

استخدامات الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بإدراكهم للقضايا الدينية المطروحة عبر تلك المواقع

علا عبد القوي عامر محمد(*)

مقدمة البحث:-

نتيجة التطورات التكنولوجية المتلاحقة والمتزايدة والسريعة في مجال وسائل الإعلام لا سيما شبكة الإنترنت التي قربت المسافات بين المرسل والمستقبل ليس فقط في المجال الاجتماعي وتكوين صداقات عبر تلك الشبكة ولكن أيضاً في التعرف على الأحداث التي يشهدها العالم يومياً وتبادل المناقشات والتعليقات عليها، وتتصدر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة «الفيسبوك» و«تويتر» المركز الأول في نشر تلك الأحداث من تبادل للصور وملفات الفيديو مما يكون لها تأثير فوري ومباشر على كل من يستخدم تلك المواقع للاطلاع والمعرفة وتبادل الخبرات والأراء والجدير بالذكر أن مواقع التواصل الاجتماعي استحوذت على عقول كثير من الأفراد ، وبخاصة الشباب منهم، مما يؤكد على ضرورة الاستفادة من تلك المواقع وتوظيفها بما يخدم الفرد والمجتمع.

وعلى الرغم من المميزات التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي في التعرف على القضايا الدينية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية وما تتركه من إيجابيات في تبادل الأراء والأفكار والمعلومات ومناقشتها حول القضايا المطروحة فإن تلك المواقع تعد سلاح ذو حدين فهي أيضاً لها العديد من السلبيات التي يكون لها أثار سلبية على مستخدمي تلك المواقع وعلى المجتمع ككل فالمجتمع الافتراضي الذي تشكله يفتقر إلى الرقابة مما يجعله ساحة لنقل لكثير من المعلومات والمعتقدات الخاطئة التي يتأثر بها نسبة كبيرة من مستخدميها بصفة عامة والشباب بصفة خاصة نظراً لأنها الفئة الأكثر استخداماً لها نتيجة لما أشارت إليه معظم الدراسات السابقة التي أجريت على مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها دراسة أجريت على عينة من طلاب الجامعة، حيث أكدوا أن الفيسبوك قد يتعارض مع الثقافة والقيم والمبادئ السائدة في مجتمعاتهم فأدوات التفاعل التي تتميز بها تلك المواقع تساعد بنسبة كبيرة في إقناع الأفراد بكل ما تنشره من معتقدات وأفكار وأراء مما يترتب عليه إدراك الأفراد للقضايا المطروحة في مختلف المجالات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

(*) مدرس بقسم الصحافة بكلية تكنولوجيا الإعلام – جامعة سيناء.

وتأتى الدراسة الراهنة للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي فى إدراك الشباب لنوعية محددة من القضايا وهى القضايا الدينية نظراً لكثرة انتشارها وتداولها من خلالها.

مشكلة البحث :-

نظراً لما يشهده مجتمع التواصل الاجتماعي من تعدد واختلاف فى الإستخدامات والمشاركات السياسية والاجتماعية والدينية من قبل مستخدميه واستخدام تلك المواقع بفاعلية لشرح مبادئ وقيم، وموقف الدين الاسلامي من القضايا المطروحة على الساحة فى مختلف المجالات الدينية والاجتماعية والسياسية بالإضافة لنشر مقاطع الفيديو والتويتات لرجال الدين.

تحدد المشكلة البحثية فى دراسة استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بإدراك القضايا الدينية وما قد ينتج عن هذا الإدراك من تغيير فى الاتجاه والسلوك سعياً لتقييمها وتحديد الطرح المستقبلي لدور أدوات الاتصال الجديدة فى مناقشة القضايا الدينية خلال الفترة القادمة.

أهمية البحث:-

- 1- ارتفاع معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت.
- 2- إنتشار الصفحات الدينية والتويتات الدينية لرجال الدين عبر الفيس بوك وتويتر.
- 3- إقبال الكثير من مختلف الفئات من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة الدينية.
- 4- أهمية الكشف عن تأثير استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي على إدراكهم للقضايا الدينية المطروحة فى تغيير اتجاهاتهم للوقوف على نوعية تلك الاتجاهات وأكثرها تأثيراً فى حياتهم المجتمعية .

أهداف البحث:-

يتحدد الهدف الرئيسي للبحث فى التعرف على تأثير استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي على إدراك القضايا الدينية المطروحة ، وينبثق من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية :-

1- رصد وتوصيف وتحليل وتقييم المشاركة الدينية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تحديد (نوع المشاركة من قبل مستخدمي الإنترنت -أكثر الفئات العمرية استخداماً- دوافع المشاركة الدينية – أكثر أشكال المشاركة التي تحظى بالإهتمام)

2- التعرف على أكثر القضايا الدينية التي تم مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة اهتمام الشباب بها.

3- رصد تأثير استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي على إدراك القضايا الدينية المطروحة وتأثير هذا الإدراك على اتجاهاتهم الحياتية والمجتمعية والدينية .

4- الكشف عن العوامل المؤثرة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب للقضايا الدينية المطروحة.

رابعاً:- الإطار النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses &

Gratifications"

تم استخدام مدخل الاستخدامات والإشباعات "Uses & Gratifications" ونظرية ثراء الوسيلة "Media Richness Theory" في الدراسة الحالية فقد تم تطوير نظرية الاستخدامات والإشباعات في السنوات الأخيرة لكي يمكن الاستفادة منها في البحوث التي أجريت على وسائل الاعلام الجديدة بالإضافة إلى نظرية ثراء الوسيلة التي تتحدث عن ثراء المعلومات الناتج عن التطور التكنولوجي الذي تم توظيفه عبر شبكة الإنترنت وتطبيقها عند تصميم مواقع التواصل الاجتماعي حيث تركز نظرية ثراء الوسيلة على عنصر التفاعل وسرعة رجع الصدى وهو ما تتميز به مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام التقليدية.

التطور الجديد في نظرية الاستخدامات والإشباعات:- New development in the theory of Uses & Gratifications

ترى هذه النظرية أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة وهي تعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف: -

1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

2- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدمهم.

3- يعتمد استخدام وسائل الاتصال على الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.

4- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسالة فقط.

5- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الاحتياجات. (1)

وقد أدى النمو الهائل في استخدام الانترنت، جعل الباحثين في مجال الاستخدامات والإشباعات يزدون من اهتماماتهم، والتحول من كيف يستخدم الأفراد الانترنت إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط - وقد أكد Rosengren & Windahl، أن نموذج الاستخدامات والإشباعات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال ويبنى سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته.

ولتحديد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة، فإن كثير من الدراسات السابقة تحققت من الافتراض بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولتحديد دوافع الاستخدام وأن الناس يستخدمون الكمبيوتر لإشباع ما يلي :-

أ- الحاجات الشخصية على سبيل المثال السيطرة والاسترخاء والسعادة والهروب.

ب- الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والعادة واكتساب المعلومات والتسلية. (2)

وأشارت الدراسات الحديثة التي ربطت بين مدخل نظرية الاستخدامات والإشباعات والإعلام الجديد بوصفه مدخلاً اتصالياً سيكولوجياً، فقد افترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تدفعه لاستخدام الانترنت كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته وتطبيقاً على ذلك فإن فئات جمهور مستخدمي الانترنت أكثر نشاط ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها

الاتصال الرقمي، وبالتالي فإننا نتوقع أن يتخذ الفرد قراره في الاستخدام عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها، ويتمثل الاستخدام في اتجاهين:-

الاتصال بالآخرين عن طريق الوسائل المتاحة على الانترنت، سواء كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلًا ، وتصفح المواقع المختلفة لتلبية الحاجات.(3)

تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباع في الدراسة الحالية:-

إستفادة الباحثة من مدخل الاستخدامات والإشباع في وضع فروض وتساؤلات الدراسة لتحديد العلاقة بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام وطبيعة الاستخدام فالفكرة الأساسية التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع هي الجمهور النشط الذي يتحكم في تدفق المعلومات من وإلى المستقبل مما يسهم في مستوى إدراك الشباب للقضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

نظرية ثراء الوسيلة:-

تصف نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة(4).

وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة مما يساعد على ارتفاع مستويات التبادلية والتشارك في المعلومات والملفات الصوتية والمرئية التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها. وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما :-

الفرض الأول:- أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني:- هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل وقدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.(5)

وقد أختبر علماء إتصال آخرون النظرية من أجل تطويرها، وفي الآونة الأخيرة تكيفت نظرية ثراء وسائل الإعلام لتشمل وسائل الإتصال الإعلامية الحديثة مثل الفيديوهات المتطورة وعقد المؤتمرات عبر الإنترنت⁽⁶⁾ وأشارت الدراسات على أن المواقع الإلكترونية كوسيلة إعلامية حديثة يمكن أن تختلف في ثرائها فقد قام Simon & Peppas في مقالهم عام 2004 بدراسة ثراء المواقع المنتجة من حيث استخدام الوسائط المتعددة و صنفوا المواقع الإعلامية الغنية بأنها تلك المواقع التي تشمل نصوص وصور وأصوات وفيديو كليب.⁽⁷⁾

تطبيق نظرية ثراء الوسيلة في الدراسة:-

تم الإستفادة من نظرية ثراء الوسيلة في وضع تساؤلات الدراسة لمعرفة إلى أي مدى تسهم مواقع التواصل الاجتماعي والتي تصنف من ضمن الوسائل ذات الثراء المعلوماتي وتقوم عليها فروض النظرية وبصفة خاصة أنها توفر سرعة رجوع الصدى في اتجاهين المرسل والمستقبل مما يساعد في إدراك الشباب للقضايا الدينية وذلك من خلال الإجابة على التساؤل التالي وهو ما عناصر التفاعلية التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي وتدفع الشباب للإستخدامات الدينية لتلك المواقع؟

الدراسات السابقة:-

من خلال اطلاع الباحثة على الدراسات والبحوث التي أجريت على مواقع التواصل الاجتماعي قامت الباحثة بإنتقاء الدراسات السابقة التي تخدم أغراض الدراسة الحالية وتم عرض نتائجها من خلال محورين :-

المحور الأول:- الدراسات التي تناولت أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على حرية التعبير وإدراك القضايا المختلفة.

