحكومية وجامعة الأزهر، دراسة الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الثانوية بنوعيها العامة والفنية، عمل دراسات مقارنة لمستويات الوعي الديني بين المجتمعات الإسلامية، الاهتمام بالدراسات التي توضح علاقة الوعي الديني بالمهن المتنوعة.

دراسة Zurina Khairuddin and Others (2014)[44] استهدفت التعرف علي اتجاهات وتصورات طلبة الجامعات الماليزية الإسلامية نحو المواقع الإنجليزية الإسلامية كمواد تربوية في الفصول الدراسية، وهل قراءة الكتابات الإسلامية عبر هذه المواق ع حسنت معارفهم ع ن الإسلام، وعلا قتهم مع الناس، ومستوي دراستهم، وقدرتهم في اللغة الإنجليزية، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان، وطبقت علي 180 طالبا من الجامعة الإسلامية الدولية في ماليزيا، وجامعة السلطان زين العابدين، وأظهرت أنه من النتائج الإيجابية لقراءة المواقع الإسلامي ة الإنجليزية زيادة المعرفة بالإسلام، ومستوي الحافز نحو الدين، وإتقان اللغة الإنجليزية، كما أسهمت في تحسين الشخصية، وتحسين العلاقة مع الناس.

دراسة علي حمودة (2011)[45] استهدفت التعرف علي أثر استخدام شبكة المعلومات الدولية علي الوعي الديني للشباب الجامعي في م صر، استخدمت منهج المسح وأداتي تحليل المضمون والاستبيان، وطبقت علي عينة قوامها 400 مفردة من طلاب الجامعات المصرية (الأزهر، القاهرة، 6 أكتوبر، الجامعة الأمريكية بالقاهرة) بواقع 100 مفردة لكل منهم، وخلصت إلي وجود علاقة ارتباطية طردية بين مستوي التعرض للمواقع الإسلامية ودرجة الاستفادة بالموضوعات الدينية المتاحة.

دراسة إسلام رجب (2010)[46] استهدفت الكشف عن العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية علي الإنترنت ومستوي المعرفة بالقضايا الدينية المعاصرة، واستخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان، وطبقت علي عينة قوامها 400 مفردة من طلاب الجامعات المصرية (الأزهر، المنوفية، المنيا، الجامعة الأمريكية بالقاهرة) بواقع 100 مفردة لكل منهم، وخلصت إلي أن تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية علي الإنترنت يحقق مجموعة من الإشباعات المعرفية التي تمثلت في زيادة الثقافة الدينية ، يليها زيادة معرفة تعاليم الدين الإسلامي، ثم أخبار العالم الإسلامي، ومعرفة أحكام الإسلام في القضايا الدينية المعاصرة.

المحور الثالث: دراسات تناولت ثقافة التسامح ونبذ العنف

دراسة أميرة أحمد (2017)[47] استهدفت التعرف علي الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتم اعي في نشر ثقافة التسامح والتعايش الإيجابي من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية ، ردا علي ثقافة الكراهية وخطاب الإرهاب والتطرف، واستخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة بلغ قومها 583 تم اختيارهم بطريقة عشوائية طبقية، بواقع 350 طالبا من الجامعة الأردنية، و 233 طالبا من جامعة الشرق الأوسط، وتوصلت إلي وجود درجة مرتفعة ودالة إحصائيا لتوفر موضوعات ثقافة التسامح المعروضة ع لي شبكات التواصل الاجتماعي، وجاء في

مقدمة هذه الموضوعات "غرس القيم الإنسانية" يليه موضوع "تعزيز الهوية الوطنية"، بينما جاء موضوع "الحد من إثارة النعرات الطائفية والعرقية والإقليمية " في المرتبة الأخيرة، كما أظهرت النتائج أن الفيديوهات جاءت في مقدمة أدوات ثق افة التسامح المعروضة علي شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية .

دراسة ريهام مرزوق (2017)[48] استهدفت التعرف على علاقة تعرض الشباب المصري للفيديوهات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنشر ثقافة التسامح لديهم، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عمدية بلغ قوامها 400 مفردة من الشباب المصري، موزعة بالتساوي علي الذكور والإناث بواقع 200 مفردة لكل منهما، وتوصلت إلي ارتفاع تعرض الشباب المصري للفيديوهات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية بين التعرض للفيديوهات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين كلا من: إدراك مفهوم التسامح، ومستوي التسامح لدي الشباب.

دراسة أحمد جاسم (2015)[49] استهدفت التعرف علي الدور الذي يقوم به الإعلام في نشر وتعميق ثقافة التسامح واللاعنف بين أفراد ال مجتمع العراقي، وأيضا التعرف علي كيفية تطوير وسائل الإعلام لكي تعمل علي نشر ثقافة التسامح ونبذ مظاهر العنف والتعصب والكراهية، واستندت في جانبها النظري علي نظرية ترتيب الأولويات، ونظرية الغرس الثقافي، وأوصت بوضع ميثاق شرف تعمل على تطبيقه المنظومة الإعلامية و العمل على تطبيق العقوبات بحق المؤسسة الإعلامية والإعلاميين، ومحاسبة كل من يتجاوز أو يتخطى قوانين الإعلام حتى لو أدى الأمر إلى منع الوسيلة الإعلامية وإغلاقها.

دراسة Tangney (2005)[50] بعنوان مسامحة النفس: القضايا المفاهيميه والنتائج التجريبية، استهدفت التعرف علي النتائج النفسية والاجتماعية لمسامحة الذات، والعلاقة بين التسامح مع الذات والقدرة علي التسامح مع الآخرين، كما استهدفت تقديم مقترحات بتضمين مناهج التعليم، مواد تعليمية وتدريبية خاصة بالتسامح مع الذات، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبيان، وطب قت علي عينة من طلاب جامعيين في دراستين مستقلتين، و شملت أصدقاء وآباء المشاركين في الدراسة، وتوصلت إلي ميل الأشخاص عموما للتسامح مع الآخرين، مع امتلاكهم لقدرة متطورة بشكل جيد علي ضبط النفس، وأن الأشخاص سريعي التسامح والغفران مع أنفسهم، قساة في ردود أفعالهم علي تجاوزات الآخرين.

دراسة Saad El-Dine (2004)[51] استهدفت التعرف علي دور الجامعات اللبنانية وقوانينها في تبني وتعزيز الحوار الإسلامي المسيحي، ومدي مساهمتها في تحقيق التعايش المشترك بين اللبنانيين، وتوصلت إلي قصور الجامعات اللبنانية وانحسار دورها في تناول ق ضايا الحوار والتسامح والعيش المشترك، وأن المشكلة دائما تكمن في قلة الحوار والتسامح والتعايش المشترك والمتبادل بين المسلمين والمسيحيين، وأن الأديان مساءة الاستعمال ، وهي بحاجة إلي كشف

المحتوي الحقيقي لكل دين ومعناه وشرائعه، وأن دور التعليم الديني ورجال الدين في حقل الحوار الإسلامي المسيحي والتعايش المشترك، لازال ضعيفا ولا يفي بحاجة المجتمع من نشر القيم الدينية الصحيحة القائمة علي احترام الآخر وقبوله بدينه ومعتقداته، وقيم التعاطف والتعاون والتسامح والمشاركة.

دراسة Macsaskill (2003)[52] بعنوان استكشاف الفروق بين الجنسين في التسامح والصفح، استهدفت استكشاف الاختلافات الظرفية في التسامح والصفح بين الجنسين، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي وأداتي الاستبيان والمقابلة، وطبقت علي عينة بلغ قوامها 214 طالبا في المملكة المتحدة البريطانية، بواقع 106 من الذكور، و108 من الإناث، وتم استخدام الموقفية التي تتطلب التفاعل الحقيقي من قبل المشتركين وذلك من خلال وضعهم في مواقف حقيقية تتطلب تسامحا، وتوصلت إلي أن الإناث أكثر تسامحا من الذكور رغم تساوي الجنسين في درجة الوجع والألم، أما فيما يتعلق بالعوامل الشخصية وأنواع النزوات العدوانية تبين وجود فروق دالة إحصائيا بين الجنسين لصالح الذكور من حيث السعي إلي الانتقام.

دراسة Mecullough (2003)[53] استهدفت التعرف علي طبيعة التسامح وأثاره الاجتماعية والمعرفية والتعرف علي محدداته، الكشف عن العلاقة بين الحالة الفسيولوجية والرفاه النفسي بالتسامح، اس تخدمت المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبيان التي اشتملت علي ثلاثة محاور (التعاطف، التأمل، المصالحة) وتوصلت إلي عدة نتائج عن التسامح من أهمها : أن التسامح عادة ما ينبع عنه التغيير الإيجابي في الحالة النفسية وهو ما يتطلب بالضرورة تغييرا إيجابيا في العلاقات الإنسانية والاجتماعية، كما أن التسامح هو الذي يحول الشعور بالألم إلي الشعور بالراحة والذي يمكن من إجراء التعديلات في الأفكار والميول السلوكية، كما يعتبر أساسا في عملية التفكير الإيجابي وطريقة التفكير السوية والواقعية مع ارتباطها إلي حد كبير بالوعي والأخلاق.

التعليق على الدراسات السابقة:

-تنوعت الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي؛ فبعضها اهتم ببحث ودراسة أنماط وحجم التعرض وكثافته، وبعضها اهتم بدراسة دوافع الاستخدام والإشباعات المتحققة منه، والبعض الآخر اهتم بدراسة الاتجاهات.

-اهتمت العديد من الدراسات ببحث التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وتناولت بعض الدراسات التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، في حين اهتمت بعض الدراسات بالتأثيرات الإيجابية.

-اهتمت معظم الدراسات بدراسة التماس المعلومات السياسية من مواقع التواصل الاجتماعي، و اهتم البعض الآخر بدراسة التماس المعلومات الصحية ، بينما لم

يجد الباحث دراسات عربية أو أجنبية تناولت التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي.

-اعتمدت غالبية الدراسات على منهج المسح، كما اعتمدت بعض هذه الدراسات على منهج العلاقات المتبادلة والأسلوب المقارن، بينما استخدمت بعض الدراسات منهج دراسة الحالة.

-تنوعت الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات ؛ حيث اعتمد العدد الأكبر منها على نظرية التماس المعلومات ونظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام، فضلا عن نظرية الاستخدامات والإشباعات.

-تنوعت الأدوات البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة، حيث اعتمدت معظم الدراسات علي صحيفة الاستقصاء، واعتمد البعض الآخر علي أداة تحليل المضمون، بينما جمعت بعض الدراسات بين الأسلوبين، في حين استخدم القليل منها أسلوب المقابلة.

-أوضحت نتائج بعض الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل مصدر معرفة أساسي للجمهور وخاصة المعرفة السياسية والصحية، في حين أشارت بعض الدراسات أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يأتي في إطار التسلية والترفيه.

-دعمت نتائج الدراسات السابقة من أهمية إجراء هذه ال دراسة لكشف العلاقة بين التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم، وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

-اعطت الدراسات السابقة للباحث رؤية واضحة في كيفية البناء المنهجي للدراسة، من ح يث صياغة وتحديد المشكلة البحثية الخاصة بالدراسة وبلورتها، وبناء أهدافها.

-استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري للدراسة، وكذلك في تحديد الأسس المنهجية للدراسة، من حيث التعرف علي المناهج والأدوات البحثية المناسبة التي يتم الاعتماد عليها، وتوظيفها في الدراسة، بالإضافة إلي اختيار عينة الدراسة... وغيرها.

-الاستفادة منها في كيفية إعداد وتصميم استمارة الاستقصاء إعدادا علميا بما يتناسب مع موضوع الدراسة، وكذلك في بناء المقاييس التي استخدمتها الدراسة.

-الاستفادة من عمليات التحليل الكمي والكيفي التي وردت بهذه البحوث والدراسات وبكيفية توظيفها بما يخدم أهداف الدراسة.

-الاستفادة من النتائج المختلفة التي تم التوصل إليها في الدراسات السابقة مما ساعد الباحث في صياغة تساؤلات وفروض الدراسة وأهدافها وكذلك في إجراء المقارنات بين نتائج الدراسات السابقة والنتائج ا لتي توصلت إليها الدراسة، الأمر الذي ساعد الباحث في التفسير الأكثر عمقا للنتائج التي توصل إليها.

-ساعدت في تحديد المتغيرات (المستقلة، والتابعة) للدراسة، وكذلك تحديد المتغيرات الوسيطة مثل: (النوع، العمر، المستوي التعليمي، المستوي الاقتصا دي الاجتماعي، الحالة الاجتماعية... وغيرها).

مشكلة الدراسة:

بناء علي مراجعة التراث السابق فإن مشكلة الدراسة تتبلور في الكشف عن العلاقة بين التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم، وكذلك التعرف علي مدي قدرة هذه المواقع علي حث الشباب العربي علي نبذ العنف وتبني ثقافة التسامح.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلي تحقيق هدف رئيس يتمثل في: فحص العلاقة بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي، ومدي تبنيهم لثقافة التسامح ونبذ العنف، وينبثق من هذا الهدف الرئيس مجموعة أهداف فرعية، من أهمها:

1. قياس معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف علي دوافع التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي.
3. الكشف عن استراتيجيات الشباب العربي في التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي.
4. رصد اتجاهات الشباب العربي نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية.
5. التعرف علي التأثيرات (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية) الناتجة عن التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي.
6. الكشف عن العلاقة بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي.
7. الكشف عن العلاقة بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومدي تبني الشباب العربي لثقافة التسامح ونبذ العنف.

تساؤلات الدراسة:

تسعي الدراسة إلي الإجابة علي مجموعة من التساؤلات، من أهمها:

1. ما معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي؟.
2. ما دوافع التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي؟.
3. أي الموضوعات الدينية الأكثر جاذبية للشباب العربي؟.
4. ما المصادر التي يعتمد عليها الشباب العربي في الحصول علي المعلومات الدينية؟.
5. أي المواقع والصفحات التي يفضلها الشباب العربي في الحصول علي المعلومات الدينية؟.
6. ما استراتيجيات الشباب العربي في التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي؟.
7. ما اتجاهات الشباب العربي نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية؟.
8. ما مدي ثقة الشباب العربي في المعلومات الدينية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي؟.
9. ما التأثيرات (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية) الناتجة عن التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي؟.

فروض الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب العربي ومعدل التماسهم للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي.
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم .
4. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف .
5. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي ال ديني لديهم.
6. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي و تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف .
7. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم .
8. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي و تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

9. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة عن هذا الالتماس.
10. توجد علاقة ارتباطية بين مستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي و تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.
11. يختلف مستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي باختلاف خصائص هم الديموجرافية.
12. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب العربي وتبني ثقافة التسامح.

نوع الدراسة ومنهجها:

يمكن تصنيف هذه الدراسة تحت فئة الدراسات الوصفية Descriptive Studies التي تهدف إلي الكشف عن العلاقة بين التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم، والتعرف علي مدي قدرة هذه المواقع علي حث الشباب العربي علي نبذ العنف وتبني ثقافة التسامح . وتعتمد الدراسة علي منهج المسح Survey Method، وهو شكل من أشكال التجميع المنظم للبيانات بغرض الوصف أو التنبؤ بفعل معين أو بغرض تحليل العلاقات بين المتغيرات [54]، وتم تطبيق هذا المنهج باستخدام المسح بالعينة . وفي إطاره تتبع الدراسة الحالية منهج المسح بشقيه : الوصفي؛ الذي يستهدف تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية، وجمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة موضع البحث ورسم صورة واقعية لها . والتحليلي؛ بهدف اختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة واستخلاص نتائجها.[55]

كما تعتمد الدراسة علي منهج دراسة العلاقات المتبادلة، الذي يهتم بدراسة العلاقة بين الحقائق التي تم الوصول إليها؛ بهدف التعرف علي الأسباب التي أدت إلي حدوث الظاهرة موضوع الدراسة، والوصول إلي استنتاجات وخلاصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي ، ومن فروع هذا المنهج دراسة العلاقة الارتباطية Correlation بين متغيرين أ و أكثر، وتحديد قوة هذه العلاقة واتجاهها . كما اعتمدت الدراسة علي الأسلوب المقارن، والذي يستخدم عندما يلجأ الباحث إلي المقارنة أو المضاهاة بين حالتين مختلفتين جوهريا أو أكثر وتحدثان في السياق الطبيعي . واستعان الباحث بالأسلوب المقارن ليتخطى الوصف الظاهري إلي المقارنة.

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة، أو جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، أو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه، وفي هذه الدراسة فإن مجتمع الدراسة يتمثل في الشباب العربي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، والذي ينتمي للفئة العمرة (من 18: 35 عاما)،

ويرجع تحديد فئة الشباب لعدة اعتبارات منها : أنها تمثل أعلي الشرائح العمرية تواصلا مع المستحدثات التكنولوجية والاتصالية، وتوظيفها بشكل جيد في إدارة حياتهم اليومية، وما أثبتته معظم الدراسات العلمية أن فئة الشباب هي الأكثر استخداما وتفاعلا مع مواقع التواصل الاجتماعي ، كما أن مرحلة الشباب هي المرحلة التي تتبلور فيها أولويات الفرد وأفكاره وانتماءاته وشخصيته، وتتضح فيها اتجاهاته ووجهات نظره بشأن ما يُثار حوله من مشكلات وقضايا.

وفي إطار العينة الحصصية Quota Sampling تم اختيار ثلاث دول ممثلة للوطن العربي علي النحو التالي : السعودية ممثلة لدول الخليج العربي، مصر ممثلة لدول شمال أفريقيا، الجزائر ممثلة لدول المغرب العربي . وتم تطبيق الدراسة علي عينة بلغ حجمها 450 مفردة، موزعة بالتساوي علي الدول الثلاث، بواقع 150 مفردة من كل دولة.

جدول رقم (1)

يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير		الجنسية						المجموع	
		مصري		سعودي		جزائري			
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
النوع	ذكر	98	65.3%	53	35.3%	62	41.3%	213	47.3%
	أنثي	52	34.7%	97	64.7%	88	58.7%	237	52.7%
	الإجمالي	150	100 %	150	100 %	150	100 %	450	100 %
العمر	من 18 إلي 23 عاما	57	38.0%	113	75.3%	33	22.0%	203	45.1%
	24 إلى 29 عاما	41	27.3%	17	11.3%	71	47.3%	129	28.7%
	من 30 إلى 35 عاما	52	34.7%	20	13.3%	46	30.7%	118	26.2%
	الإجمالي	150	100 %	150	100 %	150	100 %	450	100 %
التعليم	مؤهل متوسط	23	15.3%	21	14.0%	18	12.0%	62	13.8%
	مؤهل جامعي	71	47.3%	125	83.3%	73	48.7%	269	59.8%
	مؤهل فوق جامعي	56	37.3%	4	2.7%	59	39.3%	119	26.4%
	الإجمالي	150	100 %	150	100 %	150	100 %	450	100 %
نوع التعليم	حكومي	87	58.0%	127	84.7%	140	93.3%	354	78.7%
	ديني	44	29.3%	0	.0%	0	.0%	44	9.8%
	خاص	14	9.3%	20	13.3%	7	4.7%	41	9.1%
	أجنبي	5	3.3%	3	2.0%	3	2.0%	11	2.4%
	الإجمالي	150	100 %	150	100 %	150	100 %	450	100 %
الحالة الاجتماعية	أعزب	93	62.0%	104	69.3%	127	84.7%	324	72.0%
	متزوج	57	38.0%	46	30.7%	23	15.3%	126	28.0%
	الإجمالي	150	100 %	150	100 %	150	100 %	450	100 %
المستوي الاقتصادي	منخفض	27	18.0%	7	4.7%	35	23.3%	69	15.3%
	متوسط	107	71.3%	109	72.7%	107	71.3%	323	71.8%
	مرتفع	16	10.7%	34	22.7%	8	5.3%	58	12.9%
	الإجمالي	150	100 %	150	100 %	150	100 %	450	100 %

أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء الإلكترونية (Online questionnaire) كأداة لجمع البيانات المطلوبة من المبحوثين عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، للوصول إلى ما يحقق أهداف الدراسة وما يتناسب مع طبيعتها بضرورة أن يكون المبحوثون من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي . ومنذ عام 1995 وهناك تزايد ملحوظ في استخدام الاستبيان الإلكتروني بمجال البحوث الاجتماعية والسلوكية، فهذه الأداة الجديدة المستخدمة في جمع البيانات عبر تفاعلات الإنترنت أنتجت عدد من المزايا والعيوب؛ فمن أهم مزاياها : الاتصال غير المتزامن، والمرونة، والانتشار الآلي الموثق عبر الأجهزة الإلكترونية [56]. وتم إجراء الاختبارات التالية لتأكد من صدق وثبات استمارة الاستبيان.

أولا: اختبار الصدق Validity: يقصد باختبار الصدق صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعني آخر صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوي الثقة فيما يتوصل إليه البحث من نتائج بح يث يمكن الانتقال منها إلي التعميم ، وبحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية وبحيث تعكس المعني الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية ويستعان في هذا الاختبار بعدد من المحكمين من خبراء البحوث في ضوء مشكلة الدراسة وأه دافها وفروضها وتساؤلاتها. ولتحقيق ذلك اعتمد الباحث علي معيار الصدق الظاهري فقام بعرض صحيفة الاستقصاء علي عدد من الأساتذة المحكمين في مجال الإعلام ومناهج البحث [*]، وبناء علي إرشاداتهم وتوصياتهم قام الباحث بإجراء التعديلات التي أشاروا بها.

ثانيا: الاختبار القبلي Pre Test: قام الباحث بإجراء اختبار قبلي لصحيفة الاستقصاء علي عينة قوامها (45) مفردة بما يمثل 10% من إجمالي العينة؛ للوقوف على مدى فهم واستيعاب المبحوثين لأسئلة الاستمارة، وبناء علي نتيجة هذا الاختبار الأولي تم تعديل صياغة أسئلة الاست مارة حتى تصبح جاهزة للتطبيق بما يخدم أغراض الدراسة، ويهدف هذا الاختبار القبلي إلي التأكد من وضوح أسئلة الاستمارة وسلاستها ومناسبتها لإجراء الدراسة.

ثالثا: اختبار الثبات Stability: ويقصد باختبار الثبات دقة القياس أو اتساقه، وهو مدي ثبات النتائج التي يتوصل إليها بتكرار القياس علي الخاصية ذاتها ويقدر الثبات بتحديد نسبة التغيير المنتظم في المقياس، والذي يقاس من خلال حساب مدي الارتباط بين درجات القياس التي يحصل عليها عبر التطبيقات المختلفة للمقياس فإذا كان الارتباط قويا كان المقياس أكثر ثباتا ، وتوجد عدة أساليب لتقدير مدي ثبات المقياس وهي (Test and Re-test)، تطبيق أشكال مختلفة للمقياس، وأساليب الاتساق الداخلي [57]. وفي هذه الدراسة تم الاعتماد علي أسلوب إعادة الاختبار (Test and Re-test)، حيث تم إعادة اختبار صحيفة الاستقصاء (بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول) علي عدد45 مفردة ممن أجريت عليهم الدراسة بما يمثل

10% من إجمالي العينة، وبإجراء معامل الارتباط بين نتائج الاختبار الأول والثاني تبين وجود نسبة ارتباط بلغت 0.94 وهي نسبة جيدة تشير إلي ثبات المق ياس وتدل علي عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين علي استمارة الاستبيان رغم مرور فترة زمنية علي إجاباتهم الأولي، وبناء علي ذلك فإن نسبة التطابق في الإجابات تشير إلي ثبات التطبيق بدرجة كبيرة وتسمح بالاطمئنان لتطبيق صحيفة الاستقصاء واستخدام وتعميم نتائجها.

المجال الزمني للدراسة:

بالنسبة للفترة الزمنية قام الباحث بجمع البيانات خلال الفترة من 2018/5/3 حتي 2018/6/30.

مفاهيم الدراسة:

التماس المعلومات : يعرف التماس المعلومات بأنه الاكتساب الهادف للمعلومات من خلال اختيار مصادر المعلومات المناسبة [58]، أو العملية التي يشارك من خلالها الفرد في البحث عن المعلومات والحصول عليها وتقييمها لاستخدامها بهدف اشباع الحاجة المعلوماتية المثارة؛ فهي عملية تفاعلية تعتمد على عدد من العوامل منها : مستوى الإدراك، المهارات والمعارف الخاصة، بالإضافة لتكنيكات حل المشكلات، كما أنها تتأث ر بالبيئة المعلوماتية التي يستخدمها الفرد واتجاهاته وتفضيلاته والمشكلات التي يتعرض لها [59]، فهي عملية ذهنية إدراكية تتفاعل فيها المعرفة المسبقة بمصادر المعلومات الحالية[60].

استراتيجيات التماس المعلومات : هي سلوك يتم عبر مجموعة من الإجراءات التي تُتخذ عند البحث عن المعلومات بأنماطه المختلفة، ويُنظر لكل إجراء من هذه الإجراءات باعتباره تكتيك، وهذه التكتيكات هي الخطوات السلوكية التي يقوم بها الفرد أثناء عملية البحث عن المعلومات[61].

مواقع التواصل الاجتماعي: social networking service هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين [62]، فهي أنظمة مرتبطة بنواة أو أكثر من الترابط الذى يشمل القيم، والرؤي، والأفكار المشتركة، والاتصال الاجتماعي، والصراع، والتبادلات المالية والتجارية، والعضوية المشتركة في المنظمات، والمجموعات المشاركة في حدث معين، وجوانب أخرى عديدة في علاقات الإنسان [63]، والمواقع المقصودة في هذه الدراسة هي : الفيسبوك وتويتر واليوتيوب والانستجرام وجوجل بلس والوتساب .. وغيرها.

الوعي الديني : يقصد بكلمة الوعي؛ أن يعي الإنسان الحديث وي حفظه يقال(وَعَى) الحديث (وَعَيا) حفظه، والوعي الديني إنما هو وعي بالذات وادراك ما في عمقها من دوافع وتحريرها من الجهالة والعبودية لغير الله[64]، ويعرف بأنه عميلة تنبيه فكر وايقاظ المشاعر وتحسين السلوك في شخصية الإنسان المسلم بشتى جوانبه

الإدراكية والعقائدية والعاطفية والحركية بتبني القيم والمبادئ الإسلامية وتعميقها وصياغة حياة الفرد وواقعه وضبطها مما يحسن علاقته بالله وبذاته ومجتمعه[65].

ثقافة التسامح ونبذ العنف : عرفت منظمة اليونسكو UDAP التسامح بأنه: "الاحترام والقبول والتقدير للتنوع الثري لثقافات عالمنا ولأ شكال التعبير، ولصفات الإنسانية لدينا، ويتعزز هذا التسامح بالمعرفة والانفتاح والاتصال وحرية الفكر والضمير والمعتقد، وأنه الوئام في سياق الاختلاف، وهو ليس واجبا أخلاقيا فحسب، إنما هو واجب سياسي وقانوني أيضا، والتسامح هو الفضيلة التي تيسر قيام السلام محل ثقافةالحرب "[66]، والتسامح إجرائيا هو قبول الآخر وغض النظر عن الزلات والهنات، والعفو عند المقدرة ومحاولة تجاهل سلبيات الآخرين ومسامحتهم بشكل كريم. وثقافة التسامح تعني ثقافة التعايش السلمي والتشارك المبنية على مبادئ الحرية والعدالة والديمقراطية والسلام والتضامن، وهي ثقافة ترفض العنف وتعمل لتثبيت الوقاية من النزاعات في منابعها وحل المشكلات عن طريق الحوار والتضامن[67].

مقاييس الدراسة:

- **مقياس التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي :** تم بناء هذا المقياس من سؤالين الأول يتكون من 3 عبارات، والثاني من 4 عبارات، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 6 عبارات (2: 7) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي : المستوي المنخفض (2: 3)، المستوي المتوسط (4: 5)، المستوي المرتفع (6: 7).

- **مقياس الدوافع النفعية :** تم بناء هذا المقياس من 9عبارات؛ حيث قدرت الإجابات موافق=1، محايد=0، معارض=-1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 19 درجة (-9: 9) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي: المستوي المنخفض (-9: -3)، المستوي المتوسط (-2: 3)، المستوي المرتفع (4: 9).

- **مقياس الدوافع الطقوسية :** تم بناء هذا المقياس من 6عبارات؛ حيث قدرت الإجابات موافق=1، محايد=0، معارض=-1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 13 درجة (-6: 6) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي: المستوي المنخفض (-6: -2)، المستوي المتوسط (-1: 2)، المستوي المرتفع (3: 6).

- **مقياس استراتيجية التصفح (مرحلة ما قبل الالتماس):** تم بناء هذا المقياس من 9عبارات؛ حيث قدرت الإجابات نادرا =1، أحيانا =2، دائما =3، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 19 درجة (9: 27) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي : المستوي المنخفض (9: 15)، المستوي المتوسط (16: 21)، المستوي المرتفع (22: 27).

- **مقياس استراتيجية البحث (مرحلة أثناء الالتماس):** تم بناء هذا المقياس من 10عبارات؛ حيث قدرت الإجابات نادرا =1، أحيانا=2، دائما=3، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 21 درجة (10: 30) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي : المستوي المنخفض (10: 16)، المستوي المتوسط (17: 23)، المستوي المرتفع (24: 30).

- **مقياس استراتيجية الرقابة أو الرصد (مرحلة ما بعد الالتماس):** تم بناء هذا المقياس من 17 عبارة؛ حيث قدرت الإجابات نادرا =1، أحيانا=2، دائما=3، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 35 درجة (من 17: 51) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي : المستوي المنخفض (17: 28)، المستوي المتوسط (29: 40)، المستوي المرتفع (41: 51).

- **مقياس التأثيرات المعرفية :** تم بناء هذا المقياس من 3عبارات؛ حيث قدرت الإجابات موافق=1، محايد=0، معارض=-1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 7 درجات (-3: 3) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي : المستوي المنخفض (-3: -1)، المستوي المتوسط (0: 1)، المستوي المرتفع (2: 3).

- **مقياس التأثيرات الوجدانية :** تم بناء هذا المقياس من 3عبارات؛ حيث قدرت الإجابات موافق=1، محايد=0، معارض=-1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 7 درجات (-3: 3) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي : المستوي المنخفض (-3: -1)، المستوي المتوسط (0: 1)، المستوي المرتفع (2: 3).

- **مقياس التأثيرات السلوكية :** تم بناء هذا المقياس من 3عبارات؛ حيث قدرت الإجابات موافق=1، محايد=0، معارض=-1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 7 درجات (-3: 3) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي: المستوي المنخفض (-3: -1)، المستوي المتوسط (0: 1)، المستوي المرتفع (2: 3).

- **مقياس الاتجاه نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية :** تم بناء هذا المقياس من 10عبارات؛ حيث قدرت الإجابات موافق =1، محايد=0، معارض=-1، وبالتالي فإن محصلة هذا ال مقياس تتكون من 21 درجة (-10: 10) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي : الاتجاه السلبي (-10: -4)، الاتجاه المحايد (-3: 3)، الاتجاه الإيجابي (4: 10).

- **مقياس الوعي الديني :** تم بناء هذا المقياس من 20عبارة؛ حيث قدرت الإجابة الصحيحة=1، الخاطئة =0، لا أعرف =0، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 21 درجة (0: 20) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي :

المستوي المنخفض (0: 6)، المستوي المتوسط (7: 13)، المستوي المرتفع (14: 20).

- **مقياس التسامح ونبذ العنف :** تم بناء هذا المقياس من 24عبارة؛ حيث قدرت الإجابات موافق=1، محايد=0، معارض=-1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 49درجة (-24: 24) تم تقسيمهم إلي ثلاثة مستويات علي النحو التالي: المستوي المنخفض (-24: -8)، المستوي المتوسط (-7: 8)، المستوي المرتفع (9: 24).

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة؛ قام الباحث بترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS". (Statistical Package for Social Science) وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنية Scale.

وتم تطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

-التكرارات البسيطة Frequency، والنسب المئوية Percent.

-المتوسط الحسابي Mean. الانحراف المعياري Std. Deviation.

-الوزن المرجح Weighted Arithmetic Mean: ويستخدم لقياس وزن المتغيرات الترتيبية على وجه التحديد، وذلك للتعرف على القيمة الترتيبية لكل متغير، عبر حساب متوسط القيم الترتيبية Ordinal.

-اختبار كا2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

-معامل التوافق (Contingency Coefficient) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كا2(Chi Square Test)، وهو يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.333، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.333: 0.666، وقوية إذا كانت أكثر من0.666.

-اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصارا باختبار "ت" أو (T- Test).

-اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصارا ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

-الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصارا باسم (LSD) لمعرفة مصدر الفروق والتباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت اختبار (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائيا بينها.

-معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة . وقد اعتبرت ال علاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.333، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.333: 0.666، وقوية إذا كانت أكثر من 0.666.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة : اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وبناء علي ذلك سيتم قبول نتائج الا ختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

متغيرات الدراسة:

جدول رقم (2)

يوضح متغيرات الدراسة

المتغير المستقل	المتغيرات الوسيطة	المتغيرات التابعة
معدل وأنماط واستراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي.	المتغيرات الديموجرافية للجمهور المصري وتشمل: (الجنسية، النوع، العمر، التعليم، المستوي الاجتماعي الاقتصادي).	- مستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي. - مستوي تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

نتائج الدراسة:

جدول (3)

معدل الحاجة	الجنسية						المجموع	
	مصري		سعودي		جزائري			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة ضعيفة	22	14.7%	30	20.0%	29	19.3%	81	18.0%
بدرجة متوسطة	66	44.0%	84	56.0%	80	53.3%	230	51.1%
بدرجة كبيرة	62	41.3%	36	24.0%	41	27.3%	139	30.9%
المجموع	150	100.0%	150	100.0%	150	100.0%	450	100.0%

توزيع عينة الدراسة وفقا لاحتياجاتهم لالتماس المعلومات الدينية

كا2= 11.954 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة = 0.018 معامل التوافق=0.161

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود حاجة ملحة لدى الشباب العربي تدفعهم لالتماس المعلومات الدينية من وسائل الإعلام لإشباع الحاجة المعلوماتية المثارة؛ حيث أشار ما يزيد عن نصف عينة الدراسة 51.1% أنهم يحتاجون للبحث عن المعلومات الدينية بدرجة متوسطة، وأشار 30.9% أنهم يحتاجون إليها بدرجة كبيرة، بينما أشار 18% من أفراد عينة الدراسة أن حاجتهم للبحث عن المعلومات الدينية ضعيفة.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنسية المبحوث والحاجة لالتماس المعلومات الدينية؛ حيث بلغت قيمة كا 2=11.954 وهي دالة عند مستوي معنوية =0.018، وقد بلغ معامل التوافق=0.161، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدول الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق بدرجة حاجتهم لالتماس المعلومات الدينية . وقد تنوعت المصادر التي يعتمد عليها الشباب العربي في الحصول علي المعلومات الدينية، والجدول التالي يوضح ذلك تفصيلا.