أشارت نتائج دراسة (محمد بن علي السويد 2015) ظهور قضايا الشؤون المحلية، وقضايا المجتمع والشأن العام، والموضوعات الرياضية والترفيهية وتمثلت متابعة القضايا من خلال موقع تويتر عن طريق مشاركة شبابية مرتفعة بمعدل 70 %، حيث ظهر استخدام الرد والتعليق والمشاركة والهاشتاج بالحضور الجيد⁽⁸⁾.

وأكدت نتائج (دراسة اللجنة المنظمة لفعاليات قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب دراسة كمية مع مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي في مختلف أرجاء العالم العربي 2015) إلى أن المحادثات هي النشاط الأكثر شيوعاً بين المستخدمين في العالم العربي حول القضايا والموضوعات التي تطرحها مواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها بنسبة (50%) فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منصة للعديد من

الشباب العرب للتعبير عن وجهة نظرهم وإبداعاتهم، حيث تعتبر درعاً واقياً وأداة للتعبير والإبداع⁽⁹⁾.

وبحثت دراسة (نوب بنت عجمي 2015) الاستخدامات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في انحراف الشباب، وجاءت نتائجها في إتفاق غالبية أفراد عينة الدراسة على الاستخدامات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال الديني والأخلاقي ومن أهم العبارات التي حصلت على أعلى نسبة هي أن تلك الشبكات تروج لكل ما يتنافى مع الدين وتسوق لمبادئ غير أخلاقية بأساليب جذابة⁽¹⁰⁾.

ورصدت دراسة (أماني عمر الحسيني 2015) العلاقة بين استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي والفاعلية السياسية الداخلية والخارجية وقد جاءت نتائجها لتؤكد على دور شبكات التواصل الاجتماعي بما توفره من وسيلة غير مكلفة لعرض الرأي وإزالة الحواجز والحدود على زيادة درجة الفاعلية السياسية لدى الشباب فقد وجدت علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن الموضوعات والقضايا السياسية وبين المشاركة والتفاعل في الأحداث السياسية المتعلقة بها⁽¹¹⁾.

وتناولت دراسة (فهد بن علي الطيار 2014) شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة" وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر والإهمال في الشعائر الدينية، وأن أهم الآثار الإيجابية التعبير بحرية عن الرأي والتمكين من تخطي حاجز الخجل، وأن أهم مظاهر تغيير القيم ظهر في تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، والقدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة⁽¹²⁾.

واستهدفت دراسة (أحمد يونس حمودة 2014) التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية وجاءت نتائجها للتأكيد على أن جميع الباحثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية التي استطاعت أن تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية حيث كان للفيس بوك وتويتر دور هام في عرض تلك القضايا وتحفيز الشباب على التعبير عن آرائهم بحرية وبدون رقابة من الحكومة مما كان له أثر كبير في التفاعل مع القضايا المجتمعية وكان نتيجة هذا التفاعل قدرة الشباب على التغيير في المجتمع⁽¹³⁾.

وأوضحت دراسة (أفنان طلعت 2014) أن دافع التفاعل الاجتماعي في مقدمة دوافع عينة الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، يليه دافع الحصول على المعلومات التي تساعده في فهم القضايا ، ثم دافع الترفيه والتسلية، ثم متابعة الأحداث، ثم قضاء وقت الفراغ، ثم دافع المساعدة على المشاركة السياسية⁽¹⁴⁾.

واهتمت دراسة (أسامة محمد عبد الرحمن 2014) بالتعرف على دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري وأشارت نتائجها إلى اعتماد الشباب الجامعي على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في معرفة قضايا الفساد في المجتمع المصري وأن المزايا التي يتمتع بها الفيس بوك جعلت منه وسيلة مفضلة لدى الشباب في تبادل الأخبار والمعلومات المتعلقة بقضايا الفساد والتي لا يلقى عليه الضوء من جانب الإعلام الحكومي⁽¹⁵⁾.

وبحثت دراسة (أحمد رفاعي 2014) العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية وجاءت النتائج لتظهر أن من أهم دوافع استخدام الشباب لتلك المواقع أنها توفر لهم المعلومات السياسية والتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم على الموضوعات والقضايا السياسية وتوفر لهم مساحة للحرية في التعبير عن الرأي⁽¹⁶⁾.

وناقشت دراسة (رباب رأفت الجمال 2013) أثر استخدام شبكة التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي لدى الشباب وأشارت أن مقياس النسق القيمي لدى الشباب يتسم بالثبات وجاءت القيم الدينية في مقدمة القيم الإيجابية التي تتركها شبكة الإنترنت لدى الشباب من خلال تصفح الصفحات والمنتديات الدينية⁽¹⁷⁾.

وفي دراسة (عبد الكريم باحاج 2013) الاستكشافية توصلت نتائجها إلى أن الفيس بوك يحتل المركز الأول بين الشباب العربي بنسبة 22 %، وذكرت الدراسة أن 82 % من الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي " لأنها تساعدهم على التواصل مع الآخرين، وتشكيل مجموعات من الأصدقاء" بينما 51.8% يستخدمونها لأنها تساعدهم " في التواصل مع أشخاص لديهم آراء تعبر عن نفس قضاياهم ومشكلاتهم⁽¹⁸⁾.

وناقشت دراسة (عبد الكريم علي الدببسي و زهير ياسين 2013) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية وأظهرت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة⁽¹⁹⁾.

وتناولت دراسة (محمد درويش 2013) القيم الأخلاقية للتواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت من منظور إسلامي وأشارت نتائجها أن مواقع التواصل الاجتماعي ليست مصدراً موثقاً للمعلومات الدينية وإنما ينبغي الرجوع لأصل مصدر المعلومة وينبغي انتهاج الموضوعية في التعامل مع المعرفة المتاحة على تلك المواقع وعلى كل مسلم أن يكون على قدر من الوعي بالجهود الحثيثة لإختراق العقل الإسلامي على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تنفيذ ما ينشر من أفكار ومفاهيم هدامه حول الدين الإسلامي⁽²⁰⁾.

وأجرت (منى حسن خضر 2013) دراسة حول دور الإنترنت في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي وخلصت نتائجها إلى أن 75% من عينة الدراسة يرون أن الإنترنت يعد سلاحاً لإكساب المستخدمين قيم التعبير عن الرأي والمشاركة وكسر حاجز الخوف تجاه الموضوعات والقضايا التي تطرحها تلك المواقع للنقاش⁽²¹⁾.

وجاءت نتائج دراسة (محمد رضا حبيب 2013) للتأكيد على نجاح وسائل الإعلام الجديدة في تغطيتها لقضايا الفساد فقد ازداد أعداد المستخدمين للإنترنت للتعرف على أهم قضايا الفساد حيث أصبح الفرد مرسلًا ومتلقيًا وقارئًا ومنتجًا ومشاركًا في النقاشات المفتوحة حول القضية التي يتم متابعتها من قبل المستخدمين⁽²²⁾.

وكشفت دراسة (حنان شعشوع 2013) أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر نموذجاً وقد أفرز بعض السلبيات التي يجب الانتباه إليها خاصة وسط الأجيال الحديثة من الشباب في الوطن العربي والإسلامي، وهذا لا يعني تقييد حرية الأفراد من التفاعل الاجتماعي عبر هذه الشبكات ولكن ترشيد استخدامها ومحاولة الاستفادة منها في ثقل الثقافة العربية والإسلامية ونشرها حول العالم⁽²³⁾.

وأوضحت دراسة (محمد المنصور 2012) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين أن يحسب لموقع العربية الإلكترونية والتواصل الاجتماعي أنهما أفسحا المجال لإبداء الآراء المتعددة في القضايا المختلفة والتعليق على تلك الآراء⁽²⁴⁾.

وأكدت دراسة (عصام محمد 2012) على الدور الإيجابي التي قامت به وسائل التواصل الاجتماعي في عرض القضايا السياسية وحشد الجمهور للتعبير عن تلك القضايا بل وامتدت إلى أن وصلت لمرحلة الثورة ولولا فكرة الحشد الجماهيري التي قام بها الفيس بوك وتويتر لما ظهرت الثورات العربية وعلى رأسها ثورة 25 يناير⁽²⁵⁾.

المحور الثاني:- الدراسات التي تناولت العلاقة بين الانترنت والإسلام والمسلمين.

تناولت دراسة Shahzad ali, Muhammad Khalid and Muhamad (Idrees) (2016) المفاهيم الخاطئة حول الإسلام والعالم الإسلامي من خلال تطبيق أجهزة الاتصالات التي تمكن العالم الإسلامي من نشر الجوانب التنموية والإيجابية، وأكدت على أنه تم الاستفادة من تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي في توعية غير المسلمين، بشأن المفاهيم الإسلامية الصحيحة المتعلقة بالسلام والتسامح، وعلاوة على ذلك فهي مهمة العلماء المسلمين توضيح المفاهيم الصحيحة حول وجهة النظر المشوهة عن الإسلام الذي اعتقد البعض أن يؤدي إلى النزاع والصراع بين العالم الغربي والدول الإسلامية. وأوصت الدراسة بأن تكون تغطية الموضوعات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتسم بالموضوعية والنزاهة والأخلاقيات المهنية (26).