جدول (4)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمصادر التماس المعلومات الدينية

المصادر	الترتيب										الوزن المرجح	الرتبة
	الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الخامس			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الإنترنت	182	40.4	67	14.9	29	6.4	51	11.3	30	6.7	3.1044	1
الكتب	98	21.8	67	14.9	53	11.8	48	10.7	62	13.8	2.3889	2
التليفزيون	55	12.2	83	18.4	78	17.3	51	11.3	50	11.1	2.2067	3
إمام المسجد	58	12.9	39	8.7	43	9.6	59	13.1	54	12.0	1.6600	4
الأهل والأقارب	18	4.0	56	12.4	70	15.6	46	10.2	57	12.7	1.4956	5
الصحف	19	4.2	39	8.7	80	17.8	54	12.0	61	13.6	1.4667	6
الراديو	12	2.7	43	9.6	51	11.3	81	18.0	57	12.7	1.3422	7
الأصدقاء	8	1.8	56	12.4	46	10.2	60	13.3	79	17.6	1.3356	8
المجموع	450	100	450	100	450	100	450	100	450	100		

يتضح من بيانات الجدول السابق تنوع وتعدد مصادر التماس المعلومات الدينية لدي الشباب العربي؛ وهو ما يتفق مع نظرية التماس المعلومات التي تقترح أن وسائل الإعلام لا تتعارض مع بعضها البعض، وإنما تتكامل في عملية جمع المعلومات، ولكن الدوافع الكامنة لدي الأفراد هي التي تجعلهم يستخدمون وسيلة أكثر من وسيلة أخري، فيسعي الأفراد إلي استخدام وسيلة معينة جنبا إلي جنب مع وسائل أخرى لزيادة فهم القضايا المختلفة التي يسعون للحصول علي المعلومات عنها [68].

وتشير بيانات الجدول السابق أن شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) جاءت في مقدمة مصادر التماس المعلومات الدينية؛ حيث احتلت المرتبة الأولي بمتوسط وزن مرجح 3.1044، يليها الكتب الدينية في المرتبة الثانية بمتوسط وزن مرجح

2.3889، ثم التليفزيون في المرتبة الثالثة بمتوسط وزن مرجح 2.2067، ثم إمام المسجد في المرتبة الرابعة بمتوسط وزن مرجح 1.66، ثم الأهل والأقارب في المرتبة الخامسة بمتوسط وزن مرجح 1.4667، بينما جاء ت المصادر التالية : (الصحف، والراديو، والأصدقاء) في مؤخرة المصادر التي يعتمد عليها الشباب العربي في الحصول علي المعلومات الدينية بمتوسطات وزن مرجح 1.4667، 1.3422، 1.3356 لكل منهم علي التوالي.

جدول (5)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمعدل التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي

معدل الالتماس	الجنسية						المجموع	
	مصري		سعودي		جزائري			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	16	10.7%	31	20.7%	48	32.0%	95	21.1%
متوسط	84	56.0%	88	58.7%	70	46.7%	242	53.8%
مرتفع	50	33.3%	31	20.7%	32	21.3%	113	25.1%
المجموع	150	100.0%	150	100.0%	150	100.0%	450	100.0%

كا2= 24.475 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة = 0.000 معامل التوافق=0.227

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يؤكد ارتفاع دورها كمصدر معلوماتي قوي ومؤثر حول القضايا والأحداث الجارية وخاصة الموضوعات الدينية ، حيث جاء المستوي المتوسط في المقدمة بنسبة 53.8%، يليه المستوي المرتفع بنسبة 25.1%، بينما جاء المستوي المنخفض في المرتبة الأخيرة بنسبة 21.1%.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج كل من : أماني أشرف (2017)، نوره عبدالله (2014)، داليا المدبولى (2014)[(69)]، إيمان حسني (2012) حيث توصلت هذه الدراسات إلى ارتفاع معدل التماس الشباب للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي. وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنسية المبحوث ومعدل التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة كا 2=24.475 وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000، وقد بلغ معامل التوافق =0.227 أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدو ل الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق بمعدل التماسهم المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (6)

توزيع عينة الدراسة وفقا لتفضيلاتهم مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية

مواقع التواصل	درجة الاستخدام								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	دائما		أحيانا		لا استخدمها		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
يوتيوب	149	33.1	257	57.1	44	9.8	450	100	2.2333	.61260
فيسبوك	133	29.6	179	39.8	138	30.7	450	100	1.9889	.77681
تويتر	122	27.1	142	31.6	186	41.3	450	100	1.8578	.81590
جوجل بلس	61	13.6	223	49.6	166	36.9	450	100	1.7667	.67157
واتساب.	48	10.7	189	42.0	213	47.3	450	100	1.6333	.66824
انستجرام	44	9.8	177	39.3	229	50.9	450	100	1.5889	.66229
سناب شات.	33	7.3	145	32.2	272	60.4	450	100	1.4689	.62975
تليجرام	24	5.3	132	29.3	294	65.3	450	100	1.4000	.58944
لينكد إن	20	4.4	127	28.2	303	67.3	450	100	1.3711	.56833
فليكر	13	2.9	111	24.7	326	72.4	450	100	1.3044	.51975

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن موقع اليوتيوب جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب العربي في الحصول علي المعلومات الدينية؛ حيث احتل المرتبة الأولي بمتوسط حسابي 2.2333، يليه موقع الفيسبوك في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 1.9889، ثم موقع تويتر بمتوسط حسابي 1.8578، ثم جوجل بلس بمتوسط حسابي 1.7667، بينما جاء كل من تليجرام، ولينكد إن، وفليكر في المراتب الأخيرة بمتوسطات حسابية 1.4، 1.3711، 1.3044 لكل منهم علي التوالي.

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء أن الشبكات الاجتماعية ساهمت في تشكيل مجال عام افتراضي احتل مساحة واضحة من وقت وفكر ووجدان وعقول الشباب العربي، كما مكنتهم من التناول الجريء للقضايا المختلفة، ومع تطور وظهور عدد من التطبيقات الحديثة التي تستخدم عبر الهاتف المحمول؛ أتاحت للمستخدمين سهولة الوصول والتفاعل، بالإضافة إلى تعدد الأدوار والخدمات الأخرى التي تقدمها، إلى جانب ديناميكية تلك الشبكات، حيث يتم تحديث المعلومات والصور والأخبار المتنوعة بصورة مستمرة على مدار الساعة؛ وبالتالي فإن الشباب يستغرق معظم ساعات اليوم لمتابعة كل ما ينشر عبر صفحاتها حيث أصبحت تشكل ما يشبه الإدمان لمستخدميها.

وتختلف هذه النتيجة في جزء منها مع نتائج كل من : أماني أشرف (2017)، ممدوح شتلة وحنان كامل (2015)[70]، هالة كمال نوفل **(2014)**[71]، نوره عبدالله (2014)، إيمان حسني (2012) حيث توصلت هذه الدراسات إلى تصدر موقع الفيسبوك قائمة أهم وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدي الشباب.

جدول (7)

توزيع عينة الدراسة وفقا لخبرتهم في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لالتماس المعلومات الدينية

الخبرة	الجنسية						المجموع	
	مصري		سعودي		جزائري			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أستطيع التعامل مع جميع مواقع الشبكات الاجتماعية والوصول للمعلومات الدينية بسهولة وفي أقل وقت ممكن	97	64.7%	90	60.0%	88	58.7%	275	61.1%
أستطيع إلى حد ما الوصول للمعلومات التي أبحث عنها وأحيانا ألجأ للاستعانة بالأصدقاء	43	28.7%	47	31.3%	41	27.3%	131	29.1%
اجد صعوبة في الحصول علي المعلومات الدينية التي أبحث عنها	10	6.7%	13	8.7%	21	14.0%	44	9.8%
المجموع	150	100%	150	100%	150	100%	450	100%

كا2= 5.324 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة = 0.256 غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلي ارتفاع خبرة الشباب العربي في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي في حالة التماسهم للمعلومات الدينية ، ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء ارتفاع كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ؛ حيث أشار 61.1% من أفراد عينة الدراسة أن لديهم قدرة علي التعامل مع جميع مواقع الشبكات الاجتماعية والوصول للمعلومات الدينية بسهولة وفي أقل وقت ممكن، وأشار 29.1% أنهم يستطيعون إلى حد ما الوصول للمعلومات التي يبحثون عنها وأحيانا يلجئون للاستعانة بالأصدقاء، بينما أعرب 9.8% أنهم يجدون صعوبة في الحصول علي المعلومات الدينية التي يبحثون عنها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج كل من : أماني أشرف (2017)، (J. W Peterson, 2008)[72] حيث توصلت هذه الدراسات إلي ارتفاع خبرة المبحوثين في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي . وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغ ير جنسية المبحوث ودرجة الخبرة في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة كا2=5.324، عند مستوي معنوية =0.256، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدول الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق بمستوي خبرتهم في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (8)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمقياس دوافع التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي

الدوافع	المستوي						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	مرتفع		متوسط		منخفض	الإجمالي		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الدوافع النفعية	287	63.8	139	30.9	24	5.3	450	100	2.5844	.59187
الدوافع الطقوسية	96	21.3	214	47.6	140	31.1	450	100	1.9022	.71835

يتضح من بيانات الجدول السابق أن دوافع التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي هي في المقام الأول دوافع نفعية؛ حيث احتلت المقدمة بمتوسط حسابي 2.5844، بينما جاءت الدوافع الطقوسية في المؤخرة بمتوسط حسابي 1.9022، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن دوافع التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط اتصالي وإعلامي يرتبط بمجموعة من الدوافع النفعية المعرفية التي تجعل الشباب يشعرون بنوع من الإحساس بالذات، كما تزيد من معلوماتهم ومعارفهم الدينية، وانخفاض الدوافع الطقوسية لالتماس المعلومات الدينية من خلالها بهدف التسلية والمتعة والترفيه قد يرجع إلى طبيعة المحتوي الديني الذي لا يحتمل أي ن وع من أنواع الترفيه أو التسلية. والجدول التالي يوضح هذه الدوافع تفصيلا.

جدول (9)

توزيع عينة الدراسة وفقا لدوافع التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي

الدوافع	الاتجاه								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
لتنمية معارفي الدينية	345	76.7	76	16.9	29	6.4	450	100	.7022	.58202
الإلمام بالقضايا والأحداث الدينية الجارية	318	70.7	96	21.3	36	8.0	450	100	.6267	.62836
الحصول علي الفتاوي الدينية	275	61.1	120	26.7	55	12.2	450	100	.4889	.70386
الحصول علي الاستشارات العلمية	260	57.8	121	26.9	69	15.3	450	100	.4244	.74309
الاستماع للمحاضرات والدروس والخطب	242	53.8	147	32.7	61	13.6	450	100	.4022	.71602
تحميل الكتب والفيديوهات الدينية	220	48.9	155	34.4	75	16.7	450	100	.3222	.74361
للمشاركة بالمناقشة مع الآخرين	179	39.8	192	42.7	79	17.6	450	100	.2222	.72465
مصدر موثوق فيه لطلب العلوم الشرعية	164	36.4	188	41.8	98	21.8	450	100	.1467	.74964
تتيح لي الاختيار بين العديد من البدائل	164	36.4	178	39.6	108	24.0	450	100	.1244	.76829
الترويح عن النفس	123	27.3	200	44.4	127	28.2	450	100	-.0089	.74613
لتبادل الصور والفيديوهات مع الآخرين	139	30.9	163	36.2	148	32.9	450	100	-.0200	.79925
استخدمها بدافع الفضول	132	29.3	163	36.2	155	34.4	450	100	-.0511	.79786
للتعود	119	26.4	172	38.2	159	35.3	450	100	-.0889	.78182
لنسيان مشاكل الحياة اليومية	98	21.8	171	38.0	181	40.2	450	100	-.1844	.76635
لملء وقت الفراغ	91	20.2	150	33.3	209	46.4	450	100	-.2622	.77410

تشير بيانات الجدول السابق إلي تعدد وتنوع دوافع الشباب العربي عينة الدراسة لالتماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي، وقد جاء دافع (تنمية المعارف الدينية) في مقدمة الدوافع النفعية بمتوسط حسابي 0.7022، يليه دافع (الإلمام بالقضايا والأحداث الدينية الجارية) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 0.6267، ثم جاء دافع (الحصول علي الفتاوي الدينية) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 0.4889، بينما جاءت الدوافع التالية : (للمشاركة بالمناقشة مع الآخرين حول الموضوعات والأحداث الدينية، لأنها مصدر موثوق فيه لطلب العلوم الشرعية، لأنها تتيح لي الاختيار بين العديد من البدائل) في مؤخرة الدوافع النفعية. في حين جاء دافع (الترويح عن النفس) في مقدمة الدوافع الطقوسية بمتوسط حسابي - 0.0089، يليه دافع (تبادل الصور والفيديوهات الدينية مع الآخرين) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي - 0.02، ثم دافع الفضول في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي - 0.0511، بينما جاءت الدوافع التالية : (التعود، نسيان مشاكل الحياة اليومية، ملء وقت الفراغ) في مؤخرة الدوافع الطقوسية.

جدول (10)

توزيع عينة الدراسة وفقا لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية

درجة الأهمية	الجنسية						المجموع	
	مصري		سعودي		جزائري			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مصدر للمعلومات لكن يسبقها مصادر أخري أكثر أهمية	34	22.7%	60	40.0%	44	29.3%	138	30.7%
مصدر معلومات كأي مصدر آخر	43	28.7%	39	26.0%	44	29.3%	126	28.0%
مصدر مهم للمعلومات مع وجود مصادر أخري أقل أهمية	64	42.7%	47	31.3%	57	38.0%	168	37.3%
المصدر الأهم والوحيد للمعلومات الدينية	9	6.0%	4	2.7%	5	3.3%	18	4.0%
المجموع	150	100%	150	100%	150	100%	450	100%

كا2= 12.752 درجات الحرية=6 مستوى الدلالة = 0.047 معامل التوافق=0.166

يتضح من بيانات الجدول السابق أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول علي المعلومات الدينية التي يحتاج إليها الشباب العربي لإشباع حاجتهم المعرفية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من أوعية معلوماتية تتخذ أشكالاً متعددة ومتنوعة؛ بالإضافة إلى الإمكانيات اللامحدودة التي وفرتها شبكات التواصل الاجتماعي في الوصول إلى المزيد من المعلومات بإزاحة القيود المفروضة على مصادر المعلومات التقليدية، حيث أصبحت منبراً ذكياً يقدم المعلومات الفورية ومواكبة كل ما هو جديد على الساحة ، وأيضا منصة تفاعلية للمناقشة والحوار، إلى جانب توفيرها للاتصال التزامني عند الحصول على المعلومات ، فقد أشار 37.3% من أفراد عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدر مهم للمعلومات الدينية مع

وجود مصادر أخري أقل أهمية، في حين أشار 30.7% أنها مصدر للمعلومات لكن يسبقها مصادر أخري أكثر أهمية، بينما جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 28% اعتبارها مصدر للمعلومات الدينية كأي مصدر آخر، في حين أعرب 4% فقط من أفراد عينة الدراسة أنها المصدر الأهم والوحيد للمعلومات الدينية . وتتفق هذه النتيجة مع نتائج كل من: أماني أشرف (2017)، نوره عبدالله (2014) حيث توصلت هذه الدراسات إلى ارتفاع دور الشبكات الاجتماعية كمصدر معلوماتي قوي ومهم يعتمد عليه الشباب في استنباط المعلومات ومتابعة القضايا والأحداث الجارية .

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنسية المبحوث ودرجة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية؛ حيث بلغت قيمة كا 2=12.752 وهي دالة عند مستوي معنوية=0.047، وقد بلغ معامل التوافق =0.166، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدو ل الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية.

جدول رقم (11)

يوضح توزيع عينة الدراسة وفقا لأشكال المضامين الدينية التي يفضلونها

أشكال المضامين	الجنسية						المجموع	
	مصري		سعودي		جزائري			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الفيديو هات الدينية	30	20.0%	42	28.0%	32	21.3%	104	23.1%
المضامين الدينية المكتوبة	36	24.0%	28	18.7%	33	22.0%	97	21.6%
المضامين التي تجمع بين الاثنين	84	56.0%	80	53.3%	85	56.7%	249	55.3%
المجموع	150	100.0%	150	100.0%	150	100.0%	450	100.0%

كا2= 3.564 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة = 0.468 غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة 55.3% يفضلون المضامين الدينية التي تجمع بين المادة المكتوبة والفيديو هات، يليها في المرتبة الثانية الفيديو هات الدينية بنسبة 23.1%، ثم المضامين الدينية المكتوبة بنسبة 21.6%. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أميرة أحمد كوكش (2017) والتي توصلت إلي أن الفيديو هات تأتي في مقدمة الأشكال التي تجذب الشباب، بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة إيمان بوكدرون وأسماء حاج قويدر (2018) حيث توصلت إلي أن الشباب يفضل النصوص الدينية المكتوبة أكثر من الفيديو هات.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنسية المبحوث ودرجة تفضيل أشكال المضامين الدينية؛ حيث بلغت قيمة كا 2=3.564، عند مستوي معنوية =0.468، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدول الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق بتفضيلاتهم لأشكال المضامين الدينية المقدمة علي مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (12)

يوضح توزيع العينة وفقا للصفحات التي يعتمدون عليها أثناء التماس المعلومات الدينية

الصفحات		الجنسية			المجموع	كا2	درجة الحرية	مستوي المعنوية	معامل التوافق
		مصري	سعودي	جزائري					
صفحات المؤسسات الرسمية	ك	117	128	89	334	28.177	2	.000	.243
	%	78.0%	85.3%	59.3%	74.2%				
صفحات الدعاة والعلماء	ك	108	82	94	284	9.698	2	.008	.145
	%	72.0%	54.7%	62.7%	63.1%				
الصفحات غير الرسمية	ك	35	5	42	82	34.567	2	.000	.267
	%	23.3%	3.3%	28.0%	18.2%				
صفحات الأصدقاء	ك	28	9	32	69	15.508	2	.000	.183
	%	18.7%	6.0%	21.3%	15.3%				
المجموع	**ن**	150	150	150	450				

تشير بيانات الجدول السابق إلي إن صفحات المؤسسات الدينية الرسمية جاءت في مقدمة الصفحات التي يعتمد عليها الشباب العربي كمصدر لالتماس المعلومات الدينية؛ حيث احتلت المرتبة الأولي بنسبة 74.2%، يليها في المرتبة الثانية صفحات الدعاة والعلماء بنسبة 63.1%، ثم الصفحات الدينية غير الرسمية في المرتبة الثالثة بنسبة 18.2%، بينما جاءت صفح ات الأصدقاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 15.3%. وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنسية المبحوث ودرجة الاعتماد علي صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدول الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق بدرجة اعتمادهم علي بعض صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية.

جدول رقم (13)

يوضح توزيع العينة وفقا للمضامين الدينية التي يحرصون علي متابعتها

المضامين الدينية		الجنسية			المجموع	كا2	درجة الحرية	مستوي المعنوية	معامل التوافق
		مصري	سعودي	جزائري					
الفتاوي الدينية	ك	107	81	74	262	16.573	2	.000	.188
	%	71.3%	54.0%	49.3%	58.2%				
أخبار العالم الإسلامي	ك	91	70	59	220	14.105	2	.001	.174
	%	60.7%	46.7%	39.3%	48.9%				
السيرة النبوية	ك	55	76	58	189	7.061	2	.029	.124
	%	36.7%	50.7%	38.7%	42.0%				
التاريخ الإسلامي	ك	72	54	56	182	5.388	2	.068	-
	%	48.0%	36.0%	37.3%	40.4%				
التفسير	ك	58	43	55	156	3.709	2	.157	-
	%	38.7%	28.7%	36.7%	34.7%				
الأحاديث النبوية	ك	53	58	43	154	3.455	2	.178	-
	%	35.3%	38.7%	28.7%	34.2%				
المحاضرات والدروس الدينية	ك	54	31	57	142	12.491	2	.002	.164
	%	36.0%	20.7%	38.0%	31.6%				
الآراء والمقالات الإسلامية	ك	50	38	52	140	3.567	2	.168	-
	%	33.3%	25.3%	34.7%	31.1%				
الكتب الدينية	ك	46	26	24	96	11.758	2	.003	.160
	%	30.7%	17.3%	16.0%	21.3%				
المجموع	**ن**	150	150	150	450				

تشير بيانات الجدول السابق إلي إن الفتاوي والاستشارات الدينية جاءت في مقدمة المضامين التي يحرص الشباب العربي علي متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث احتلت المرتبة الأولي بنسبة 58.2%، يليها في المرتبة الثانية أخبار وأحداث العالم الإسلامي بنسبة 48.9%، ثم السيرة النبوية في المرتبة الثالثة بنسبة 42%، ثم التاريخ الإسلامي بنسبة 40.4%.

بينما جاءت المضامين التالية : (المحاضرات والدروس الدينية، الآراء والمقالات الإسلامية، الكتب الدينية) في مؤخ رة المضامين الدينية التي يحرص الشباب العربي علي متابعتها. وتختلف هذه النتائج مع دراسة إيمان بوكدرون وأسماء حاج قويدر (2018) والتي توصلت إلي أن الفتاوي الدينية تأتي في مؤخرة المضامين الدينية التي تثير إعجاب أفراد العينة.

جدول (14)

توزيع عينة الدراسة وفقا للإجراء المتبع قبل التماس المعلومات الدينية (استراتيجية التصفح)

الخطوات	درجة الاستخدام								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	دائما		أحيانا		نادرا		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
أقوم بالاطلاع على قائمة محركات البحث لاختيار أكثر الصفحات دقة وتخصص	259	57.6	130	28.9	61	13.6	450	100	2.4400	.72018
تحديد مواقع الشبكات الاجتماعية التي تهتم بتناول الموضوعات الدينية	228	50.7	177	39.3	45	10.0	450	100	2.4067	.66504
البحث عن الصفحات الدينية المتخصصة علي مواقع التواصل	233	51.8	136	30.2	81	18.0	450	100	2.3378	.76484
البحث عن الموضوعات الدينية مباشرة عبر مواقع وصفحات محددة سابقاً	179	39.8	220	48.9	51	11.3	450	100	2.2844	.65663
استخدم أول صفحة تظهر لي في محركات البحث	153	34.0	177	39.3	120	26.7	450	100	2.0733	.77629
تصفح مواقع وصفحات الشبكات الاجتماعية بشكل عشوائي	134	29.8	187	41.6	129	28.7	450	100	2.0111	.76526
استشارة الأصدقاء	87	19.3	183	40.7	180	40.0	450	100	1.7933	.74287
التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الدعاة والعلماء	110	24.4	133	29.6	207	46.0	450	100	1.7844	.81206
المشاركة فى غرف المناقشات التي تتعرض لموضوع البحث.	66	14.7	115	25.6	269	59.8	450	100	1.5489	.73631

تشير بيانات الجدول السابق إلي ارتفاع مستوي الوعي العام لدي الشباب العربي بخطوات مراحل ما قبل التماس المعلومات الدينية ، كما تشير إلى تنوع سلوك المبحوثين في مرحلة ما قبل التماس المعلومات الدينية ما بين مباشر وغير مباشر ؛ حيث جاءت خطوة أقوم بالاطلاع على قائمة محركات البحث لاختيار أكثر الصفحات دقة وتخصص في المقدمة بمتوسط حسابي 2.44، يليها خطوة تحديد مواقع الشبكات الاجتماعية التي تهتم بتناول الموضوعات الدينية في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.4067، يليها في المرتبة الثالثة خطوة البحث عن الصفحات الدينية المتخصصة علي مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 2.3378، ثم البحث عن الموضوعات الدينية مباشرة عبر مواقع وصفحات محددة سابقاً في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.2844، ثم استخدم أول صفحة تظهر لي في محركات ا لبحث في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.0733.

بينما جاءت الخطوات التالية : (تصفح مواقع وصفحات الشبكات الاجتماعية بشكل عشوائي، استشارة الأصدقاء، محاولة التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الدعاة وعلماء الدين، المشاركة في غرف المناقشات التي تتعرض لنفس موضوع البحث) في مؤخرة الإجراءات المتبعة قبل التماس المعلومات الدينية.

ويمكن تفسير تركز سلوكيات المبحوثين ما بين كونها متنوعة وعشوائية عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ما يلى : يرجع تنوع سلوك المبحوثين عند تصفح مواقع الشبكات الاجتماعية ما بين مباشر(مقصود) وغير مباشر(عشوائي) إلى خبرة المبحوثين في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة لكثافة تعرضهم لها، مما جعلهم أقرب إلى تحديد المصادر المراد البحث من خلالها عن المعلومات الدينية، وأبعد عن العشوائية في البحث عن المعلومات من مواقع الشبكات الا جتماعية، حيث يقوم المبحوثون في هذه المرحلة بتحديد الإطار العام للخطو ات المقبلة ومصادر المعلومات التي سيتم البحث من خلالها فيما بعد خلال مرحلة أثناء ا لالتماس.

كما يمكن تفسير عشوائية سلوك بعض المبحوثين عند تصفح مواقع الشبكات الاجتماعية في ضوء ما أكده نموذج Bates2002 بأن استراتيجية التصفح غالباً ما تكون عشوائية غير مباشرة؛ نتيجة لعدم وجود هدف محدد لدى المبحوثين عند تصفح مواقع الشبكات الاجتماعية أو اختيار مصادر محددة يمكن البحث من خلالها إلا أنها استراتيجية نشطة نتيجة لتفاعلهم مع مواقع الشبكات الاجتماعية[73].

وجاءت هذه النتيجة لتتفق مع نتائج كل من : أماني أشرف (2017)، نوره عبدالله (2014)، شريهان توفيق (2010) حيث توصلت هذه الدراسات إلى أن تحديد مجال البحث هو أهم خطوة يقوم بها المستخدم في مرحلة ما قبل الالتماس، بينما تختلف مع دراسة جيهان يحيى (2014)[74] التي توصلت إلى وجود عشوائية واضحة في سلوك المبحوثين أثناء مرحلة ما قبل الالتماس.

جدول (15)

توزيع عينة الدراسة وفقا للإجراء المتبع أثناء التماس المعلومات الدينية (استراتيجية البحث)

الخطوات	درجة الاستخدام								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	دائما		أحيانا		نادرا		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
اختار أجزاء من الموضوعات تتعلق بالمعلومة التى أبحث عنها لقراءتها بدقة	253	56.2	153	34.0	44	9.8	450	100	2.4644	.66729
أقراء معظم الموضوعات قراءة سريعة انتقائية	170	37.8	208	46.2	72	16.0	450	100	2.2178	.70103
قراءة الموضوعات بالكامل مع مشاهدة الصور والفيديوهات ومتابعة تعليقات الآخرين عليها	141	31.3	175	38.9	134	29.8	450	100	2.0156	.78245
استخدم الإشعارات للبحث عن الموضوعات والأحداث الدينية	139	30.9	162	36.0	149	33.1	450	100	1.9778	.80058
استخدم الروابط للانتقال إلى مواقع أخرى	124	27.6	192	42.7	134	29.8	450	100	1.9778	.75770
قراءة الموضوعات بالكامل دون متابعة التعليقات	96	21.3	228	50.7	126	28.0	450	100	1.9333	.69998
اكتفي بمشاهدة الصور والفيديوهات المتعلقة بالموضوع فقط	105	23.3	190	42.2	155	34.4	450	100	1.8889	.75279
اكتفي بقراءة عناوين الموضوعات فقط	89	19.8	210	46.7	151	33.6	450	100	1.8622	.71798
استخدم الهاشتاج للبحث عن الموضوعات والأحداث الدينية	95	21.1	114	25.3	241	53.6	450	100	1.6756	.80177
استخدم الشات للمناقشة مع الأصدقاء حول الموضوعات الدينية	77	17.1	101	22.4	272	60.4	450	100	1.5667	.76752

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود سلوك مخطط وواعي لدي الشباب العربي أثناء التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي، كما تشير إلي تعدد وتنوع سلوكيات الشباب أثناء بحثهم عن المعلومات الدينية وعدم تركزها في نمط واحد فقط بل اتخذت عدة أنماط مختلفة مما يدل على تعمق المبحوثين وتغلغلهم أثناء عملية الالتماس؛ حيث جاءت خطوة اختار أجزاء م ن الموضوعات تتعلق بالمعلومة التي أبحث عنها لقراءتها بدقة في المقدمة بمتوسط حسابي 2.4644، يليها قراءة معظم الموضوعات الدينية قراءة سريعة انتقائية في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.2178، ثم قراءة الموضوعات الدينية بالكامل مع مشاهدة الصور والفيديوهات ومتابعة تعليقات الآخرين عليها في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي

2.0156، بينما جاءت الخطوات التالية: (اكتفي بمشاهدة الصور والفيديوهات المتعلقة بالموضوع فقط، اكتفي بقراءة عناوين الموضوعات فقط، استخدم الهاشتاج للبحث عن الموضوعات والأحداث الدينية، استخدم الشات للمناقشة مع الأصدقاء حول الموضوعات الدينية) في مؤخرة الإجراءات المتبعة أثناء عملية التماس المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد يرجع تعدد سلوكيات المبحوثين أثناء بحثهم عن المعلومات الدينية من مواقع الشبكات الاجتماعية وارتفاع مستوى نشاطهم أثناء البحث إلى زيادة الوعى العام لديهم وخبرتهم وكثافة تعرضهم للشبكات الاجتماعية، وتصدر دوافعهم المعرفية عند البحث عن المعلومات الدينية، مما أدى بدوره إلى تعزيز القدرات البحثية لديهم أثناء الالتماس، وتوجيه عملية البحث نحو خطوات متجددة ومتعددة عبر اختيار مصادر المعلومات المناسبة، والاعتماد على أكثر من مصدر للتأ كد من صحة المعلومات المطلوبة، وهذا ما أكده أيضاً نموذج Bates2002 أن استراتيجية البحث هي استراتيجية ممنهجة وموجهة نحو هدف محدد وتعتمد على البحث المباشر عبر مصادر معلومات محددة وواضحة تم اختيارها، كما تتميز بأنها استراتيجية نشطة نتيجة لتفاعل المبحوثين مع مواقع الشبكات الاجتماعية وقنواتها المختلفة[75].

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من: أم الرزق محمود (2018)، أماني أشرف (2017)، شريهان توفيق (2009) التي توصلت هذه الدراسات إلى تنوع سلوكيات المبحوثين أثناء التماسهم للمعلومات من شبكة الإنترنت.

جدول (16)

توزيع عينة الدراسة وفقا للإجراء المتبع في حالة الحصول علي المعلومات الدينية المطلوبة

الخطوات	درجة الاستخدام								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	دائما		أحيانا		نادرا		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
التحقق من صحة المعلومات الدينية التى حصلت عليها من مصادر أخرى	287	63.8	132	29.3	31	6.9	450	100	2.5689	.61958
مقارنة المعلومات التى حصلت عليها بمعرفتى الدينية	289	64.2	120	26.7	41	9.1	450	100	2.5511	.65618
مناقشة المعلومات الدينية التي حصلت عليها مع الأصدقاء	182	40.4	197	43.8	71	15.8	450	100	2.2467	.70887
تحتفظ بعناوين الصفحات التي قمت بتصفحها.	157	34.9	160	35.6	133	29.6	450	100	2.0533	.80189
اقوم بنسخ الموضوعات وحفظها.	135	30.0	157	34.9	158	35.1	450	100	1.9489	.80619
اقوم بارساله إلى بعض الأصدقاء	90	20.0	196	43.6	164	36.4	450	100	1.8356	.73389
تنصح أصدقائك بزيارة تلك الصفحات.	92	20.4	186	41.3	172	38.2	450	100	1.8222	.74585
اقوم بمشاركة الموضوع علي صفحتي الشخصية.	87	19.3	166	36.9	197	43.8	450	100	1.7556	.75672
الوثوق بالمعلومات الدينية التى حصلت عليها دون الرجوع لمصادر أخرى	61	13.6	202	44.9	187	41.6	450	100	1.7200	.68831

يتضح من الجدول السابق ارتفاع مستوي الوعي العام لدي الشباب العربي بمراحل ما بعد التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي في حالة الحصول علي المعلومات المطلوبة، حيث تشير البيانات إلى تنوع أساليب تحقق المبحوثين من صحة المعلومات الدينية التي تم الحصول عليها، فقد جاءت جميع خطوات التحقق (النشطة المباشرة) في مرحلة ما بعد الالتماس بنسب مرتفعة ومتوسطات متقاربة، حيث جاءت خطوة التحقق من صحة المعلومات الدينية التي حصلت عليها من مصادر أخرى في المقدمة بمتوسط حسابي 2.5689، يليها مقارنة المعلومات التي حصلت عليها بمعرفتي الدينية في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.5511، ثم مناقشة المعلومات الدينية التي حصلت عليها مع الأصدقاء في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.2467، بينما جاءت خطوة الوثوق بالمعلومات الدينية التي حصلت عليها دون الرجوع لمصادر أخرى في المؤخرة بمتوسط حسابي 1.72.

ويرجع تنوع أساليب المبحوثين وارتفاع مستوى نشاطهم عند التحقق من صحة المعلومات الدينية التي حصلوا عليها من مواقع الشبكات الاجتماعية إلى ارتفاع الوعى الديني لديهم وعدم تبنيهم للمعلومات دون التأكد من صحتها، وتمتعهم باليقظة العقلية التي تدعم قدرتهم على النقد والتقييم والمقارنة والاستنتاج المنطقي، وهذا يدلل على أن خطوات المبحوثين في استراتيجية الرقابة هي خطوات نشطة متجددة باستمرار ولم تكن نمطية أو اعتيادية بالنسبة لهم، وبالتالي يكون للمعلومات التي تم التحقق منها في هذه المرحلة أثراً كبيراً عند استخدامها سواء على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، كما تميزت هذه الاستراتيجية بأنها استراتيجية نشطة نتيجة لتفاعل المبحوثين مع مصادر معلومات مختلفة عند التحقق من صحة المعلومات التي تم الحصول عليها من الشبكات الاجتماعية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جيهان يحيى **(2014)** التي توصلت إلى أن الجمهور لا يقوم بتبني المعلومات التي يجدها في وسائل الإعلام مباشرة دون تفكير، بل يقوم بنقد وتقييم المعلومات من خلال التفكير فيها ذاتياً وتقييمها منطقياً.