وأشارت نتائج دراسة (أمينة جاد أحمد 2016) إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإلحاد من خلال الفيس بوك " ، فسرعة انتشار المواقع والصفحات الفاسدة في تلك الشبكات وشدة تأثيرها على كثير من طوائف المجتمع أدت إلى ارتفاع نسبة الإلحاد بين فئات الشباب المصري إلى 35% مما ينبه إلى خطورة تلك المواقع وضرورة اتخاذ التدابير اللازمة لوقفها لتفادي انتشار ظاهرة الإلحاد في المجتمع المصري (27).

ونوهت دراسة (حمدي بشير محمد 2016) إلى خطورة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التطرف حيث ناقشت ظاهرة الإعلام الجديد وأهم الظواهر السلبية التي ارتبطت بها وخلصت نتائج الدراسة إلى ظهور خطب الإلحاد والإرهاب والتطرف والأصولية الدينية والطائفية، في المراتب الأولى للمخاطر التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي واختتمت الدراسة ببعض التوصيات الهامة التي يجب الأخذ بها لتفادي المخاطر الناجمة عن استغلال الجماعات الضالة والإرهابية لقنوات الإعلام الجديد في أغراض الإرهاب والتطرف والإلحاد والتكفير (28).

ورصدت دراسة (محمد علي يحيى 2014) أثر وسائل التواصل الاجتماعي على عقيدة المسلم من خلال توضيح كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على المجتمعات الإسلامية، ثم بيان تلك الآثار الإيجابية منها والسلبية، ثم بيان الموقف الإسلامي من تلك الوسائل في ظل اشتغالها على إيجابيات وسلبيات، ومن أبرز الآثار السلبية التي توصلت إليها الدراسة زعزعة العقائد وإحداث الاضطرابات والاساءة إلى الدين والترويج للعقائد والأفكار الباطلة ولكي تكون آثاره إيجابية لابد من نشر

الوعي بين المسلمين والرد على الشبهات المثارة ضد الإسلام والمسلمين وتقوية
الوازع الديني لدى الناس وتنبية الأسر إلى القيام بدورها في توعية وتربية أبنائها
دينيا(29).

وسعت دراسة (أيمن محمد عبد القادر 2014) إلى تقديم رؤية واقعية حول مستقبل
نشر الفكر الإسلامي عبر الإنترنت باعتباره ساحة جديدة يمكن للعلماء والمختصين
والمهتمين بالفكر الإسلامي من نشر أفكارهم من خلال تلك الشبكة ، ومن أبرز
النتائج التي توصلت إليها الدراسة تفوق النشاط الدعوي الفردي على الإنترنت على
النشاط الرسمي والمؤسسي خاصة من خلال الحسابات الشخصية لهم عبر موقع
تويتر التي تساعدهم في التواصل مع المستخدمين نتيجة التسهيلات التي تقدمها لهم
شبكة الانترنت(30).

وبحثت دراسة (Katrien Pype2014) عن كيف يمكن أن يصبح الفرد مسلم من
خلال وسائل التواصل الاجتماعي " الفيس بوك واليوتيوب وتويتر " وأكدت نتائجها
على أن تلك الوسائل من خلال ما تبثه من أفلام عن المسلمين وتفاعل الأفراد تساعد
على اعتناق الديانة الإسلامية ولكنها حذرت في الوقت نفسه من خطورة ممارسة
الشعائر الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لوجود صفحات إسلامية تساعد
على التطرف والارهاب ونقل الدين الإسلامي بصورة غير صحيحة بحرية وقد
أطلق علماء الاجتماع مصطلح الإعلام الإسلامي نظراً لتوظيف وسائل التواصل
الاجتماعي في نشر الدعوة الإسلامية (31).

وناقشت دراسة (Megan Bartel 2014) "الجماعات الدينية و "القوة الناعمة
"من خلال شبكة الانترنت وركزت تلك الدراسة على موقعي " فيس بوك وتويتر "
وأشارت نتائجها إلى قدرة تلك الوسائل على اقناع الجمهور بالرسائل المتعلقة بالدين
الإسلامي الصحيح منها والمغلوط نظراً للقدرة الفائقة التي تتمتع بها تلك الوسائل في
النقل والنشر وسرعة رد الفعل التي تمكن من التواصل بين ملايين الافراد من مختلف
الفئات الثقافية والدينية في الوقت ذاته وأكدت نتائجها على إمكانية الجماعات الدينية
على الإنترنت من نشر الفعاليات والشعائر الدينية من جميع أنحاء العالم مما أطلق
العلماء على وسائل الإعلام الاجتماعي (القوة الناعمة) والتي تعني القدرة على
الحصول على ماتريد من خلال الجذب بدلاً من الإكراه لاسيما في الموضوعات
المتعلقة بالدين والسياسية لأنها من أكثر الموضوعات التي يتم طرحها عبر شبكة
الإنترنت (32).

وتوصلت دراسة (Marloes Hamelinck 2014) إلى ارتفاع الممارسات الدينية في الحياة اليومية نتيجة للوعي الاسلامي من قبل النساء في تنزانيا وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة قوية الدلالة بين التكنولوجيا والاسلام والطريقة التي تعبر بها المرأة عن التدين وأداء العلاقات الاجتماعية في الحياة اليومية، سواء على الانترنت أو عبر الهواتف المحمولة لتكثيف الشبكات الاجتماعية وقد ظهر التدين بصورة واضحة في طريقة ارتداء النساء للملابس (33).

وتناولت دراسة (Jitte Brys 2014) طريقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها " الفيس بوك وتويتر واليوتيوب" من قبل الطبقات الوسطى من الذين يعتقدون الدين الاسلامي في لندن وأشارت نتائج الدراسة أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من المسلمين في لندن يستخدمونها لنشر رسائلهم الدينية والتعبير عن احتجاجاتهم على أوضاع المسلمين السياسية والاجتماعية في لندن التي تزداد سوءاً خاصة بعد الاحداث الارهابية التي تتعرض لها الدول الغربية والتي دائماً ما ينسبونها إلى الجماعات الاسلامية وربطها بالإرهاب (34).

واستهدفت دراسة (Abderrahman El Aissati 2015) معرفة كيف يمكن للمنتديات الدينية عبر شبكة الانترنت تشكيل الهوية الدينية لدى المستخدم المسلم وأشارت النتائج أن الدخول على المنتديات الدينية يساهم بدرجة كبيرة في تشكيل وبناء الشخصية الدينية سواء كان المستخدمين ممن يعتقدون الديانة المسيحية والاسلامية (35).

وكشفت دراسة (Bello K. Adeyemi &Abdi O. Shuriye 2014) تأثير وسائل التكنولوجيا الحديثة على العلاقة بين المسلمين و الغرب وتوصلت نتائجها إلى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك وتويتر على نشر معلومات غير دقيقة عن الاسلام للجمهور الغربي مما نتج عنه نشوب علاقة سلبية بين المسلمين والغرب وجاءت هذه العلاقة بعد الصورة السلبية التي نشرتها مواقع التواصل الاجتماعي عن الاسلام (36).

ورصدت دراسة (Iman Lechkar 2013) أحوال المسلمين في بلجيكا من خلال تأثير وسائل الإعلام الاجتماعي على المستخدمين المسلمين وتوصلت نتائج الدراسة أن الفيس بوك يساهم بدرجة كبيرة في تشكيل الأفكار والالتزامات الأخلاقية والاجتماعية والسياسية والدينية وهذا الدور لا تقوم به وسائل الاعلام التقليدية التي تتجاهل نشر أية موضوعات تتعلق بالمسلمين المقيمين في بلجيكا (37).

تساؤلات البحث وفروضه:-

تساؤلات البحث:-

- 1- ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة للإطلاع على القضايا الدينية ولماذا؟
- 2- ما كثافة متابعة الشباب للقضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما أكثر القضايا الدينية متابعة من قبل المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 4- ما أكثر الأوقات التي يتابع فيها المبحوثين القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 5- ما عناصر التفاعلية التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي وتدفع الشباب للإستخدامات الدينية لتلك المواقع؟
- 6- ما أكثر أشكال المشاركة الدينية التي يحرص مستخدموا مواقع التواصل الاجتماعي عليها؟
- 7- ما دوافع المشاركة الدينية من قبل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 8- ما أكثر الاتجاهات التي تأثرت بالمشاركة الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة ؟
- 9- ما أوجه الإختلاف بين المشاركة الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة عبر الإتصال المواجهي ؟
- 10- ما الآثار الإيجابية والسلبية التي نتجت عن إدراك الشباب للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الفروض:-

- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراك القضايا الدينية المطروحة.
- 2- تتأثر العلاقة الارتباطية بين استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وادراكهم للقضايا الدينية باختلاف المتغيرات الوسيطة التالية النوع- المرحلة

العمرية- المستوى التعليمي- المستوى الاجتماعي الاقتصادي- كثافة المشاركة-
طبيعة المشاركة)

3- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين إدراك الشباب للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل و التغيير فى الاتجاهات الدينية والحياتية والمجتمعية.