جدول (17)

توزيع عينة الدراسة وفقا للإجراء المتبع في حالة عدم الحصول علي المعلومات الدينية المطلوبة

الخطوات	درجة الاستخدام								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	دائما		احيانا		نادرا		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
أعيد صياغة السؤال عن المعلومة الدينية التي أبحث عنها	274	60.9	141	31.3	35	7.8	450	100	2.5311	.63678
أقوم بتكرار عملية البحث بطرق مختلفة	263	58.4	137	30.4	50	11.1	450	100	2.4733	.68743
أقوم بالبحث عبر مواقع إلكترونية اخرى.	243	54.0	129	28.7	78	17.3	450	100	2.3667	.76169
أقوم بالبحث عبر مصادر المعلومات الأخرى مثل الكتب والمجلات	192	42.7	168	37.3	90	20.0	450	100	2.2267	.75932
أتناقش مع الأصدقاء ذوى الخبرة عن كيفية الحصول على المعلومة	178	39.6	188	41.8	84	18.7	450	100	2.2089	.73470
اسأل إمام المسجد واستفسر منه عن المعلومة	117	26.0	132	29.3	201	44.7	450	100	1.8133	.82056
لا أقوم بتكرار عملية البحث عبر مواقع التواصل الاجتماعي	77	17.1	191	42.4	182	40.4	450	100	1.7667	.72268
احاول الاتصال باحد البرامج الدينية للاستفسار عن المعلومة	49	10.9	82	18.2	319	70.9	450	100	1.4000	.67735

تشير بيانات الجدول السابق إلي تعدد وتنوع سلوكيات الشباب في حالة عدم حصولهم علي المعلومات الدينية المطلوبة، وعدم تركزها في نمط واحد فقط بل اتخذت عدة أنماط مختلفة مما يدل على تعمق المبحوثين وارتفاع مستوي نشاطهم؛ حيث جاءت خطوة أعيد صياغة السؤال عن المعلومة الدينية التي أبحث عنها في المقدمة بمتوسط حسابي 2.5311، يليها في المرتبة الثانية أقوم بتكرار عملية البحث بطرق مختلفة بمتوسط حسابي 2.4733، ثم أقوم بالبحث عبر مواقع إلكترونية اخرى في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.2267، ثم أقوم بالبحث عبر مصادر المعلومات الأخرى مثل الكتب والمجلات في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.2267، ثم أتناقش مع الأصد قاء ذوى الخبرة عن كيفية الحصول على المعلومة في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.2089، بينما جاءت الخطوات التالية : (اسأل إمام المسجد واستفسر منه عن المعلومة، لا أقوم بتكرار عملية البحث عبر مواقع التواصل الاجتماعي، احاول الاتصال بأحد البرامج الدينية للاستفسار عن المعلومة) في مؤخرة الإجراءات التي يقوم بها الشباب العربي في حالة عدم الحصول علي المعلومات الدينية المطلوبة.

جدول (18)

توزيع العينة وفقا لمقاييس استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي

الاستراتيجية	المستوي								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	مرتفع		متوسط		منخفض		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
استراتيجية التصفح	68	15.1	319	70.9	63	14.0	450	100	2.0111	.54003
استراتيجية البحث	73	16.2	310	68.9	67	14.9	450	100	2.0133	.55823
استراتيجية الرقابة أو الرصد	117	26.0	296	65.8	37	8.2	450	100	2.1778	.55795

يتضح من بيانات الجدول السابق أن استراتيجية الرقابة أو الرصد (مرحلة ما بعد الالتماس) هي الاستراتيجية الأكثر نشاطاً وشيوعا؛ حيث جاءت في المقدمة بمتوسط حسابي 2.1778، يليها استراتيجية البحث (مرحلة أثناء الالتماس) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.0133، في حين جاءت استراتيجية التصفح (مرحلة ما قبل الالتماس) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2.0111. وقد اتفقت هذه النتيجة مع نموذج Bates 2002 في أن استراتيجية البحث والتصفح من الاستراتيجيات النشطة التي يتفاعل خلالها المستخدم مع مصادر المعلومات، واختلفت معها في اعتبار استراتيجية الرقابة أو الرصد استراتيجية سلبية لا يحتاج فيها المستخدم إلى أي نشاط تفاعلي [76]، إلا أن نتيجة الدراسة جاءت غير ذلك، فقد أثبتت النتائج أن استراتيجية الرقابة هي الأكثر نشاطاً من بين استراتيجيات الالتماس الأخرى. كما اختلفت مع دراسة (Tingting Jiang, 2010)[77] التي توصلت إلى

أن استراتيجية التصفح هي الاستراتيجية ا لأكثر شيوعاً ونشاطاً حيث جاءت في الترتيب الأول ، يليها استراتيجية البحث ، في حين جاءت استراتيجية الرقابة في الترتيب الأخير.

جدول (19)

توزيع العينة وفقا لمقاييس التأثيرات الناتجة عن التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل

التأثيرات الناتجة	المستوي								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	مرتفع		متوسط		منخفض		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
التأثيرات المعرفية	291	64.7	119	26.4	40	8.9	450	100	2.5578	.65222
التأثيرات الوجدانية	193	42.9	179	39.8	78	17.3	450	100	2.2556	.73356
التأثيرات السلوكية	116	25.8	203	45.1	131	29.1	450	100	1.9667	.74094

يتضح من بيانات الجدول السابق أن التأثيرات المعرفية الناتجة عن التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المقدمة بمتوسط حسابي 2.5578، وقد يرجع ذلك إلي تصدر الدوافع النفعية بهدف الفهم قائمة دوافع التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي، بينما جاءت التأثيرات الوجدانية في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.2556، في حين جاءت التأثيرات السلوكية في المؤخرة بمتوسط حسابي 1.9667.

وطبقا لبيانات ا لجدول رقم (37) فقد تمثلت التأثيرات المعرفية فيما يلي : (اكتسبت معلومات جديدة حول الموضوعات الدين ية، زادت من معرفتي بالموضوعات الدينية، ساعدتني على تكوين رؤية واضحة تجاه بعض الموضوعات الدينية). وتمثلت التأثيرات الوجدانية فيما يلي : (عززت بعض الأفكار والمعتقدات الدينية لدى، أرضت رغبتي في الحصول على المعلومات الدينية التي أريدها، عززت شعوري بالراحة والطم أنينة والسلام النفسي). بينما تمثلت التأثيرات السلوكية فيما يلي: (عبرت عن رأيي بحرية تامة، شاركت الأصدقاء بالمناقشة حول الموضوعات الدينية، شاركت في بعض الأنشطة والفاعليات الدينية).

جدول (20)

توزيع العينة وفقا لدرجة الثقة في المعلومات الدينية المقدمة علي مواقع التواصل الاجتماعي

درجة الثقة	الجنسية						المجموع	
	مصري		سعودي		جزائري			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
لا أثق فيها علي الإطلاق	12	8.0%	26	17.3%	47	31.3%	85	18.9%
أثق إلي حد ما	108	72.0%	105	70.0%	89	59.3%	302	67.1%
أثق بدرجة كبيرة	30	20.0%	19	12.7%	14	9.3%	63	14.0%
المجموع	150	100.0%	150	100.0%	150	100.0%	450	100.0%

كا2= 30.360 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة = 0.000 معامل التوافق=0.251

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود درجة من الثقة لدي الشباب العربي في المعلومات الدينية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث أشار 67.1% من أفراد عينة الدراسة إلي أنهم يثقون إلي حد ما في المعلومات الدينية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أشار 18.9% أنهم لا يثقون علي الإطلاق في تلك المعلومات، بينما أشار 14% أنهم يثقون بدرجة كبيرة في المعلومات الدينية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي . وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنسية المبحوث ودرجة الثقة في المعلومات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة كا 2=30.360 وهي دالة عند مستوي معنوية =0.000، وقد بلغ معامل التوافق =0.251 أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدول الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق بدرجة الثقة في المعلومات الدينية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (21)

توزيع العينة وفقا لمقياس الاتجاه نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية

الاتجاه	الجنسية						المجموع	
	مصري		سعودي		جزائري			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سلبي	7	4.7%	4	2.7%	16	10.7%	27	6.0%
محايد	92	61.3%	103	68.7%	92	61.3%	287	63.8%
إيجابي	51	34.0%	43	28.7%	42	28.0%	136	30.2%
المجموع	150	100.0%	150	100.0%	150	100.0%	450	100.0%

كا2= 10.583 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة = 0.032 معامل التوافق=0.152

تشير بيانات الجدول السابق إلي تصدر الاتجاه المحايد بنسبة 63.8%، يليه الاتجاه الإيجابي بنسبة 30.2%، بينما جاء الاتجاه السلبي في المؤخرة وبفارق كبير حيث حصل علي 6% فقط، ويعني ذلك إن الاتجاهات الإيجابية أكثر من الاتجاهات السلبية وأن أكثر من 30% من أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدر مهم من مصادر المعلومات الدينية . والجدول التالي رقم (22) يوضح ذلك تفصيلا.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنسية المبحوث والاتجاه نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية؛ حيث بلغت قيمة كا 2=10.583 وهي دالة عند مستوي معنوية=0.032، وقد بلغ معامل التوافق =0.152 أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المبح وثين في الدول الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية.

جدول (22)

توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية

العبارة	الاتجاه								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تعرض الموضوعات بشكل مبسط سهل الفهم	247	54.9	176	39.1	27	6.0	450	100	.4889	.60885
تتناول الموضوعات الدينية المرتبطة باهتمامات الناس وواقعهم المعاصر	237	52.7	194	43.1	19	4.2	450	100	.4844	.57875
تقدم الموضوعات الدينية بشكل مختصر ومفيد	247	54.9	168	37.3	35	7.8	450	100	.4711	.63688
تتيح لي التواصل المباشر مع من اثق فيهم من العلماء	194	43.1	189	42.0	67	14.9	450	100	.2822	.70814
مصدر مهم للمعلومات الدينية	172	38.2	207	46.0	71	15.8	450	100	.2244	.70051
تنشر أفكارا مضللة	146	32.4	240	53.3	64	14.2	450	100	.1822	.65911
تدعوا إلي أهداف وأغراض حزبية وسياسية	124	27.6	264	58.7	62	13.8	450	100	.1378	.62867
يغلب علي موضوعاتها روح التعصب	103	22.9	251	55.8	96	21.3	450	100	.0156	.66556
مصدر موثوق فيه	53	11.8	282	62.7	115	25.6	450	100	-.1378	.59594
تدعوا للتحزب والتفرق	57	12.7	234	52.0	159	35.3	450	100	-.2267	.65542

يتضح من بيانات الجدول السابق تصدر الاتجاه الإيجابي لدي الشباب العربي نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية؛ حيث جاءت العبارات الإيجابية في المقدمة، فقد جاءت عبارة (تعرض الموضوعات الدينية بشكل مبسط سهل الفهم) في المرتبة الأولي بمتوسط حسابي 0.4889، يليها في المرتبة الثانية عبارة (تتناول الموضوعات الدينية المرتبطة باهتمامات الناس وواقعهم المعاصر) بمتوسط حسابي 0.4844، ثم عبارة (تقدم الموضوعات الدينية بشكل مختصر ومفيد) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 0.4711، بينما جاءت العبارات التالية : (تنشر أفكارا مضللة، تدعوا إلي أهداف وأغراض حزبية وسياسية، يغلب علي موضوعاتها روح التعصب، مصدر موثوق فيه، تدعوا للتحزب والتفرق) في المؤخرة.

جدول (23)

توزيع العينة وفقا لمقياس مستوي الوعي الديني

مستوي الوعي الديني	الجنسية						المجموع	
	مصري		سعودي		جزائري			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	5	3.3%	1	.7%	14	9.3%	20	4.4%
متوسط	25	16.7%	62	41.3%	73	48.7%	160	35.6%
مرتفع	120	80.0%	87	58.0%	63	42.0%	270	60.0%
المجموع	150	100.0%	150	100.0%	150	100.0%	450	100.0%

كا2= 55.213 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة = 0.000 معامل التوافق=0.331

يتضح من الجدول السابق ارتفاع مستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي؛ حيث جاء ا لمستوي المرتفع في المقدمة بنسبة 60%، وجاء المستوي ا لمتوسط في المرتبة الثانية بنسبة 35.6%، بينما جاء المستوي المنخفض في الترتيب الأخير وبنسبة ضئيلة جدا بلغت 4.4% فقط. وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنسية المبحوث ومستوي الوعي الديني؛ حيث بلغت قيمة كا 2=55.213 وهي دالة عند مستوي معنوية =0.000، وقد بلغ معامل التوافق =0.331 أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدول الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق بمستوي الوعي الديني.

جدول (24)

مستوي التسامح	الجنسية						المجموع	
	مصري		سعودي		جزائري			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	1	.7%	0	.0%	0	.0%	1	.2%
متوسط	33	22.0%	54	36.0%	38	25.3%	125	27.8%
مرتفع	116	77.3%	96	64.0%	112	74.7%	324	72.0%
المجموع	150	100.0%	150	100.0%	150	100.0%	450	100.0%

توزيع العينة وفقا لمقياس تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف

كا2= 9.850 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة = 0.043 معامل التوافق=0.146

يتضح من الجدول السابق ارتفاع مستوي بتني ثقافة التسامح ونبذ العنف لدي الشباب العربي؛ حيث جاء المستوي المرتفع في المقدمة بنسبة 72%، وجاء المستوي المتوسط في المرتبة الثانية بنسبة 27%، بينما جاء المستوي المنخفض في الترتيب الأخير وبنسبة ضئيلة جدا بلغت 0.2% فقط. وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنسية المبحوث ومستوي التسامح ونبذ العنف؛ حيث بلغت قيمة كا2=9.85 وهي دالة عند مستوي معنوية=0.043، وقد بلغ معامل التوافق =0.146 أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدول الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق بمستوي التسامح ونبذ العنف.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب العربي ومعدل التماسهم للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (25)

يوضح دلالة الفروق بين الخصائص ومعدل التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل

المتغيرات الديموجرافية		العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	213	2.0000	.67691	T= 2.009	448	.045
	أنثي	237	2.1429	.67781			
الجنسية	مصري	150	2.2267	.62548	F = 9.784	2 447	.000
	سعودي	150	2.0000	.64506			
	جزائري	150	1.8933	.72489			
	المجموع	450	2.0400	.67945			

السن	من 18 إلي 23 عاما	203	2.0542	.62301	**F**=0.082	2 447	.921
	24 إلى 29 عاما	129	2.0310	.71740			
	من 30 إلى 35 عاما	118	2.0254	.73336			
	المجموع	450	2.0400	.67945			
التعليم	مؤهل متوسط	62	2.1935	.67359	**F** = 2.886	2 447	.050
	مؤهل جامعي	269	2.0483	.70280			
	مؤهل فوق جامعي	119	1.9412	.61471			
	المجموع	450	2.0400	.67945			
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	69	2.0435	.69525	**F**=115	2 447	.891
	متوسط	323	2.0464	.66944			
	مرتفع	58	2.0000	.72548			
	المجموع	450	2.0400	.67945			

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع (ذكر، أنثي) ومعدل التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت = 2.009، وهي دالة عند مستوي معنوية = 0.045، وقد جاءت الفروق لصالح الإناث، أي أن الإناث أكثر التماسا للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي من الذكور. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إيمان بوكدرون وأسماء حاج قويدر (2018) والتي توصلت أن الإناث أكثر اعتمادا علي موقع الفيس بوك كمصدر للفتاوي الدينية من الذكور الذين لهم احتكاك كبير بالمساجد والأئمة حي ث يتلقون المعلومات الدينية منهم، و بالتالي فإن الإناث أكثر تأثرا بالمعلومات الدينية المقدمة علي الفيس بوك من الذكور.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنسية ومعدل التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف = 9.784، وهي دالة عند مستوي معنوية = 0.000، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدول الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق بمعدل التماسهم المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي . ولمعرفة مصدر الفروق تم إجراء الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة (LSD) وأوضحت النتائج أن الفرق المعنوي الدال إحصائيا ناتج عن الفروق بين متوسطات التماس المصريين ومتوسطات التماس السعوديين والجزائريين، وقد جاءت الفروق لصالح المصريين، ويعبر ذلك عن أن المصريين كانوا أكثر التماسا للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الا جتماعي من السعوديين والجزائريين . وتختلف هذه النتيجة مع تقرير موقع interface media والذي أشار إلي أن الجزائريين هم الأكثر اهتماما ومتابعة للمحتوي الديني الإسلامي علي شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك مقارنة بالشعوب الإسلامية الأخرى[78].
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر ومعدل التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت ف =0.082، عند مستوي معنوية=0.921، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين

الفئات العمرية المختلفة فيما يتعلق بمعدل التماس المعلوم ات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي.

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التعليم ومعدل التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف = 2.886، وهي دالة عند مستوي معنوية = 0.050، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المستويات التعليمية المختلفة فيما يتعلق بمعدل التماسهم المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي . ولمعرفة مصدر الفروق تم إجراء الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة (LSD) وأوضحت النتائج أن الفرق المعنوي الدال إحصائيا ناتج عن الفروق بين متوسطات التماس أصحاب المؤهل المتوسط ومتوسطات التماس أصحاب المؤهل فوق الجامعي، وقد جاءت الفروق لصالح المؤهل المتوسط، ويعبر ذلك عن أن أصحاب المؤهل المتوسط كانوا أكثر التماسا للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي من أصحاب المؤهل فوق الجامعي .

-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغ ير المستوي الاقتصادي الاجتماعي ومعدل التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت ف=0.115، عند مستوي معنوية =0.891، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة فيما يتعلق بمعدل التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي.

بناء علي ما سبق يثبت جزئيا صحة الفرض الرئيس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب العربي ومعدل التماسهم للمعلومات الدنية من مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

جدول (26)

يوضح العلاقة بين درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة

التأثيرات الناتجة		درجة الاعتماد
التأثيرات المعرفية	معامل الارتباط	.414
	مستوي الدلالة	.000
	العدد	450
التأثيرات الوجدانية	معامل الارتباط	.323
	مستوي الدلالة	.000
	العدد	450
التأثيرات السلوكية	معامل الارتباط	.270
	مستوي الدلالة	.000
	العدد	450

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية والتأثيرات (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد، ويمكن تفصيل ذلك علي النحو التالي:

- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا الاعتماد ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.414، وهي دالة عند مستوي معنوية =0.000. أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية زادت التأثيرات المعرفية الناتجة، والعكس صحيح.

- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية والتأثير ات الوجدانية الناتجة عن هذا الاعتماد، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.323، وهي دالة عند مستوي معنوية =0.000. أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية زادت التأثيرات الوجدانية الناتجة، والعكس صحيح.

- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.270، وهي دالة عند مستوي معنوية =0.000. أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية زادت التأثيرات السلوكية الناتجة، والعكس صحيح.

وبذلك يثبت صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد . وتتفق هذه النتيجة مع الفكرة الجوهرية التي تقوم عليها نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام، حيث تفترض أنه كلما زاد إدراك الفرد لقدرة وسيلة إعلامية ما علي تلبية احتياجاته، زاد اعتماده عليها؛ وبالتالي زادت قوة تأثيرها في تفكيره وقناعته، وتوجهاته، وسلوكه، ليس فقط علي المستوي الفردي، وإنما أيضا علي مستوي علاقته بالمجتمع الذي يعيش فيه، تلك[79].

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم.

جدول (27)

يوضح العلاقة بين معدل التماس المعلومات ومستوي الوعي الديني

		معدل الالتماس
مستوي الوعي الديني	معامل الارتباط	.102
	مستوي الدلالة	.030
	العدد	450

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.102، وهي دالة عند مستوي معنوية =0.030. أي أنه كلما زاد معدل التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي زاد الوعي الديني، وكلما قل معدل الالتماس قل الوعي الديني.

وبذلك يثبت صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم.

الفرض الرابع : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف .

جدول (28)

يوضح العلاقة بين معدل التماس المعلومات وتبني ثقافة التسامح

		معدل الالتماس
مستوي ثقافة التسامح	معامل الارتباط	.117
	مستوي الدلالة	.013
	العدد	450

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.117، وهي دالة عند مستوي معنوية =0.013. أي أنه كلما زاد معدل التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي زاد مستوي تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف، وكلما قل معدل الالتماس قل مستوي تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

وبذلك يثبت صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

الفرض الخامس : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دو افع التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم.

جدول (29)

يوضح العلاقة بين دوافع التماس المعلومات الدينية ومستوي الوعي الديني

الدوافع		الوعي الديني
الدوافع النفعية	معامل الارتباط	.144
	مستوي الدلالة	.002
	العدد	450
الدوافع الطقوسية	معامل الارتباط	-.062
	مستوي الدلالة	.190
	العدد	450

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع النفعية لالتماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.144، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.002. أي أنه كلما زادت الدوافع النفعية لالتماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي زاد مستوي الوعي الديني، وكلما قلت الدوافع النفعية قل مستوي الوعي الديني.

بينما تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية لالتماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.062، عند مستوي معنوية=0.190. وهي غير دالة.

وبذلك يثبت جزئيا صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي و تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

جدول (30)

يوضح العلاقة بين دوافع التماس المعلومات الدينية وتبني ثقافة التسامح

الدوافع		ثقافة التسامح
الدوافع النفعية	معامل الارتباط	.214
	مستوي الدلالة	.000
	العدد	450
الدوافع الطقوسية	معامل الارتباط	.116
	مستوي الدلالة	.014
	العدد	450

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع النفعية لالتماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.214، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زادت الدوافع النفعية لالتماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي زاد مستوي ثقافة التسامح ونبذ العنف، وكلما قلت الدوافع النفعية قل مستوي ثقافة التسامح . كما ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية لالتماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي ثقافة التسامح لديهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.116، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.014. أي أنه كلما زادت الدوافع الطقوسية لالتماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي زاد مستوي ثقافة التسامح ونبذ العنف، وكلما قلت الدوافع الطقوسية قل مستوي ثقافة التسامح.

وبذلك يثبت صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لديهم.

جدول (31)

يوضح العلاقة بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية ومستوي الوعي الديني

استراتيجيات الالتماس		الوعي الديني
استراتيجية التصفح	معامل الارتباط	.145
	مستوي الدلالة	.002
	العدد	450
استراتيجية البحث	معامل الارتباط	.154
	مستوي الدلالة	.001
	العدد	450
استراتيجية الرقابة	معامل الارتباط	.355
	مستوي الدلالة	.000
	العدد	450

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني، ويمكن تفصيل ذلك علي النحو التالي:

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية التصفح (مرحلة ما قبل التماس المعلومات) ومستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.145، وهي دالة عند مستوي

معنوية=0.002. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة ما قبل التماس المعلومات زاد مستوي الوعي الديني.

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية البحث (مرحلة أثناء التماس المعلومات) ومستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.154، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.001. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة أثناء التماس المعلومات زاد مستوي الوعي الديني.

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية الرقابة أو الرصد (مرحلة ما بعد التماس المعلومات) ومستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.355، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة ما بعد التماس المعلومات زاد مستوي الوعي الديني.

وبذلك يثبت صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني.

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي و تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

جدول (32)

يوضح العلاقة بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية وتبني ثقافة التسامح

استراتيجيات الالتماس		ثقافة التسامح
استراتيجية التصفح	معامل الارتباط	.102
	مستوي الدلالة	.031
	العدد	450
استراتيجية البحث	معامل الارتباط	.097
	مستوي الدلالة	.040
	العدد	450
استراتيجية الرقابة	معامل الارتباط	.126
	مستوي الدلالة	.008
	العدد	450

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي و تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف لدي الشباب العربي، ويمكن تفصيل ذلك علي النحو التالي:

- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية التصفح (مرحلة ما قبل التماس المعلومات) وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف لدي الشباب العربي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.102، وهي دالة عند

مستوي معنوية=0.031. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة ما قبل التماس المعلومات زاد مستوي ثقافة التسامح ونبذ العنف.

- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية البحث (مرحلة أثناء التماس المعلومات) وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.097، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.040. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة أثناء التماس المعلومات زاد مستوي ثقافة التسامح ونبذ العنف.

- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية الرقابة أو الرصد (مرحلة ما بعد التماس المعلومات) وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف لدي الشباب العربي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.126 وهي دالة عند مستوي معنوية=0.008. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة ما بعد التماس المعلومات زاد مستوي ثقافة التسامح ونبذ العنف.

وبذلك يثبت صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

الفرض التاسع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة من هذا الالتماس.

جدول (33)

يوضح العلاقة بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية والتأثيرات الناتجة

استراتيجيات الالتماس		التأثيرات الناتجة		
		التأثيرات المعرفية	التأثيرات الوجدانية	التأثيرات السلوكية
استراتيجية التصفح	معامل الارتباط	.237	.194	.196
	مستوي الدلالة	.000	.000	.000
	العدد	450	450	450
استراتيجية البحث	معامل الارتباط	.206	.253	.416
	مستوي الدلالة	.000	.000	.000
	العدد	450	450	450
استراتيجية الرقابة	معامل الارتباط	.280	.325	.370
	مستوي الدلالة	.000	.000	.000
	العدد	450	450	450

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة عن هذا الالتماس، ويمكن تفصيل ذلك كما يلي:

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية التصفح (مرحلة ما قبل التماس المعلومات) والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا الالتماس، حيث

بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.237، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة ما قبل التماس المعلومات زادت التأثيرات المعرفية.

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية التصفح (مرحلة ما قبل التماس المعلومات) والتأثيرات الوجدانية الناتجة عن هذا الالتماس، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.194، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة ما قبل التماس المعلومات زادت التأثيرات الوجدانية.

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية التصفح (مرحلة ما قبل التماس المعلومات) والتأثيرات السلوكية الناتجة عن هذا الالتماس، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.196، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة ما قبل التماس المعلومات زادت التأثيرات السلوكية.

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية البحث (مرحلة أثناء التماس المعلومات) والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا الا لتماس، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.206، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة أثناء التماس المعلومات زادت التأثيرات المعرفية.

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية البحث (مرحلة أثناء التماس المعلومات) والتأثيرات الوجدانية الناتجة عن هذا الالتماس، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.253، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة أثناء التماس المعلومات زادت التأثيرات الوجدانية.

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية البحث (مرحلة أثناء التماس المعلومات) والتأثيرات السلوكية الناتجة عن هذا الالتماس، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.416، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة أثناء التماس المعلومات زادت التأثيرات السلوكية.

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية الرقابة أو الرصد (مرحلة ما بعد التماس المعلومات) والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا الالتماس، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.280، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة ما بعد التماس المعلومات زادت التأثيرات المعرفية.

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية الرقابة أو الرصد (مرحلة ما بعد التماس المعلومات) والتأثيرات الوجدانية الناتجة عن هذا

الالتماس، حيث بلغت قيم ة معامل ارتباط بيرسون =0.325، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة ما بعد التماس المعلومات زادت التأثيرات الوجدانية.

-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية الرقابة أو الرصد (مرحلة ما بعد التماس المعلومات) والتأثيرات السلوكية الناتجة عن هذا الالتماس، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.370، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زاد نشاط الشباب العربي في مرحلة ما بعد التماس المعلومات زادت التأثيرات السلوكية.

بناء علي ما سبق يثبت صحة الفرض الر ئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة عن هذا الالتماس.

الفرض الـعاشر: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف لديهم.

جدول (34)

يوضح العلاقة بين مستوي الوعي الديني وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف

		ثقافة التسامح ونبذ العنف
مستوي الوعي الديني	معامل الارتباط	.824
	مستوي الدلالة	.000
	العدد	450

تشير بيا نات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين مستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي و تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف لديهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =0.224، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.000. أي أنه كلما زاد مستوي الوعي الديني لدي الشباب العر بي زاد مستوي تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف . وبذلك يثبت صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف لديهم.

الفرض الحادي عشر: يختلف مستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي باختلاف خصائصهم الديموجرافية.

جدول (35)

يوضح دلالة الفروق بين الخصائص الديموجرافية ومستوي الوعي الديني

المتغيرات الديموجرافية		العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	213	2.4601	.63287	T= 3.347	448	.001
	أنثي	237	2.6414	.51468			
الجنسية	مصري	150	2.7667	.49720	F= 23.887	2 447	.000
	سعودي	150	2.5733	.50959			
	جزائري	150	2.3267	.63981			
	المجموع	450	2.5556	.58013			

السن	من 18 إلي 23 عاما	203	2.5813	.54231	**F**= 1.891	2 447	.152
	24 إلى 29 عاما	129	2.4729	.62597			
	من 30 إلى 35 عاما	118	2.6017	.58675			
	المجموع	450	2.5556	.58013			
التعليم	مؤهل متوسط	62	2.2742	.70523	**F**= 9.344	2 447	.000
	مؤهل جامعي	269	2.5799	.54476			
	مؤهل فوق جامعي	119	2.6471	.54599			
	المجموع	450	2.5556	.58013			
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	69	2.4783	.63266	**F**= 1.472	2 447	.231
	متوسط	323	2.5542	.57861			
	مرتفع	58	2.6552	.51476			
	المجموع	450	2.5556	.58013			

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع (ذكر، أنثي) ومستوي الوعي الديني، حيث بلغت قيمة ت = 3.347، وهي دالة عند مستوي معنوية = 0.001، وقد جاءت الفروق لصالح الإناث، أي أن مستوي الوعي الديني لدي الإناث أعلي من الذكور.

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنسية ومستوي الوعي الديني، حيث بلغت قيمة ف= 23.887، وهي دالة عند مستوي معنوية = 0.000، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدول الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق بمستوي الوعي الديني لديهم . ولمعرفة مصدر الفروق تم إجراء الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة (LSD) وأوضحت النتائج أن الفرق المعنوي الدال إحصائيا ناتج عن الفروق بين متوسطات مستوي الوعي الديني لدي المصريين ومتوسطات الوعي الديني لدي السعوديين والجزائريين، وقد جاءت الفروق لصالح المصريين، ويعبر ذلك عن أن الوعي الديني لدي المصريين أعلي من السعوديين والجزائريين . كما تبين وجود فروق بين السعوديين والجزائريين وجاءت الفروق لصالح السعوديين.

-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر ومستوي الوعي الديني، حيث بلغت ف=1.891، عند مستوي معنوية=0.152، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات و اضحة بين الفئات العمرية المختلفة فيما يتعلق بمستوي الوعي الديني.

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التعليم ومستوي الوعي الديني، حيث بلغت قيمة ف = 9.344، وهي دالة عند مستوي معنوية = 0.000، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المستويات التعليمية المختلفة فيما يتعلق بمستوي الوعي الديني لديهم . ولمعرفة مصدر الفروق تم إجراء الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة (LSD) وأوضحت النتائج أن الفرق المعنوي الدال إحصائيا ناتج عن الفروق بين متوسطات أصحاب المؤهل فوق الجامعي والمؤهل الجامعي ومتوسطات أصحاب المؤهل المتوسط ، وقد جاءت الفروق لصالح المؤهل فوق الجامعي والمؤهل الجامعي ، ويعبر ذلك عن أن

الوعي الديني لدي أصحاب المؤهل المتوسط أقل من المستويات التعليمية الأخرى.

-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوي الاقتصادي ا لاجتماعي ومستوي الوعي الديني، حيث بلغت ف =1.472، عند مستوي معنوية =0.231، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة فيما يتعلق بمستوي الوعي الديني.

بناء علي ما سبق يثبت جزئيا صحة الفرض الرئيس القائل ب وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب العربي ومستوي الوعي الديني.

الفرض الثاني عشر: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب العربي وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

جدول (36)

يوضح دلالة الفروق بين الخصائص الديموجرافية وتبني ثقافة التسامح

المتغيرات الديموجرافية		العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	213	2.6620	.48400	**T**= 2.478	448	.014
	أنثي	237	2.7679	.42305			
الجنسية	مصري	150	2.7667	.43990	**F**= 3.388	2 447	.035
	سعودي	150	2.6400	.48161			
	جزائري	150	2.7467	.43638			
	المجموع	450	2.7178	.45550			
السن	من 18 إلي 23 عاما	203	2.6946	.46172	**F**= 514	2 447	.599
	24 إلى 29 عاما	129	2.7442	.45551			
	من 30 إلى 35 عاما	118	2.7288	.44647			
	المجموع	450	2.7178	.45550			
التعليم	مؤهل متوسط	62	2.5161	.50382	**F**=13.255	2 447	.000
	مؤهل جامعي	269	2.6989	.46765			
	مؤهل فوق جامعي	119	2.8655	.34258			
	المجموع	450	2.7178	.45550			
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	69	2.7246	.44997	**F**=629	2 447	.534
	متوسط	323	2.7276	.45282			
	مرتفع	58	2.6552	.47946			
	المجموع	450	2.7178	.45550			

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع (ذكر، أنثي) وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف، حيث بلغت قيمة ت = 2.478، وهي دالة عند مستوي

معنوية= 0.014، وقد جاءت الفروق لصالح الإناث، أي أن الإناث أكثر تسامحا ونبذا للعنف من الذكور. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Macsaskill (2003)[80] حيث توصلت إلي أن الإناث أكثر تسامحا من الذكور رغم ت ساوي الجنسين في درجة الوجع والألم، أما فيما يتعلق بالعوامل الشخصية وأنواع النزوات العدوانية تبين وجود فروق دالة إحصائيا بين الجنسين لصالح الذكور من حيث السعي إلي الانتقام. بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة أميرة أحمد كوكش (2017) والتي توصلت إلي عدم وجود فرو ق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بثقافة التسامح.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنسية وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف، حيث بلغت قيمة ف = 3.388، وهي دالة عند مستوي معنوية = 0.035، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الدول الثلاث عينة الدراسة فيما يتعلق بتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف لديهم. ولمعرفة مصدر الفروق تم إجراء الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة (LSD) وأوضحت النتائج أن الفرق المعنوي الدال إحصائيا ناتج عن الفروق بين متوسطات مستوي ثقافة التسامح ونبذ العنف لدي المصريين والجزائريين ومتوسطات السعوديين، وقد جاءت الفروق لصالح المصريين والجزائريين، ويعبر ذلك عن أن المصريين والجزائريين أكثر تسامحا ونبذا للعنف من السعوديين.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر و تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف، حيث بلغت ف =0.514، عند مستوي معنوية =0.599، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الفئات العمرية المختلفة فيما يتعلق بمستوي ثقافة التسامح ونبذ العنف.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التعليم و تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف، حيث بلغت قيمة ف= 13.255، وهي دالة عند مستوي معنوية= 0.000، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين المستويات التعليمية المختلفة فيما يتعلق بمستوي ثقافة التسامح ونبذ العنف لديهم . ولمعرفة مصدر الفروق تم إجراء الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة (LSD) وأوضحت النتائج أن الفرق المعنوي الدال إحصائيا ناتج عن الفروق بين متوسطات أصحاب المؤهل فوق الجامعي ومتوسطات أصحاب المؤهل الجامعي والمتوسط، وقد جاءت الفروق لصالح المؤهل فوق الجامعي، ويعبر ذلك عن أن أصحاب المؤهل فوق الجامعي أكثر تسامحا ونبذا للعنف م ن المستويات التعليمية الأخرى ، كما تبين وجود فروق دالة إحصائيا بين المؤهل الجامعي والمؤهل المتوسط لصالح الجامعي، ويعبر ذلك عن أن أصحاب المؤهل الجامعي أكثر تسامحا ونبذا للعنف من أصحاب المؤهل المتوسط.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الم ستوي الاقتصادي الاجتماعي وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف، حيث بلغت ف =0.629، عند مستوي معنوية=0.534، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين

المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة فيما يتعلق بمستوي ثقافة التسامح ونبذ العنف لديهم.