التصميم المنهجي للبحث

نوع البحث ومنهجه:-

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى دراسة الظواهر الاجتماعية والتعبير عنها كما توجد فى الواقع ويتسم هذا المنهج بالدقة فى وصف الظواهر من خلال التعبير الكمي والكيفي وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي لتحقيق أهداف البحث والإجابة على تساؤلاته لأنه من المناهج العلمية التى تبحث فى دراسة القضايا والمشكلات الاجتماعية.

عينة البحث:-

تم اختيار عينة عمدية متاحة (Available Sample) من الشباب المصري مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي وتم التنوع فى الفئات العمرية متمثلة فى (18-24) ، (25-30) (31-35) موزعة فى إقليم القاهرة الكبرى.

جدول (1) توزيع عينة المبحوثين وفقاً للخصائص الديموغرافية

النسبة	التكرار	الخصائص الديموغرافية لعينة المبحوثين	
%51	204	الذكور	النوع
%49	196	الإناث	
%65	260	24-18	الفئة العمرية
%22	88	30-25	
%13	52	35-31	
%53.5	214	طالب جامعي	المستوى التعليمي
%36.3	145	بكالوريوس	
%10.3	41	دراسات عليا	
%38.75	155	منخفض	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
%39.75	159	متوسط	
%21.5	86	مرتفع	
%100	400	الإجمالي	

أداة جمع البيانات :

تم جمع البيانات الميدانية من خلال استمارة استبيان وقد اشتملت الاستمارة على 35 سؤال بالإضافة إلى البيانات الديموغرافية للمبحوثين وتضمنت أسئلة مغلقة ومفتوحة قسمت على 3 محاور كل محور يتضمن عدداً من الأسئلة لقياس متغيرات الدراسة وبما يحقق أهداف البحث

- وقد تم قياس متغير (الإدراك) في الدراسة من خلال (7) عبارات تمثلت بدائل اجابتها بمقياس ليكرت الثلاثي (موافق- محايد - معارض) وتم حساب أعلى درجة من خلال أعلى وزن نسبي لكل عبارة.

وتم تصميم الاستمارة بالاستعانة بالإطار النظري للدراسة، والدراسات السابقة، وتم ملء الاستمارات من خلال المقابلة المباشرة مع المبحوثين في الفترة الزمنية يولية- أكتوبر 2016.

- الصدق والثبات

تم تحقيق الصدق من خلال عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام (٥*)، وذلك لقياس صدقها والتأكد من صلاحيتها كما تم إجراء اختبار قبلي على عينة من المبحوثين قدرها ٥% للتأكد من وضوح أسئلة الاستبيان وبناءً على الاختبار ورأي المحكمين تم إعادة ترتيب بعض الأسئلة في الاستبيان، كما تم غلق بعض الأسئلة المفتوحة وتمت إجراءات الثبات من خلال إعادة تطبيق الاستبيان على 5% من عينة البحث، بعد أسبوعين من تنفيذ الدراسة الميدانية ثبت وجود معامل ثبات عالي يبلغ 85%.

- المعالجة الإحصائية للبيانات:-

تم التعامل إحصائياً مع بيانات الدراسة الميدانية من خلال برنامج التحليل الإحصائي، (SPSS) وتمت المعالجة من خلال عدد من الأساليب الإحصائية على النحو الآتي:-

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج

*- أسماء المحكمين:-

1- د. خالد صلاح الدين

2- د. عادل عبد الغفار

3- د. شيماء ذو الفقار

4- صابر عسران

5- د. منى الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

عميد كلية الإعلام - جامعة النهضة

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء الي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل اقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 – 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70
- معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio) وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل اقل من 0.30, ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 – 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70.
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة اقل فرق معنوي (Least Significance Difference) و المعروف اختصارا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

نتائج البحث

أ- النتائج العامة للدراسة:-

أولاً:- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة من قبل المبحوثين وأسباب ذلك.

جدول رقم (2) أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع من خلالها المبحوثين القضايا الدينية

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
الفيس بوك	361	%90.3
تويتر	39	% 9.8
الإجمالي	400	%100

يتضح من بيانات الجدول السابق ظهور موقع (الفيس بوك) في الترتيب الأول لمواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص المبحوثين من خلالها على متابعة القضايا الدينية بالمقارنة بموقع (تويتر) وذلك لمجموعة من الأسباب جاء في الترتيب الأول لتلك الأسباب (أنه يعرض الكثير من القضايا الدينية) بنسبة %41.5 يليها في الترتيب الثاني (الأسهل والأشهر والأكثر انتشاراً) بنسبة %25.5 يليها في الترتيب الثالث أنه أنشط وأشهر من تويتر بنسبة %7.5.

ثانياً:- كثافة متابعة القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (3) عدد مرات متابعة القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد من قبل المبحوثين.

عدد المرات	التكرار	النسبة
مرة واحدة	176	%44
من مرتين إلى ثلاث مرات	114	%25.8
ثلاث مرات فأكثر	110	%27.5
الإجمالي	400	%100

يتضح من بيانات الجدول السابق قلة عدد مرات متابعة القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد فظهرت في الترتيب الأول (مرة واحدة) بنسبة %44 بينما (ثلاث مرات فأكثر) في الترتيب الثالث بنسبة %27.5 وتلك النتائج تدل على متوسط متابعة القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثاً:- القضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

قامت الباحثة بتقسيم القضايا الدينية إلى قضايا رئيسية وقضايا فرعية تندرج من القضايا الرئيسية.

جدول رقم (4) أكثر القضايا الدينية الرئيسية التي يحرص المبحوثين على متابعتها والمشاركة فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	القضايا الدينية الرئيسية
%93.5	374	قضايا الفروض والعبادات
%93	372	قضايا متعلقة بالمفاهيم الصحيحة للدين
%92.5	370	قضايا معاصرة
%89.5	359	قضايا المرأة
%89.3	357	قضايا متعلقة بالمفاهيم الخاطئة
%89	356	قضايا متعلقة بالمعاملات المالية
%75	300	قضايا متعلقة بالنصوص والأحاديث
-	400	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ظهور قضايا (الفروض والعبادات- قضايا متعلقة بالمفاهيم الصحيحة للدين- قضايا معاصرة) في الترتيب الأول للقضايا الرئيسية التي يحرص المبحوثين على متابعتها والمشاركة فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسب متقاربة، يليها في الترتيب الثاني (قضايا المرأة- قضايا متعلقة بالمفاهيم الخاطئة - قضايا متعلقة بالمعاملات المالية) بنسب متقاربة وفي الترتيب الأخير (قضايا متعلقة بالنصوص والأحاديث) بنسبة 75%.

جدول رقم (5) أكثر القضايا الدينية الفرعية التي يحرص المبحوثين على متابعتها والمشاركة فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	القضايا الدينية الفرعية
%66.6	249	الصلاة
%31.6	118	الصوم
%31	116	الحج والعمرة
%29.7	111	الزكاة
-	374	الإجمالي
%49.2	183	بر الوالدين
%45.7	170	العظة من الموت
%32.5	126	التفكير في الآخرة
%31.5	121	غض البصر
%26.8	107	صلة الرحم
-	372	الإجمالي
%45.5	182	تشبه الرجال بالنساء
%42.8	171	التبرج
%35.8	143	الحجاب والنقاب
%33.5	134	تشبه النساء بالرجال
-	370	الإجمالي
%40	160	الطلاق
%31	124	تعدد الزوجات
%30.5	122	تأخر سن الزواج
%27.5	110	الزواج المبكر

قضايا متعلقة بالمفاهيم الخاطئة		الاجمالي	
-	359		
%53.3	214	التطرف الديني	
%40.3	161	الإعتقاد في الدجل والشعوذة	
%19.8	79	جهاد النكاح	
-	357	الاجمالي	
قضايا متعلقة بالمعاملات المالية		الاجمالي	
%38	152	الصدقات	
%36.8	147	القروض	
%32.5	130	التبرعات	
%21	84	سداد ديون الغارمين	
-	356	الاجمالي	

تتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج الجدول رقم (4) فقد ظهرت قضايا (الصلاة) فى الترتيب الأول لقضايا الفروض والعبادات بنسبة 66.6% كما ظهرت فى الترتيب الأول قضايا (برالوالدين والعظة من الموت وقضايا متعلقة بالمفاهيم الصحيحة للدين) بنسب متقاربة يليها فى الترتيب الثانى(صلة الرحم -غض البصر) وظهرت قضية (الطلاق) فى الترتيب الأول لقضايا المرأة بنسبة 40% ثم ظهرت قضية (التطرف الدينى) فى الترتيب الأول لقضايا متعلقة بالمفاهيم الخاطئة للدين بنسبة 53.3% وفى الترتيب الأول ظهرت قضايا (الصدقات) فى الترتيب الأول للقضايا المتعلقة بالمعاملات المالية بنسبة 38%.

وترجع الباحثة نتائج الجدول السابق ونتائج الجدول رقم (4) إلى طبيعة القضايا التى تركز عليها مواقع التواصل الاجتماعى مما يجعلها من أكثر القضايا التى يحرص المبحوثين على متابعتها.

رابعاً:- الأوقات التى يحرص فيها المبحوثين على متابعة القضايا الدينية.

جدول رقم (6) أكثر الأوقات التى يحرص فيها المبحوثين على متابعة القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعى.