بناء علي ما سبق يثبت جزئيا صحة الفرض الرئيس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب العربي و تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

الخلاصة والتوصيات:

استهدفت الدراسة فحص العلاقة بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي، وكذلك التعرف علي مدي قدرة هذه المواقع علي حث الشباب العربي علي نبذ العنف وتبني ثقافة التسامح، باعتباره جزءا أساسيا من الو عي الديني، فالتسامح ونبذ العنف هدف رئيس للأديان السم اوية. اعتمدت الدراسة في إطارها النظري وبناء مقاييسها علي نظريتين في مجال الاتصال هما : نظرية التماس المعلومات، ونظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام، و استخدمت منهج المسح ، وصحيفة الاستقصاء الإلكترونية كأداة لجمع البيانات من عينة حصصية بلغ قوامها 450 مفردة من الشباب العربي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي موزعة بالتساوي علي ثلاث دول عربية هي : (مصر، السعودية، الجزائر) بواقع 150 مفردة لكل منهم، وأجريت الدراسة خلال الفترة من 2018/5/3 حتي 2018/6/30. وخلصت إلي عدة نتائج أهمها:

-تنوع وتعدد مصادر التماس المعلومات الدينية لدي الشباب العربي؛ وهو ما يتفق مع نظرية التماس المعلومات التي تقترح أن وسائل الإعلام لا تتعارض مع بعضها البعض، وإنما تتكامل في عملية جمع المعلومات، وجاء (الإنترنت) في مقدمة مصادر التماس المعلومات الدينية، يليها الكتب الدينية، ثم التليفزيون، ثم إمام المسجد.

-ارتفاع معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يؤكد ارتفاع دورها كمصدر معلوماتي قوي ومؤثر حول القضايا والأحداث الجارية وخاصة الموضوعات الدينية.

-جاء موقع اليوتيوب في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب العربي في الحصول علي المعلومات الدينية، يليه موقع الفيسبوك، ثم موقع تويتر، ثم جوجل بلس.

-أن دوافع التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي هي في المقام الأول دوافع نفعية.

-ارتفاع مستوي الوعي العام لدي الشباب العربي بخطوات مراحل التماس المعلومات الدينية، حيث تنوع سلوك المبحوثين في مرحلة ما قبل التماس المعلومات الدينية ما

بين مباشر وغير مباشر . وكذلك وجود سلوك مخطط وواعي لدي الشباب العربي أثناء الالتماس، حيث تعددت سلوكيات الشباب أثناء بحثهم عن المعلومات الدينية وعدم تركزها في نمط واحد فقط، بل اتخذت عدة أنماط مختلفة مما يدل على تعمق المبحوثين وتغلغلهم أثناء عملية الالتماس . كما تنوعت أساليب تحقق المبحوثين من صحة المعلومات الدينية التي تم الحصول عليها في مرحلة ما بعد الالتماس.

-أن استراتيجية الرقابة أو الرصد (مرحلة ما بعد الالتماس) هي الاستراتيجية الأكثر نشاطاً وشيوعا، يليها استراتيجية البحث (مرحلة أثناء الالتماس)، في حين جاءت استراتيجية التصفح (مرحلة ما قبل الالتماس) في المرتبة الأخيرة.

-جاءت التأثيرات المعرفية الناتجة عن التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي في المقدمة، يليها التأثيرات الوجدانية في حين جاءت التأثيرات السلوكية في المرتبة الأخيرة.

-أثبتت الدراسة ارتفاع مستوي الوعي الديني لدي الشباب العربي، وكذلك ثبت ارتفاع مستوي تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف لديهم.

-ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الوعي الديني، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية بين استراتيجيات الالتماس وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف.

-ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين در جة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الدينية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد . وتتفق هذه النتيجة مع الفكرة الجوهرية التي تقوم عليها نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام.

-ثبت جزئيا صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ا لخصائص الديموجرافية للشباب العربي ومستوي الوعي الديني . كما ثبت جزئيا صحة الفرض القائل وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية وتبني ثقافة التسامح ونبذ العنف . وقد أثبتت الاختبارات الاحصائية أن الفروق جاءت لصالح المصريين.

-توصي الدراسة المؤسسات ا لدينية الرسمية بالاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي ، وانشاء صفحات متخصصة تعني بنشر صحيح الدين، ومواجهة الأفكار المتشددة والمتطرفة.

-حث وتشجيع الشخصيات الدينية علي إنشاء حسابات لهم علي مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، وتويتر، وا ليوتيوب ... وغيرها) للتواصل مع الجمهور وخاصة الشباب ومساعدتهم في حل مشاكلهم، والإجابة علي استفساراتهم الدينية، والعمل علي نشر صحيح الدين ووسطية الإسلام.

-علي المؤسسات الدينية الرسمية وغير الرسمية الاهتمام بالموضوعات التي تغرس قيم التسامح ونبذ العنف والكراهية، والع مل علي نشر هذه الموضوعات في مختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي .

-اجراء المزيد من الدراسات التي تتناول رصد وتحليل المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-اجراء المزيد من الدراسات التي تتناول ثقافة التسامح ونبذ العنف والطائفية والمذهبية، ودعمها، والأخذ بنتائجها وتوصياتها.

المراجع العلمية:

[1]- We are social and Hootsuite, **Digital yearbook 2017: internet, social media and mobile data for 239 countries around the world**, Report, Available at: https://www.slideshare.net/wearesocialsg/2017-digital-yearbook

[2] - رأفت مهند، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي: دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق علي عينة من طلبة الجامعات في الموصل، والأنبار، وتكريت"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة البترا الأردنية: كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام، 2013).

[3]- Afsaneh Hosseinzadeh, (2011) "The Role of Social Media in Religion: Dialogues or Conversations?" **M.A. in Communications Sciences**. Recalled on: August 20, 2016. Available online on: http://www.academia.edu/14382725/The_Role_of_Social_Media_in_Religion_Dialogues_or_conversations

[4]- مها عبد المجيد، "الخطاب الإعلامي للجماعات الإرهابية علي مواقع التواصل الاجتماعي: استراتيجيات المواجهة وآلياتها"، المؤتمر الدولي الأربعين للإحصاء وعلوم الحاسب الآلي وتطبيقاتها، **"الإعلام وقضايا المجتمع بين المهنية والمسئولية الاجتماعية"**، (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 28-29 أبريل 2015).

[5]-Sami Serola & Pertti Vakkari, The anticipated and assessed contribution of information types references retrieved for preparing a research proposal, **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, Vol. 56, No. 4, 2005, p:373.

[6] - حسن مكاوى وليلى السيد، **"الاتصال ونظرياته المعاصرة"** ط1، القاهرة الدار المصرية اللبنانية، 2002، ص 338.

[7]- R. González-Ibanez, A Proposal for Studying Users' Behaviors in Collaborative Information Seeking through Convergence Map, **In Proceedings of Collaborative Information Behavior Workshop at GROUP 2010, Sanibel Island, FL, USA**, November 7, 2010, p.p:1-2.

[8]- Dania Bilal & Joe Kirby, Differences and similarities in information seeking: children and adults as Web users, **Information Processing and Management**, Vol. 38, 2002, p.650.

9- Diana Tabatabai , Modeling information-seeking expertise on the web, **Ph.D. Dissertation,** Department of Educational and Counseling Psychology, McGill University, Montreal, Canada, 2002, p:13.

[10]- Janet Walker Peterson, Networked generation youth's information seeking process: An examination of cognitive, affective, and physical information seeking behaviors and problem solving techniques, **Ph.D. Dissertation**, University of north Texas, US, May 2008. p: 8.

[11]- T.D Wilson, Human Information Behavior, **Information Science**, Vol. 3, No. 2, 2000, p:49.

[12]- Tingting Jiang, Characterized and evaluating user's information seeking behavior in social tagging systems, **Ph.D. Dissertation**, School of Information Sciences, University of Pittsburgh, December 2010, p.p:13-14.

[13]- Silvania V. Miranda and Kira M.A. Tarapanoff, 2008, Information Needs and Information Competencies: A Case Study of The Off-site Supervision of Financial institutions in Brazil, **Information Research**, Vol. 13, No. 2, June, Available at: http://www.informationr.net/ir/13-2/paper344.html.

[14] - انظر:

- David Westerman et al, How do people really seek information about others?: information seeking across internet and traditional communication channels, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol. 13, 2008, p:754.
- Carol Kuhlthau, Reflections on the development of the model of the information search process (ISP): Excerpts from the Lazerow Lecture, **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, Vol. 33, No. 5, June/July 2007, P:32.
- Kathryn Perry Rothenberg, "The communication Information-Seeking Model: Examining Information-Seeking motivations and associated channel use", **Ph.D. Dissertation**, Kent State, Kent State University, College of Communication and Information, August, 2004.
- M.S. Sridhar, Information seeking behavior of the Indian space technologists, Library **Science with a slant to Documentation and Information Studies**, Vol. 26, No. 2, 1989, p:128.

- مرفت الطرابيشى وعبد العزيز السيد، **"نظريات الاتصال"** ط1، القاهرة: دار النهضة العربية، 2006، ص 178.

- حسن مكاوى وليلى السيد، **مرجع سابق**، ص 337.

[15]- Janet Walker Peterson, **Op. Cit.,** p:32.

[16]- Ann V. Kraetzer, The effect of extrinsic and intrinsic uncertainty on information seeking strategies, **Ph.D. Dissertation**, The faculty of the graduate school of arts and science, University of Denver, 1981, p:6.

[17]- Tingting Jiang, **Op. Cit**., P:15.

[18]- Roberto González, A study of positive and negative affective states in collaborative information seeking, **Ph.D. Dissertation,** School of New Brunswick, The State University of New Jersey, Rutgers, October 2013, p:53.

[19]- Jeonghyun Kim, Task as predictable indicator for information seeking behavior on the web, **Ph.D. Dissertation,** School-New Brunswick, The State University of New Jersey, Rutgers, may 2006. P:14.

[20]- Tingting Jiang, **Op. Cit.,** P:15.

[21]- Marcia J. Bates, Toward an integrated model of information seeking, **The 4th international conference on information needs, seeking and use in Different Contexts**, Lisbon, Portugal, September 11, 2002, Available at: https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/bates/articles/info_SeekSearch-i-030329.html.

[22] - انظر:

- Susanne Loeber & Alexandra Cristea, A WWW Information seeking process model, **Educational Technology & Society**, Vol. 6, No. 3, 2003, P: 44-46.

[23] - انظر:

- Cherney, Adrian and Jenny Povey, (2013). "Exploring Support for Terrorism Among Muslims." **Perspectives on Terrorism** 7, No. 3, pp. 5-16.

24- بسام عبد الرحمن المشاقبة، **"نظريات الإعلام في المجتمعات المعاصرة"**، ط1 (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011) ص95.

[25]- Matthew Loveless, (2008). Media Dependency: Mass Media as Sources of Information in the
Democratizing Countries of Central and Eastern Europe, **Democratization**, Vol.15, No.1, pp.162-164

[26] – حسن مكاوى وليلى السيد، **مرجع سابق**، ص ص326- 329.

27-Hosseinzadeh, Afsaneh. (2011) "The Role of Social Media in Religion: Dialogues or conversations?" M.A. in communications sciences. Recalled on: August 20, 2016. Available online on: http://www.academia.edu/14382725/The_Role_of_Social_Media_in_Religion_Dialogues_or_conversations

[28] - أم الرزق محمود عبد العال، "التماس الجمهور المصري للمعلومات عن المؤسسات الدينية الرسمية عبر شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية، 2018).

[29]- Wura Jacobs, Anno Amuta, and Kwonchan Jeon. (2017). "Health information seeking in the digital age: An analysis of health information seeking behavior among UAS adults", Media and communication studies/ Research Article, Cogent, **social science**, California state , U.S.A , No: 1302785, Vol: 3, PP. 1-11.

[30] - أماني أشرف محمد المهدي، "التماس الشباب المصري للمعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوي المشاركة السياسية الافتراضية والفعلية: دراسة ميدانية"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (كلية الآداب: قسم الإعلام، 2017).

[31]- Shaohai Jiang, and Richardl Street. (2016). "Pathway Linking Internet Health Information Seeking to Better Health: A Moderated Mediation Study", **Journal of Health Communication**, vol. 32, Issue 8 , PP: 1024-1031. Available At: **www.tandfonline.com/doi/abs/10-1080/10410236.2016.1196514? ,** Journal code: hhth20.

[32] - إيمان السيد جمعة رمضان، "دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدي الشباب المصريين المغتربين بالدول العربية"، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**، ع5، يناير- مارس (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016) ص ص373-440.

[33]- Chenjerai Mabhiza, An Investigation Of The Information Seeking Behaviours Of Veterinary Scientists In Namibia, A Thesis Submitted In Fulfillment Of The Requirements For **The Degree Of Master** Of Arts In Library And Information Science In The Faculty Of Humanities And Social Science Of The University Of Namibia, March 2016.

[34] - عبد الصادق حسن، "التماس الشباب الجامعي الخليجي للمعلومات من المواقع الإلكترونية الشيعية: دراسة مقارنة علي عينة من طلاب جامعة البحرين والكويت"، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، ع9، 10، السنة الثالثة، يوليو- ديسمبر (جامعة الأهرام الكندية، 2015) ص ص30-55.

[35] - نوره عبدالله، "أثر التعرض للشبكات الاجتماعية علي الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجاريةِ لدي عينة من الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2014).

[36]- Ran Ju, "Organizational Information-Seeking in the Digital Era: A Model of New Media Use, Uncertainty Reduction, Identification and Culture", **Ph.D. Dissertation**, Ohio University, Scripps College of Communication, May 2013.

[37] - إيمان حسني، "التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات التعصبية لدي الشباب المصري الجامعي: دراسة في ضوء مداخل التماس المعلومات والتوازن والتصنيف المعرفي"، المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر، **"الإعلام وثقافة الديمقراطية"** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2013) ص ص115-163.

[38]- Annie T. Chen, "Information Seeking over the Course of Illness: The Experience of People with Fibromyalgia", Musculoskelet. Care, Vol 10, 2012.

[39]- Linda D. Muusses, Julia C.M. van Weert, Sandra van Dulmen and Jesse Jansen," Chemotherapy and information seeking behavior: characteristics of patients using mass media information sources", **Psycho Oncology**, Vol 21, P.P 993 -1002, 2012.

[40] - شريهان محمد بتوفيق، "العوامل المؤثرة في التماس المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية علي عينة من الصفوة المصرية"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2010).

[41] - إيمان بوكدرون وأسماء حاج قويدر، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلابي_ الفيس بوك نموذجا"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (الجزائر: جامعة الجيلالي بونعامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، 2018).

[42] - محمود محمد فتحي أحمد، "استخدام قادة الرأي الدينيين للمواقع الإسلامية وعلاقته بتنمية معارفهم الدينية: دراسة تطبيقية"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 2018).

[43] - شيرين محمد إسماعيل الديسطى، "الوعى الديني الإسلامي لدى طلاب جامعتي المنصورة والأزهر لمواجهة التحديات المعاصرة بعد ثورة 25 يناير"، **رسالة دكتوراه غير منشورة** (جامعة المنصورة: كلية التربية، 2016).

[44]- Zurina Khairuddin, Azimah Shurfa Mohammed Shukry & Nurshafawati Ahmad Sani, "Reading Trends and Perceptions towards Islamic English Websites as Teaching Materials", Published by **Canadian Center of Science and Education**, Vol.7, No. 8; (2014).

[45] - علي حمودة، "أثر شبكة المعلومات الدولية في الوعي الديني للشباب الجامعي في مصر: دراسة تطبيقية"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، 2011).

[46] - إسلام رجب أحمد حجازي، "العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية علي الإنترنت ومستوي المعرفة لديه بالقضايا الدينية المعاصر: دراسة ميدانية"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2010).

[47] - أميرة أحمد كوكش، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2017).

[48] - ريهام مرزوق عبد الدايم، "تعرض الشباب للفيديوهات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بنشر ثقافة التسامح لديهم"، المؤتمر العلمي الدولي الثاني، **"الإعلام وثقافة التسامح"** (جامعة فاروس: كلية الإعلام وفنون الاتصال، 2017).

[49] - أحمد جاسم مطرود، "دور المؤسسة الإعلامية في نشر ثقافة التسامح: دراسة تحليلية"، **مجلة العلوم الإنسانية**، المجلد23، العدد4 (جامعة بابل: كلية الآداب، 2015) ص ص2140-2154.

[50]- June Tangney, **forgiving the self: conceptual issues and empirical findings: Ed. Hand book of forgiveness**, George Mason University, United states of America,2015, PP.143-158

[51]- Mohammad Saad El-Dine, (2004). **The role of the universities in fostering the Islamic-Christian mutual living and Dialogue, central**; European university (CEU), Hungary.

[52]- Ann Macsaskill, (2003). "**Exploring Gender Differences in Forgiveness**", Sheffield Hallam University.

[53]- Michal Mecullough, (2003). **"Forgiveness is Change"**, Department of Psychology and Religions Studies, University of Miami, U.S.A.

[54]-Babbie, Earl (2007). **The Practice of Social Research**, 11th ed., Belmont: Wads Worth, p. 89.

[55] - سامي طايع، **"بحوث الإعلام"**، ط1 (القاهرة، دار النهضة العربية، 2001) ص167.

[56]- Stefan Stiegera & Ulf-Dietrich Reips, What are participants doing while filling in an online questionnaire: A Para data collection tool and an empirical study, **Journal of Computers in Human Behavior**, Vol. 26, Issue. 6, November 2010,p1488.

* أسماء السادة الأساتذة المحكمين:

1 -أ.د/ ليلي حسين	أستاذ الإذاعة والتليفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة حلوان.