مواقع التواصل الاجتماعى	دائماً		أحياناً		لا		الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
	ك	%	ك	%	ك	%		
أوقات إثارة القضية	191	%47.8	125	%31.3	84	%21	2.27	.786
فى شهر رمضان	173	%43.3	141	%35.3	86	%21.5	2.22	.776
فى المناسبات الدينية (الحج والعمرة)	124	%31	172	%43	104	%26	2.05	.754
لا يوجد وقت محدد	96	%24	138	%34.5	166	%41.5	1.83	.791
الاجمالي	400	%100	400	%100	400		-	-

تشير نتائج الجدول السابق أن (أوقات إثارة القضية- شهر رمضان) تأتى فى الترتيب الأول لأكثر الأوقات التى يحرص فيها المبحوثين على متابعة القضايا الدينية ، بنسب

مقاربة على التوالي 2.27%، 2.22% وفي الترتيب الثاني (في المناسبات الدينية) بنسبة 2.05% وترجع الباحثة النتائج السابقة إلى سببين :-

الأول:- أن وقت إثارة القضايا يعد بمثابة وقت الذروة وترتفع نسبة تسليط الضوء عليها من قبل مواقع التواصل الاجتماعي مما يجعل هناك ارتفاع في نسبة متابعتها من قبل المستخدمين ، وفيما يتعلق بشهر رمضان فالطبيعة الدينية التي يتمتع بها هذا الشهر العظيم تنعكس بصورة إيجابية على جذب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي تطرحها في هذا الوقت من كل عام.

الثاني:- المناسبات الدينية مثل (الحج- العمرة) لا تكن بمعزل عن شهر رمضان فكثرة التساؤلات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة تجعل منها موضوعات محل اهتمام الكثير من أفراد الجمهور وتواجد رجال الدين على مواقع التواصل الاجتماعي وتواصلهم مع الجمهور من خلال الحسابات المخصصة لهم من أهم عوامل متابعة ومناقشة تلك الأمور معهم.

خامساً:- عناصر التفاعل المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (7) عناصر التفاعل التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي وتساعد المبحوثين على إدراك القضايا الدينية.

نعم		عناصر التفاعل المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
ك	%	
207	51.8%	التويتات والبوستات الخاصة برجال الدين كأراء مصاحبة للقضايا الدينية
159	39.8%	وضع عبارات رجال الدين كعناوين للقضايا الدينية المطروحة.
148	37%	تقديم القضية الدينية في شكل فيديو هات
134	33.5%	عرض القضايا الدينية في شكل بوستات مصحوبة بصور فوتغرافية لرجال الدين.
400	-	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ظهور (التويتات والبوستات الخاصة برجال الدين كأراء مصاحبة للقضايا الدينية) في الترتيب الأول لعناصر التفاعل المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 51.8%، يليها في الترتيب الثاني(وضع عبارات رجال الدين كعناوين للقضايا الدينية المطروحة- تقديم القضية الدينية في شكل فيديو هات) بنسب مقاربة على التوالي 39.8%، 37% وفي الترتيب الأخير (عرض القضايا الدينية في شكل بوستات مصحوبة بصور فوتغرافية لرجال الدين) بنسبة 33.5%. وترجع الباحثة تلك النتائج إلى الأسس التي قامت عليها نظرية ثراء الوسيلة حيث عناصر التفاعل التي يتميز بها الإعلام الجديد تساعد على إدراك القضايا التي يتم تقديمها عبر تلك الوسائل وتنفق تلك النتائج مع نتائج دراسة (إنجي محمد سامي ، سماح عبد العزيز الشهاوي، محمد المنصور) والتي أشارت نتائجها

إلى أن عناصر التفاعلية المقدمة عبر المدونات ساعدت الشباب على فهم قضايا حقوق الإنسان.

سادساً:- دوافع التعرض للقضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (8) دوافع تعرض المبحوثين للقضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		دوافع التعرض للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	%	ك	%	ك	
.584	2.60	%5	20	%30	120	%65	260	تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل التي تقوم بطرح القضايا الدينية التي لا يتم طرحها في وسائل الإعلام الأخرى مما يدفعني لمتابعة القضايا الدينية من خلالها.
.653	2.49	%8.8	35	%34	136	%57.3	229	المزايا التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بحرية التعبير عن الآراء تجاه القضايا الدينية المثارة.
.701	2.43	%12.3	49	%32.5	130	%55.3	221	تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة وسيلة للحصول على الثواب الديني من خلال نشر البوستات الدينية للغير خاصة في شهر رمضان.
.651	2.42	%9	36	%40.3	161	%50.8	203	معرفة الحملات الدينية التي تقوم بنشرها مواقع التواصل الاجتماعي والتي تساعد الشباب على الانضمام إليها للمساعدة في عمل الخير.
.738	2.34	%16.3	65	%35.5	141	%48.5	194	سهولة التواصل مع رجال الدين عبر صفحاتهم الخاصة للإجابة على أسئلة واستفسارات الشباب حول بعض القضايا الدينية تدفعني إلى الرجوع إليهم لطرح التساؤلات حول القضايا التي تهمني.
.706	2.32	%13.8	55	%39	156	%47.3	189	متابعة الآراء والأفكار الدينية لعلماء الدين بحرية من خلال التويتات التي يقومون بنشرها عبر موقع تويتر بصفة مستمرة يضيف إلى معلوماتي حول القضايا الدينية المطروحة.
-	-						400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق أن من أهم دوافع تعرض المبحوثين للقضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في الترتيب الأول أنها (تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل التي تقوم بطرح القضايا الدينية التي لا يتم طرحها في وسائل الإعلام الأخرى مما يدفعني لمتابعة القضايا الدينية من خلالها). بوسط حسابي 2.60 يليها في الترتيب الثاني (المزايا التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بحرية التعبير عن الآراء تجاه القضايا الدينية المثارة ، تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة وسيلة للحصول على الثواب الديني من خلال نشر البوستات الدينية للغير خاصة في شهر رمضان) بنسب متقاربة 2.49%، 2.43%، 2.42% وفي الترتيب الأخير (سهولة التواصل مع رجال الدين عبر صفحاتهم الخاصة للإجابة على أسئلة واستفسارات الشباب حول بعض القضايا الدينية تدفعني إلى الرجوع إليهم لطرح التساؤلات حول القضايا التي تهمني ، متابعة الآراء والأفكار الدينية لعلماء الدين بحرية من خلال التويتات التي يقومون بنشرها عبر موقع تويتر بصفة مستمرة يضيف إلى معلوماتي حول القضايا الدينية المطروحة) بنسب متقاربة 2.34%، 2.32% وتتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج دراسة كلاً من (أمانى عمر الحسيني، عبد الكريم باحاج، منى حسن خضر،)

سابعاً:- دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك القضايا الدينية:-

جدول رقم (9) دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك المبحوثين للقضايا الدينية

الإنحراف المعياري	الوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبارات التي تقيس الإدراك
		%	ك	%	ك	%	ك	
.666	2.46	%9.8	39	%35	140	%55.3	221	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على نقل الخبرات والتجارب التي تساعد الشباب على تغيير السلوكيات السلبية التي تغضب الله.
.612	2.46	%6.3	25	%41.8	167	%52	208	أستفيد بدرجة كبيرة من المعلومات الدينية المصورة على الفيس بوك وتويتر مم
.658	2.41	%9.5	38	%34	161	%50.3	201	فهم وإدراك القضايا والموضوعات الدينية المطروحة على الساحة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
.711	2.34	%14	56	%38.3	153	%47.8	191	الأيقونات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساعدني بدرجة كبيرة على فهم وإدراك القضايا الدينية.
.663	2.37	%10.3	41	%42.3	169	%47.5	190	تساعد المشاركة في القضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الدين الصحيح والتقرب إلى الله.
.709	2.33	%14	56	%38.8	155	%47.3	189	مناقشة الفتاوى الدينية التي تصدر عن رجال الدين بحرية دون رقابة تساهم في إدراكي لكافة أبعاد القضية.
.682	2.32	%12.3	49	%43.3	173	%44.5	178	تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم المواقع التي تقوم بالتنوع الدينية للشباب المسلم.
-	-				400			الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ظهور دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك القضايا الدينية (تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على نقل الخبرات والتجارب التي تساعد الشباب على تغيير السلوكيات السلبية التي تغضب الله، أستفيد بدرجة كبيرة من المعلومات الدينية المصورة على الفيس بوك وتويتر، فهم القضايا والموضوعات الدينية المطروحة على الساحة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي) في الترتيب الأول لدوافع تعرض المبحوثين للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسب متقاربة وتتفق تلك النتائج مع نتائج دراسة كلاً من (أفنان طلعت، أحمد رفاعي، أسامة عبد الرحمن) وتؤكد تلك النتائج على أهمية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل

الاجتماعي في إدراك الشباب للقضايا التي تطرحها مما ينبه إلى أهمية المعلومات والخبرات المنقولة عبر تلك المواقع لمستخدميها وقد يكون هناك خطورة وأثار سلبية إذا ماكانت مغلوطة خاصةً مع عدم وجود رقابة عليها.

ثامناً :- المشاركة في القضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- قامت الباحثة بقياس مشاركة المبحوثين في القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التعرف على (نسبة المشاركة- أشكال المشاركة- دور المشاركة في تغيير الاتجاهات والسلوكيات في التعاملات الحياتية والمجتمعية والدينية- أكثر الاتجاهات التي تأثرت بالمشاركة في القضايا الدينية- أوجه الاختلاف بين المشاركة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال المواجهي)

جدول رقم (10) نسبة مشاركة المبحوثين في القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المشاركة في القضايا الدينية	ك	%
نعم	357	89.3%
لا	43	10.8%
الإجمالي	400	100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن نسبة 89.3% يشاركون في القضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ونسبة 10.8% لا يشاركون وترتبط نتائج الجدول السابق بنتائج الجداول رقم (6، 7) حيث أكثر الأوقات متابعة للقضايا الدينية وعناصر التفاعلية التي تتميز بها تلك المواقع ساعدت في ارتفاع نسبة مشاركة المبحوثين في القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أولاً: أشكال المشاركة في القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (11) أشكال مشاركة المبحوثين في القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

مواقع التواصل الاجتماعي	دائماً		أحياناً		لا		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
إعجاب فقط	195	54.6%	131	36.7%	31	8.7%	2.46	.651
كتابة تعليق فقط	120	33.6%	152	42.6%	85	23.8%	2.10	.752
إرسال الروابط الدينية المتعلقة بالقضية الدينية لقائمة الأصدقاء	108	30.3%	142	39.8%	107	30%	2.00	.777
إعادة إرسال البوست على الفيس بوك	106	29.7%	141	39.5%	110	30.8%	2.00	.786
إرسال الفيديوهات المتعلقة بالقضية الدينية عبر اليوتيوب	81	22.7%	145	40.6%	131	36.7%	2.00	.759
إعادة إرسال التغريدة عبر تويتر	73	20.4%	106	29.7%	178	49.9%	1.71	.786
إرسال الصور الفوتغرافية المتعلقة بالقضية الدينية عبر إنستجرام	65	18.2%	124	34.7%	168	47.1%	1.71	.756
المشاركة في غرف المناقشة التي تجريها بعض المواقع حول القضية الدينية المطروحة للنقاش	54	15.1%	124	34.7%	179	50.1%	1.65	.729
إنشاء قناة تليفزيونية عبر اليوتيوب أبت فيها فيديوهات القضية الدينية المطروحة	34	9.5%	90	25.2%	233	65.3%	1.44	.662
الإجمالي					357			

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن من أكثر أشكال مشاركة المبحوثين في القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي (إعجاب فقط) بوزن نسبي 2.46% يليها في الترتيب الثاني (كتابة تعليق فقط) بوزن نسبي 2.10% وفي الترتيب الأخير (إنشاء قناة تليفزيونية عبر اليوتيوب أبت فيها فيديوهات القضية الدينية المطروحة) بوزن نسبي 1.44. وتفسر الباحثة تلك النتائج بمحدودية المشاركة من قبل المبحوثين في القضايا الدينية فظهور (إعجاب فقط) وهي أقل درجة مشاركة في الترتيب الأول وظهور (إنشاء قناة تليفزيونية عبر اليوتيوب أبت فيها فيديوهات القضية الدينية المطروحة) وهي أعلى درجة من المشاركة على عدم مشاركة المبحوثين مشاركة فعالة وقوية في القضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً:- دور المشاركة الدينية في تغيير الاتجاهات والسلوكيات في التعاملات الحياتية والمجتمعية والدينية.

جدول رقم (12) مدى إعتقاد المبحوثين أن المشاركة في القضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساعد على تغيير الاتجاهات والسلوكيات في التعاملات الحياتية والمجتمعية

النسبة	التكرار	دور المشاركة الدينية في القضايا المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير الاتجاهات والسلوكيات في التعاملات الحياتية والمجتمعية والدينية.
67.8%	242	أحياناً
23%	82	دائماً
9.2%	33	لا
-	357	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى الدور الذي تقوم به مشاركة المبحوثين في القضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مساعدة المبحوثين على تغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم في التعاملات الحياتية والمجتمعية والدينية حيث ظهرت إجابات المبحوثين في الترتيب الأول عبارة (أحياناً) بنسبة 67% يليها في الترتيب الثاني (دائماً) بنسبة 23% وترجع الباحثة تلك النتيجة إلى أن أشكال مشاركة المبحوثين في القضايا الدينية التي وضحتها الجدول رقم (8) وهي أضعف أشكال المشاركة أدى إلى النتائج التي أشار إليها الجدول السابق وهو متوسط درجة التأثير والتي ظهرت في عبارة (أحياناً).

ثالثاً:- الاتجاهات التي تأثرت بالمشاركة الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
جدول رقم (13) أكثر الاتجاهات التي تأثرت بمشاركة المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الاتجاهات المبحوثين	التكرار	النسبة
الاتجاه للربط بين الدين والحياة	145	44.8%
الاتجاه لتعديل السلوكيات السلبية	110	34%
الاتجاه للبحث عن مزيد من المعرفة الدينية	106	32.7%
الاتجاه لمساعدة الغير	72	22.2%
الاتجاه للبحث أكثر حول الموضوعات والقضايا الدينية	59	18.2%
البعد عن النفاق والتملق	59	18.2%
الإجمالي	324	-

تشير نتائج الجدول السابق إلى ظهور (الاتجاه للربط بين الدين والحياة) في الترتيب الأول لأكثر الاتجاهات التي تأثرت بالمشاركة الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 44.8% ، يليها

(الاتجاه لتعديل السلوكيات السلبية، الاتجاه للبحث عن مزيد من المعرفة الدينية) في الترتيب الثاني بنسب متقاربة 34% ، 32.7% ، وترجع الباحثة تلك النتائج إلى الأسباب الآتية:-

1- الموضوعات التي يتم مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تناقش القضايا الحياتية من المنظور الديني.

2- التأثير الذي تتركه المشاركة في الموضوعات التي تربط الدين بالحياة ترتب عليها الاتجاه نحو تعديل السلوكيات السلبية والبحث عن مزيد من المعرفة الدينية مما يدل على أهمية طرح مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا الدينية والمشاركة فيها من قبل مستخدميها من المبحوثين عينة البحث.

رابعاً:- الإختلاف بين المشاركة الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و الاتصال المواجهي.
جدول رقم (14) أوجه الإختلاف لدى المبحوثين بين المشاركة الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال المواجهي.

نعم		أوجه الإختلاف بين المشاركة الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال المواجهي
ك	%	
153	42.9%	حرية التعبير من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
92	25.8%	حرية النقاش والفهم من خلال التواصل الاجتماعي لاتساع الوقت.
86	24.1%	التفاعل والتأثر بصورة أكبر من خلال الاتصال وجهاً لوجه.
80	22.4%	أدرك القضية الدينية بصورة أكبر من خلال التواصل الاجتماعي بالمقارنة بالاتصال المواجهي.
77	21.6%	سهولة الوصول لرجال الدين عبر التواصل الاجتماعي مقارنة بالاتصال وجهاً لوجه.
71	19.9%	التواصل مع عدد أكبر من رجال الدين عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما يساعدني على فهم القضية الدينية بشكل أكبر.
357	-	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أبرز أوجه الاختلاف لدى المبحوثين بين المشاركة الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال المواجهي جاء في الترتيب الأول (حرية التعبير من خلال مواقع التواصل الاجتماعي) بنسبة 42.9%.

يليهما في الترتيب الثاني (حرية النقاش والفهم من خلال التواصل الاجتماعي لاتساع الوقت ، التفاعل والتأثر بصورة أكبر من خلال الاتصال وجهاً لوجه ، أدرك القضية الدينية بصورة أكبر من خلال التواصل الاجتماعي بالمقارنة بالاتصال المواجهي بنسب متقاربة على التوالي 25.8%، 24.1%، 22.4% وتتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج معظم الدراسات السابقة والتي أشارت نتائجها إلى أن حرية التعبير عن الرأي وعناصر التفاعلية من أهم ما يميز مواقع التواصل الاجتماعي كما تتفق تلك النتائج مع نظرية " ثراء الوسيلة" والتي تقوم على وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة.

تاسعاً:- الآثار الإيجابية التي نتجت عن إدراك القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (15) الآثار الإيجابية التي نتجت عن إدراك المبحوثين للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	الآثار الإيجابية
34.3%	115	زيادة الوعي والثقافة الدينية لدى الناس
26.9%	90	معرفة الأخبار والمعلومات عن القضايا الدينية
18.5%	62	تعديل السلوكيات الخاطئة نتيجة الوعي الديني بالقضايا الدينية
7.8%	26	سهولة عرض ومناقشة القضايا الدينية
7.2%	24	سهولة التواصل مع عدد كبير من رجال الدين
2.1%	7	التقرب إلى الله
1.8%	6	جذب أكبر عدد من الشباب إلى رجال الدين
1.4%	5	عرض فيديوهات دينية مفيدة تغير مفهومي عن بعض العادات والتقاليد الخاطئة.
-	335	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى ظهور (زيادة الوعي والثقافة الدينية لدى الناس) في الترتيب الأول للآثار الإيجابية التي نتجت عن إدراك المبحوثين للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 34.3% يليها في الترتيب الثاني (معرفة الأخبار والمعلومات عن القضايا الدينية) بنسبة 26.9% وفي الترتيب الثالث (تعديل السلوكيات الخاطئة نتيجة الوعي الديني بالقضايا الدينية) بنسبة 18.5% وتؤكد نتائج الجدول السابق نتائج الجدول رقم (13) في دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد المبحوثين بالمعلومات الدينية التي ينتج عنها زيادة الوعي والثقافة الدينية مما ترتب عليه تعديل السلوكيات الخاطئة وتعكس تلك النتائج أن عامل إدراك القضايا الدينية من

خلال استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي نتج عنه مجموعة من الآثار الإيجابية الهامة لدى المبحوثين.