2 -أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري	أستاذ الإعلام بكلية البنات للآداب والعلوم والتربية جامعة عين شمس.
3 -أ.د/ ثريا أحمد البدوي	أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإ علام جامعة القاهرة.
4 -أ.د/ شعيب الغباشي	أستاذ الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة الأزهر.
5 -أ.د/ فؤادة البكري	أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بكلية الآداب جامعة حلوان.
6 -أ.د/ أحمد سمير	أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد بكلية الإعلام جامعة الأزهر.
7 -أ.د/ مني عبد الجليل	أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات.
8 -أ.د/ ولاء العقاد	أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات.

[57] - شيماء ذو الفقار زغيب، **"مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية "** (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009) ص 78.

[58]- Rajiv N. Rimal, Achieving Improvements in Overall Health Orientation Effects of Campaign Exposure, Information Seeking, and Health Media Use, **Communication Research**, vol. 26, No. 3, June 1999, p: 320.

59- Janet Walker Peterson, **Op. Cit.,** p: 8.

[60]- Munira Nasreen, **Information Needs and Seeking Behavior of Media Practitioners: A Case of Media Practitioners Working in Radio, TV and News**, Paper Houses of Karachi, VDM Publishing, 2011, p:91.

[61]- Gary Marchionini, Information-Seeking Strategies of novices using a full-text electronic encyclopedia, **Journal of the American society for information science**, Vol.40, No.1,1989, p:56.

[62] - صالح العلي، **"مهارات التواصل الاجتماعي: أسس ومفاهيم وقيم"**، ط1 (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015) ص122.

[63]- فتحي شمس الدين، **"شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر "**، ط1 (القاهرة : دار النهضة العربية، 2013) ص49.

[64] - محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي، **"مختار الصحاح"** (بيروت: مكتبة لبنان، 1992) ص303.

[65] -إيمان بوكدرون وأسماء حاج قويدر، (2018) مرجع سابق، ص15.

[66] - أميرة أحمد كوكش، (2017)، مرجع سابق، ص5.

[67] - محمد ناصر زعيتر، "موسوعة أشد الناس عداوة"، دار الرضوان للنشر، 2001، ص156.

[68]-Dutta-Bergman, M. J. (2004). Complementarity in consumption of news types across traditional and new media. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 48, p. 41.

69- داليا المدبولي، التماس المعلومات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 49، اكتوبر- ديسمبر 2014، ص407.

[70]- ممدوح شتلة وحنان كامل، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية فـي الانتخابات الرئاسية المصرية 2014: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامع ي المصر ي، **دورية إعلا م الشرق الأوسط**، العدد11، خريف2015، ص12.

[71]- هالة كمال نوفل، تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في المشاركة في الاستفتاء الدستور ي 2014 دراسة ميدانية على عينة من مجتمع جنوب الصعيد، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 48، يوليو- سبتمبر2014، ص376.

[72]- Janet Walker Peterson, **Op. cit**., p:125.

[73]- Marcia J. Bates, **Op. cit**.

[74]- جيهان يحيى، "العوامل المؤثرة في التماس المعلومات لدى الجمهور المصري: دراسة حالة للاستفتاء على تعديلات الدستور المصري عام 2014"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع47، أبريل – يونيه2014، ص372.

[75]- Marcia J. Bates, **Op. cit**.

[76]- Ibid

[77]- Tingting Jiang, **Op. cit**., p76.

[78] - انترفاس ميديا، "التوجهات الدينية للجزائرين عبر الفيس بوك"، متاح علي موقع:
https://fanzone-im.dz Retrieved at: 18/10/2018, 10:33PM

[79]- Cherney, Adrian and Jenny Povey, (2013). **Op. cit**. pp. 5-16.

[80]- Ann Macsaskill, (2003). **Op. cit**.

ملاحق الدراسة :

جدول (37)

توزيع عينة الدراسة وفقا للموضوعات التي يتصفحونها علي مواقع التواصل الاجتماعي

الموضوعات	الترتيب										الوزن المرجح	الرتبه
	الاول		الثاني		الثالث		الرابع		الخامس			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الاجتماعية	73	16.2	113	25.1	51	11.3	37	8.2	42	9.3	2.4133	1
الدينية	60	13.3	62	13.8	61	13.6	46	10.2	85	18.9	2.0178	2
السياسية	48	10.7	72	16.0	71	15.8	54	12.0	56	12.4	2.0111	3
الاقتصادية	64	14.2	48	10.7	64	14.2	51	11.3	39	8.7	1.8778	4
الترفيهية	63	14.0	48	10.7	46	10.2	32	7.1	26	5.8	1.6333	5
الصحية	29	6.4	49	10.9	33	7.3	52	11.6	71	15.8	1.3667	6
الفنية	35	7.8	35	7.8	47	10.4	39	8.7	43	9.6	1.2822	7
الرياضية	59	13.1	8	1.8	29	6.4	51	11.3	36	8.0	1.2267	8
الثقافية والعلمية	19	4.2	15	3.3	48	10.7	88	19.6	52	11.6	1.1711	9
المجموع	450	100	450	100	450	100	450	100	450	100		

جدول (38)

توزيع العينة وفقا للتأثيرات الناتجة عن التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي

التأثيرات الناتجة	درجة الموافقة								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
اكتسبت معلومات جديدة حول الموضوعات ال دينية	320	71.1	107	23.8	23	5.1	450	100	.6600	.57214
زادت من معرفتي بالموضوعات الدينية	296	65.8	122	27.1	32	7.1	450	100	.5867	.62094
ساعدتني على تكوين رؤية واضحة تجاه بعض الموضوعات الدينية	259	57.6	143	31.8	48	10.7	450	100	.4689	.68073
عززت بعض الأفكار والمعتقدات ال دينية لدى	250	55.6	158	35.1	42	9.3	450	100	.4622	.66046
ارضت رغبتي في الحصول على المعلومات ال دينية التي اريدها	201	44.7	186	41.3	63	14.0	450	100	.3067	.70265
عززت شعوري بالراحة والطمانينة والسلام النفسي	184	40.9	191	42.4	75	16.7	450	100	.2422	.71975
عبرت عن رأيي بحرية تامة	181	40.2	193	42.9	76	16.9	450	100	.2333	.71960
شاركت الأصدقاء بالمناقشة حول الموضوعات الدينية	167	37.1	189	42.0	94	20.9	450	100	.1622	.74493
شاركت في بعض الانشطة والفا عليات الدينية	110	24.4	173	38.4	167	37.1	450	100	-.1267	.77514

جدول (39)

توزيع عينة الدراسة وفقا لإجاباتهم علي مقياس الوعي الديني

العبارة	إجابة المبحوثين								الإجابة
	صح		خطأ		لا أعرف		الإجمالي		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الطواف بالكعبة لا يشترط فيه الطهارة	78	17.3	305	67.8	67	14.9	450	100	خطأ
يجوز إخراج الزكاة للأم الفقيرة	187	41.6	117	26.0	146	32.4	450	100	خطأ
يجوز الحلف بالطلاق	88	19.6	266	59.1	96	21.3	450	100	خطأ
عقوق الوالدين من أكبر الكبائر	414	92.0	22	4.9	14	3.1	450	100	صح
عدة المتوفي عنها زوجها ثلاثة أشهر.	115	25.6	295	65.6	40	8.9	450	100	خطأ
يجوز للمرأة أن تسافر بدون أذن زوجها.	52	11.6	354	78.7	44	9.8	450	100	خطأ
يحرم الصيام يوم العيد	355	78.9	64	14.2	31	6.9	450	100	صح
يصح الحج بدون الوقوف بعرفة	48	10.7	362	80.4	40	8.9	450	100	خطأ
من شروط المسح على الجورب أن يكون لابسا لهما على طهارة	359	79.8	31	6.9	60	13.3	450	100	صح
السعي بين الصفا والمروة يشترط فيه الطهارة	228	50.7	121	26.9	101	22.4	450	100	خطأ
يجوز تأخير زكاة الفطر إلي ما بعد صلاة العيد.	96	21.3	283	62.9	71	15.8	450	100	خطأ
الطلاق الشفهي صحيحا حتى وإن لم يتم توثيقه رسميا	347	77.1	28	6.2	75	16.7	450	100	صح
الاستماع للغيبة محرم فالمستمع شريك المغتاب	350	77.8	21	4.7	79	17.6	450	100	صح
كل قرض جر نفع فهو ربا	223	49.6	64	14.2	163	36.2	450	100	صح
صلاة الاستخارة بدعة	27	6.0	398	88.4	25	5.6	450	100	خطأ
يحق للزوج أن يغيب عن زوجته أكثر من ستة أشهر بدون إذنها.	44	9.8	298	66.2	108	24.0	450	100	خطأ
لا يجوز للمرأة الحائض مس المصحف الشريف	360	80.0	53	11.8	37	8.2	450	100	صح
التدخين محرم شرعا	312	69.3	57	12.7	81	18.0	450	100	صح
يجوز تقسيم الميراث قبل سداد دين المتوفي	28	6.2	301	66.9	121	26.9	450	100	خطأ
بيع الأعضاء البشرية محرم شرعا	273	60.7	54	12.0	123	27.3	450	100	صح

جدول (40)

توزيع عينة الدراسة وفقا لإجاباتهم علي مقياس تبني ثقافة التسامح ونبذ العنف

العبارة	الاتجاه								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
احترم كل أماكن العبادة (كنائس، أديرة، معابد)	340	75.6	79	17.6	31	6.9	450	100	.6867	.59474
من حقي التعصب لرأي ديني معين	88	19.6	170	37.8	192	42.7	450	100	-.2311	.75503
ليس من حق الآخرين التمسك بمعتقداتهم وأفكارهم مادامت تختلف معي	46	10.2	105	23.3	299	66.4	450	100	-.5622	.67199
يجب تعنيف من يرتكب خطأ دينيا ولو بسيطا حتي يمتنع عن ذلك	70	15.6	125	27.8	255	56.7	450	100	-.4111	.74461
من غير المقبول انتقاد أفكاري السياسية	78	17.3	135	30.0	237	52.7	450	100	-.3533	.75923
ليس من حق العامة التعبير عن آرائهم السياسية	41	9.1	106	23.6	303	67.3	450	100	-.5822	.65300
التفاهم والتسامح السياسي يعني التجاوز أو التنازل عن حقوقي السياسية	48	10.7	131	29.1	271	60.2	450	100	-.4956	.68143
يجب الالتزام بحقوق الآخرين السياسية	333	74.0	107	23.8	10	2.2	450	100	.7178	.49756
يجب الانفتاح على الثقافات الأخرى والاستفادة منها	345	76.7	93	20.7	12	2.7	450	100	.7400	.49627
لا يوجد في الثقافة الغربية أشياء جيدة	45	10.0	144	32.0	261	58.0	450	100	-.4800	.67127
يجب احترام التنوع الثقافي مع الحفاظ على هويتي	371	82.4	64	14.2	15	3.3	450	100	.7911	.48212
انطباعات أصحاب الثقافات الأخرى عن ثقافتي وهويتي غير مهمة	90	20.0	153	34.0	207	46.0	450	100	-.2600	.77053
لا يجب أن يكون هناك فروق بين أبناء الوطن في الحقوق والواجبات	338	75.1	73	16.2	39	8.7	450	100	.6644	.63022
من الأفضل مسامحة الآخرين عند المقدرة	375	83.3	59	13.1	16	3.6	450	100	.7978	.48266

التفكير في جوانب الاتفاق مع الأصدقاء توصل لحل يرضي الجميع	355	78.9	84	18.7	11	2.4	450	100	.7644	.47903
الصداقة مع الآخر تتوقف على مستواه الاقتصادي والاجتماعي	45	10.0	100	22.2	305	67.8	450	100	-.5778	.66704
الاختلاف المذهبي أو الفكري يؤثر على العلاقات الإنسانية	160	35.6	159	35.3	131	29.1	450	100	.0644	.80246
التعدد والاختلاف سنة الله في خلقه	349	77.6	83	18.4	18	4.0	450	100	.7356	.52452
من الصعب تقبل من يختلف معي فكريا والتعامل معه	69	15.3	163	36.2	218	48.4	450	100	-.3311	.72754
الغلو والتطرف الفكري خطر على المجتمع الذي نعيش فيه	359	79.8	72	16.0	19	4.2	450	100	.7556	.51936
اعاقب نفسي معاقبة شديدة عند ارتكاب خطأ حتى ولو كان بسيطا	301	66.9	94	20.9	55	12.2	450	100	.5467	.70240
الانفراد بالرأي يؤدي إلى التصادم مع الآخرين	279	62.0	117	26.0	54	12.0	450	100	.5000	.70078
التمسك بالرأي حتى ولو كان خطأ دليل على القوة	42	9.3	93	20.7	315	70.0	450	100	-.6067	.65287
اشعر بالراحة النفسية عند الانتقام ممن اهانني	75	16.7	128	28.4	247	54.9	450	100	-.3822	.75547

جدول (41)

اختبار LSD لتوضيح مصدر الفروق بين متوسطات معدل الالتماس وجنسية المبحوث

الجنسية	الفئة المقارنة	الفروق بين المتوسط	الانحراف المعياري	مستوي المعنوية	الحد الأدنى لفترة الثقة	الحد الأعلى لفترة الثقة
مصري	سعودي	.22667	.07696	.003	.0754	.3779
	جزائري	.33333	.07696	.000	.1821	.4846
سعودي	مصري	-.22667	.07696	.003	-.3779	-.0754
	جزائري	.10667	.07696	.166	-.0446	.2579
جزائري	مصري	-.33333	.07696	.000	-.4846	-.1821
	سعودي	-.10667	.07696	.166	-.2579	.0446

جدول (42

)اختبار LSD لتوضيح مصدر الفروق بين متوسطات معدل الالتماس والتعليم

المؤهل	الفئة المقارنة	الفروق بين المتوسط	الانحراف المعياري	مستوي المعنوية	الحد الأدنى لفترة الثقة	الحد الأعلى لفترة الثقة
مؤهل متوسط	مؤهل جامعي	.14522	.09532	.128	-.0421	.3326
	مؤهل فوق جامعي	.25237	.10598	.018	.0441	.4606
مؤهل جامعي	مؤهل متوسط	-.14522	.09532	.128	-.3326	.0421
	مؤهل فوق جامعي	.10715	.07449	.151	-.0392	.2535
مؤهل فوق جامعي	مؤهل متوسط	-.25237	.10598	.018	-.4606	-.0441
	مؤهل جامعي	-.10715	.07449	.151	-.2535	.0392

جدول (43)ا

ختبار LSD لتوضيح مصدر الفروق بين متوسطات مستوي الوعي الديني وجنسية المبحوث

الجنسية	الفئة المقارنة	الفروق بين المتوسط	الانحراف المعياري	مستوي المعنوية	الحد الأدنى لفترة الثقة	الحد الأعلى لفترة الثقة
مصري	سعودي	.19333	.06381	.003	.0679	.3187
	جزائري	.44000	.06381	.000	.3146	.5654
سعودي	مصري	-.19333	.06381	.003	-.3187	-.0679
	جزائري	.24667	.06381	.000	.1213	.3721
جزائري	مصري	-.44000	.06381	.000	-.5654	-.3146
	سعودي	-.24667	.06381	.000	-.3721	-.1213

جدول (44)

اختبار LSD لتوضيح مصدر الفروق بين متوسطات مستوي الوعي الديني والتعليم

المؤهل	الفئة المقارنة	الفروق بين المتوسط	الانحراف المعياري	مستوي المعنوية	الحد الأدنى لفترة الثقة	الحد الأعلى لفترة الثقة
مؤهل متوسط	مؤهل جامعي	-.30573	.08025	.000	-.4634	-.1480
	مؤهل فوق جامعي	-.37287	.08922	.000	-.5482	-.1975
مؤهل جامعي	مؤهل متوسط	.30573	.08025	.000	.1480	.4634
	مؤهل فوق جامعي	-.06713	.06271	.285	-.1904	.0561
مؤهل فوق جامعي	مؤهل متوسط	.37287	.08922	.000	.1975	.5482
	مؤهل جامعي	.06713	.06271	.285	-.0561	.1904

جدول (45)

اختبار LSD لتوضيح مصدر الفروق بين متوسطات مستوي ثقافة التسامح وجنسية المبحوث

الجنسية	الفئة المقارنة	الفروق بين المتوسط	الانحراف المعياري	مستوي المعنوية	الحد الأدنى لفترة الثقة	الحد الأعلى لفترة الثقة
مصري	سعودي	.12667	.05232	.016	.0238	.2295
	جزائري	.02000	.05232	.702	-.0828	.1228
سعودي	مصري	-.12667	.05232	.016	-.2295	-.0238
	جزائري	-.10667	.05232	.042	-.2095	-.0038
جزائري	مصري	-.02000	.05232	.702	-.1228	.0828
	سعودي	.10667	.05232	.042	.0038	.2095

جدول (46)

اختبار LSD لتوضيح مصدر الفروق بين متوسطات مستوي ثقافة التسامح والتعليم

المؤهل	الفئة المقارنة	الفروق بين المتوسط	الانحراف المعياري	مستوي المعنوية	الحد الأدنى لفترة الثقة	الحد الأعلى لفترة الثقة
مؤهل متوسط	مؤهل جامعي	-.18276	.06249	.004	-.3056	-.0600
	مؤهل فوق جامعي	-.34942	.06947	.000	-.4860	-.2129
مؤهل جامعي	مؤهل متوسط	.18276	.06249	.004	.0600	.3056
	مؤهل فوق جامعي	-.16666	.04883	.001	-.2626	-.0707
مؤهل فوق جامعي	مؤهل متوسط	.34942	.06947	.000	.2129	.4860
	مؤهل جامعي	.16666	.04883	.001	.0707	.2626