عاشراً:- الآثار السلبية التي نتجت عن إدراك القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (16) الآثار السلبية التي نتجت عن إدراك المبحوثين للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	الآثار السلبية
28%	60	تداول بعض المعلومات والفتاوي الخاطئة والمشكوك في مصداقيتها
27.6%	59	فهم الدين بطريقة خاطئة نتيجة التشتم بسبب التعدد في الآراء ووجهات النظر
18.5%	41	الفتنة والتشدد والتعصب
12.6%	27	عدم وجود رقابة من قبل مصادر من رجال الدين الموثوق بهم
7.9%	17	عدم تقبل الآخر
4.8%	10	عدم الثقة في البوستات الدينية لعدم معرفتها مصدرها
-	214	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن من أبرز الآثار السلبية التي نتجت عن إدراك المبحوثين للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في الترتيب الأول (تداول بعض المعلومات والفتاوي الخاطئة والمشكوك في مصداقيتها، فهم الدين بطريقة خاطئة نتيجة التشتم بسبب التعدد في الآراء ووجهات النظر) بنسب متقاربة على التوالي 28%، 27.6%، يليها في الترتيب الثاني (الفتنة والتشدد والتعصب) بنسبة 18.5% وفي الترتيب الثالث (عدم وجود رقابة من قبل مصادر من رجال الدين الموثوق بهم) بنسبة 12.6%. وتتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج دراسة كلاً (محمد درويش، عبد الكريم الديبسي وزهير ياسين) في أنه لا يمكن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للمعلومات الدينية بسبب ضعف الرقابة وأنه يجب الرجوع إلى المصدر الرئيسي للمعلومات الدينية للتأكد من صحتها ومصداقيتها، كما اتفقت نتائج الجدول السابق مع نتائج الدراسات السابقة التي أجريت حول العلاقة بين الإسلام والإنترنت والتي أشارت نتائجها إلى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المعلومات المغلوطة عن الدين الإسلامي في تشويه صورة المسلمين وبناء عداوة بين المسلمين المغتربين في الدول الأجنبية والمواطنين الأجانب.

وبالمقارنة بين نتائج الجدول السابق ونتائج الجدول رقم (15) يتضح أن الآثار الإيجابية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي على المبحوثين نتيجة لإدراك القضايا الدينية أكثر من الآثار السلبية مما يدل على قدرة تلك المواقع في رفع وعي الجمهور بتلك القضايا.

ولكن تظل الخطورة قائمة إن لم يكن هناك رقابة مشددة على الفتاوي الدينية التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتجنب المخاطر التي من الممكن أن تنتج عنها في حال إقتناع الجمهور بها وتبنيها بل وتطبيقها على أرض الواقع.

نتائج إختبارات الفروض:-

الفرض الأول:- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراك القضايا الدينية المطروحة.

جدول رقم (17) العلاقة بين كثافة الإستخدام وتأثيرها على إدراك القضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي		تأثيرها على إدراك القضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
P	r	
.023	120.	

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على إدراك القضايا الدينية المطروحة لأن مستوى المعنوية =0.23 وبتلك النتيجة يثبت صحة الفرض الأول وتتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج الدراسات السابقة التي أثبتت نتائجها أنه كلما زادت كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كلما ارتفعت نسبة تأثير المحتوى المقدم عبر تلك المواقع على مستخدميه .

الفرض الثاني:- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين طبقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع- الفئة العمرية- المستوى التعليمي- المستوى الاجتماعي الاقتصادي) في كلاً من (كثافة الاستخدام- دور المواقع في إدراكهم للقضايا الدينية- تأثير مشاركتهم على تغيير الاتجاهات والسلوكيات).

جدول رقم (18) العلاقة بين النوع وكثافة الاستخدام ودور المواقع في إدراك القضايا الدينية وتأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات.

النوع	الذكور			الإناث			قيمة ت	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
كثافة الاستخدام	204	1.89	.847	196	1.78	.811	1.406	398	.160
إدراك القضايا الدينية	204	31.50	5.08	196	31.03	5.41	.913	398	.362
تأثير المشاركة في القضايا على تغيير الاتجاهات والسلوكيات	181	2.10	.578	176	2.18	.521	1.315-	355	.189

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً لمتغير النوع وكلاً من (كثافة الاستخدام- دور المواقع في إدراكهم للقضايا الدينية-

تأثير مشاركتهم على تغيير الاتجاهات والسلوكيات) لأن قيمة مستوى المعنوية في تلك المتغيرات أكبر من 0.05 وهي قيمة غير دالة إحصائياً، كما يتضح من بيانات الجدول السابق إلى إنخفاض درجات الحرية في متغير " تأثير المشاركة في القضايا على تغيير الاتجاهات والسلوكيات" من 398 إلى 355 نظراً لانخفاض اجابات الباحثين على هذا المتغير.

جدول رقم (19) العلاقة بين المرحلة العمرية وكثافة الاستخدام ودور المواقع في ادراك القضايا الدينية وتأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات.

مستوى المعنوية	درجات الحرية		قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المرحلة العمرية	كثافة الاستخدام
	داخلى المجموعات	بين المجموعات						
.000	2	397	9.491	809.	1.71	260	25-18	
				.776	2.14	88	30-25	
				.895	1.94	52	35-31	
.031	2	397	3.513	4.84	30.95	260	25-18	إدراك القضايا الدينية
				5.56	32.56	88	30-25	
				6.30	30.71	52	35-31	
.001	2	354	6.960	498.	2.09	231	25-18	تأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات
				.522	2.33	82	30-25	
				.762	2.02	44	35-31	

تشير بيانات الجدول السابق إلى:-

- وجود فروق دالة إحصائياً بين الباحثين وفقاً للمرحلة العمرية فيما يتعلق (بكثافة الاستخدام) لأن قيمة ف= 9.491 و مستوى المعنوية= .000.

كما يتضح أن الفروق دالة إحصائياً لصالح الفئة العمرية (25-30) لأن المتوسط الحسابي= 2.14 مقابل المتوسط الحسابي للفئة العمرية " 35-31 " = 1.94 ، " 25-18 " = 1.71 .

- وجود فروق دالة إحصائياً بين الباحثين وفقاً للمرحلة العمرية فيما يتعلق (بإدراك القضايا الدينية) لأن قيمة ف= 3.513 والقيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية= .031. ويتضح أن الفروق دالة إحصائياً لصالح الفئة العمرية (25-30) لأن المتوسط الحسابي= 32.56 مقابل المتوسط الحسابي للفئة العمرية " 25-18 " = 30.95 ، " 35-31 " = 30.71

- وجود فروق دالة إحصائياً بين الباحثين وفقاً للمرحلة العمرية فيما يتعلق (بتأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات) لأن قيمة ف= 6.960 والقيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية= .001. ويتضح أن الفروق دالة إحصائياً لصالح

الفئة العمرية (25-30) لأن المتوسط الحسابي = 2.33 مقابل المتوسط الحسابي للفئة العمرية " 18-25 " = 2.09 " 31-35 " = 2.02 ، ويتضح من بيانات الجدول انخفاض درجات الحرية لمتغير " بتأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات" من 397 إلى 354 نتيجة انخفاض اجابات المبحوثين.

جدول رقم (20) مصدر التباين بين فئات المرحلة العمرية للمبحوثين فيما يتعلق بكل من (كثافة الاستخدام- إدراك القضايا الدينية- تأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات)

مستوى المعنوية	الفروق بين المتوسطات	المرحلة العمرية	المرحلة العمرية	كثافة الإستخدام
.000	.42	30-25	24-18	كثافة الإستخدام
.000	.42	35-31	30-25	
.012	1.6	30-25	24-18	إدراك القضايا الدينية
.012	1.6	24-18	30-25	
.042	1.8	35-31		
.001	.24	30-25	24-18	تأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات
.001	.24	24-18	30-25	
.003	.31	35-31		
.003	.31	30-25	35-31	

أولاً- مصدر التباين بين فئات المرحلة العمرية للمبحوثين فيما يتعلق بكثافة الاستخدام.

- وجود فروق دالة إحصائية بين الفئة العمرية " 18-24 " و " 25-30 " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 42. عند مستوى المعنوية = 000.

- وجود فروق دالة إحصائية بين " 25-30 " و " 31-35 " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 42. عند مستوى المعنوية = 000.

ثانياً- مصدر التباين بين فئات المرحلة العمرية للمبحوثين فيما يتعلق بإدراك القضايا الدينية.

- وجود فروق دالة إحصائية بين الفئة العمرية " 18-24 " و " 25-30 " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 1.6. عند مستوى المعنوية = 012.

- وجود فروق دالة إحصائية بين " 25-30 " و " 18-24 " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 1.6. عند مستوى المعنوية = 012.

- وجود فروق دالة إحصائية بين " 25-30 " و " 31-35 " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 1.8. عند مستوى المعنوية = 042.

ثالثاً- مصدر التباين بين فئات المرحلة العمرية للمبحوثين فيما يتعلق بتأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات.

- وجود فروق دالة إحصائية بين الفئة العمرية " 18-24 " و " 25-30 " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 24. عند مستوى المعنوية = 0.001.

- وجود فروق دالة إحصائية بين " 25-30 " و " 18-24 " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 24. عند مستوى المعنوية = 0.001.

- وجود فروق دالة إحصائية بين " 25-30 " و " 31-35 " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 31. عند مستوى المعنوية = 0.003.

- وجود فروق دالة إحصائية بين " 31-35 " و " 25-30 " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 31. عند مستوى المعنوية = 0.003.

تشير بيانات الجدول السابق أن مصدر التباين بين المجموعات في كلاً من (كثافة الاستخدام- إدراك القضايا الدينية- تأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات يرجع إلى:-

- وجود فروق بين المرحلة العمرية 18-24 مع المرحلة العمرية من 25-30 لصالح الفئة الأكبر في المرحلة العمرية الاستخدام لان المتوسط الحسابي 2.14 مقابل 1.71 جدول رقم (21) العلاقة بين المستوى التعليمي وكلاً من (كثافة الاستخدام ودور المواقع في إدراك القضايا الدينية وتأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات).

مستوى المعنوية	درجات الحرية		قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المستوى التعليمي	كثافة الاستخدام
	داخل المجموعات	بين المجموعات						
.002	2	397	6.448	.826	1.74	214	طالب جامعي	
				.816	2.03	145	بكالوريوس	
				.794	1.66	41	دراسات عليا	
.051	2	397	3.005	5.14	30.75	214	طالب جامعي	إدراك القضايا الدينية
				5.24	32.11	145	بكالوريوس	
				5.56	31.02	41	دراسات عليا	
.175	2	354	1.752	494.	2.09	184	طالب جامعي	تأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات
				.606	2.20	138	بكالوريوس	
				.601	2.14	35	دراسات عليا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى:-

- وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي فيما يتعلق بكثافة الاستخدام لأن قيمة $F = 6.448$ والقيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية = 0.002. كما يتضح أن الفروق دالة إحصائياً لصالح المستوى التعليمي (بكالوريوس) لأن المتوسط الحسابي = 2.03 مقابل المتوسط الحسابي للمستوى التعليمي " طالب جامعي" = 1.74 ، " دراسات عليا" = 1.66
- وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي فيما يتعلق بإدراك القضايا الدينية لأن قيمة $F = 3.005$ والقيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية = 0.051. كما يتضح أن الفروق دالة إحصائياً لصالح المستوى التعليمي (بكالوريوس) لأن المتوسط الحسابي = 32.11 مقابل المتوسط الحسابي " دراسات عليا" = 31.02 للمستوى التعليمي " طالب جامعي" = 30.75 .
- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي فيما يتعلق بتأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات لأن قيمة $F = 1.752$ والقيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية = 0.175.

جدول رقم (22) مصدر التباين بين فئات المستوى التعليمي للمبحوثين فيما يتعلق بكل من (كثافة الاستخدام- إدراك القضايا الدينية)

مستوى المعنوية	الفروق بين المتوسطات	المستوى التعليمي	المستوى التعليمي	كثافة الاستخدام
.001	.92	بكالوريوس	طالب جامعي	
.001	.29	طالب جامعي	بكالوريوس	
.011	.37	دراسات عليا	دراسات عليا	
.011	.37	بكالوريوس		
.016	1.36	بكالوريوس	طالب جامعي	إدراك القضايا الدينية

تشير نتائج الجدول السابق إلى :-

- أولاً- مصدر التباين بين فئات المستوى التعليمي للمبحوثين فيما يتعلق بكل من (كثافة الاستخدام)
- يرجع إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين المستوى التعليمي " طالب جامعي" و " بكالوريوس" " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 0.92. عند مستوى المعنوية = 0.001.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين " بكالوريوس" و " طالب جامعي" لأن قيمة المتوسط الحسابي = 0.29. عند مستوى المعنوية = 0.001.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين " بكالوريوس " و " دراسات عليا " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 37. عند مستوى المعنوية = 0.11.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين " دراسات عليا " و " بكالوريوس " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 37. عند مستوى المعنوية = 0.11.
- ثانياً- مصدر التباين بين فئات المستوى التعليمي للمبحوثين فيما يتعلق (بإدراك القضايا الدينية) يرجع إلى وجود فروق دالة إحصائية بين المستوى التعليمي " طالب جامعي " و " بكالوريوس " " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 1.36. عند مستوى المعنوية = 0.16.

جدول رقم (23) العلاقة بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي وكثافة الاستخدام ودور المواقع في إدراك القضايا الدينية وتأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات.

مستوى المعنوية	درجات الحرية		قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	
	داخلة	بين المجموعات						
.007	2	397	5.059	799.	1.67	155	منخفض	كثافة الاستخدام
				.820	1.93	159	متوسط	
				.866	1.95	86	مرتفع	
.003	2	397	5.973	5.33	30.28	155	منخفض	إدراك القضايا الدينية
				4.96	32.30	159	متوسط	
				5.30	31.16	86	مرتفع	
.136	2	354	2.008	589.	2.08	134	منخفض	تأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات
				.493	2.13	143	متوسط	
				.579	2.24	80	مرتفع	

تشير نتائج الجدول السابق إلى :-

- وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي فيما يتعلق بكثافة الاستخدام لأن قيمة ف = 5.059 والقيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية = 0.007. كما يتضح أن الفروق دالة إحصائياً لصالح المستوى الاجتماعي الاقتصادي " المرتفع " لأن المتوسط الحسابي = 1.95 مقابل المتوسط الحسابي للمستوى " المتوسط " = 1.93 ، والمتوسط الحسابي للمستوى " المنخفض " = 1.67.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي فيما يتعلق بإدراك القضايا الدينية لأن قيمة ف = 5.973 والقيمة دالة إحصائياً

عند مستوى المعنوية =0.003 ، كما يتضح أن الفروق دالة إحصائياً لصالح المستوى الاجتماعي الاقتصادي " المتوسط " لأن المتوسط الحسابي = 32.30 مقابل المتوسط الحسابي للمستوى " المرتفع " = 32.30 ، والمتوسط الحسابي للمستوى " المنخفض " = 30.28 .

- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي فيما تأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات لأن قيمة ف = 2.008 والقيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية = 0.136. ويتضح من بيانات الجدول انخفاض درجات الحرية لتغيير " تأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات " من 397 إلى 354 نتيجة انخفاض اجابات المبحوثين.

جدول رقم (24) مصدر التباين بين فئات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين فيما يتعلق بكل من (كثافة الاستخدام- إدراك القضايا الدينية)

مستوى المعنوية	الفروق بين المتوسطات	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	كثافة الاستخدام
.005	26.	متوسط	منخفض متوسط مرتفع	كثافة الاستخدام
.011	28.	مرتفع		
.005	26.	منخفض		
.011	28.	منخفض		
.001	2.01	منخفض	متوسط	إدراك القضايا الدينية

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مصدر التباين بين فئات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين فيما يتعلق بكل من (كثافة الاستخدام- إدراك القضايا الدينية) يرجع إلى:-

- وجود فروق دالة إحصائية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي " المنخفض " و "المتوسط" في كثافة الاستخدام لأن قيمة المتوسط الحسابي = 26. عند مستوى المعنوية = 0.005.
- وجود فرق دالة إحصائياً بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي " المنخفض " و " المرتفع " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 28. عند مستوى المعنوية = 0.011.
- وجود فرق دالة إحصائياً بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي " المتوسط " و " المنخفض " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 26. عند مستوى المعنوية = 0.005.
- وجود فرق دالة إحصائياً بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي " المرتفع " و " المنخفض " لأن قيمة المتوسط الحسابي = 28. عند مستوى المعنوية = 0.011.

- كما يتضح من بيانات الجدول وجود فرق دالة إحصائياً بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي " المتوسط" و " المنخفض" وإدراك القضايا الدينية لأن قيمة المتوسط الحسابي = 2.01 عند مستوى المعنوية = 0.001.

ومن خلال النتائج السابقة ثبت صحة الفرض الثاني جزئياً وهو توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (المرحلة العمرية- المستوى التعليمي- المستوى الاجتماعي الاقتصادي) وبين كل من (كثافة الاستخدام- دور المواقع في إدراكهم للقضايا الدينية- تأثير مشاركتهم على تغيير الاتجاهات والسلوكيات).

وترجع الباحثة النتائج السابقة إلى الأسباب التالية:-

- تساهم الخصائص الديموغرافية في التأثير على كثافة الاستخدام فالمرحلة العمرية التي جاءت النتائج لصالح (25-30) تعد مرحلة نضوج للفرد مما ساعد على وجود علاقة بينها وبين ارتفاع مستوى ادراك القضايا الدينية مما أدى إلى التأثير على تغيير الاتجاهات والسلوكيات والتي ظهرت فقط في المرحلة العمرية ولم تظهر في المتغيرات الديموغرافية الأخرى.

- ترجع الباحثة وجود الفروق بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي وكثافة الاستخدام التي ظهرت لصالح المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط إلى النتائج التي توصلت لها دراسة (أمانى عمر الحسيني) أن وسيلة الإنترنت وسيلة غير مكلفة لعرض الرأى وإزالة الحواجز والحدود .

- وتتفق النتائج السابقة مع احدى الفروض التي قامت عليها نظرية الاستخدامات والاشباع حيث يعتمد استخدام وسائل الاتصال على الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.

كما يتضح من نتائج الجداول السابقة عدم ثبوت صحة الفرض الثاني جزئياً فى الأتى:-

- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً لمتغير النوع وكلاً من (كثافة الاستخدام- دور المواقع فى إدراكهم للقضايا الدينية- تأثير مشاركتهم على تغيير الاتجاهات والسلوكيات) لأن قيمة مستوى المعنوية فى تلك المتغيرات أكبر من 0.05 وهى قيمة غير دالة إحصائياً.

- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي فيما يتعلق بتأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات لأن قيمة $F=1.752$ والقيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية $=0.175$.

- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي فيما يتعلق بتأثير المشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات لأن قيمة $F=2.008$ والقيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية $=0.136$.

وترجع الباحثة عدم وجود فروق بين المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في (النوع- المستوى الاجتماعي الاقتصادي، المستوى التعليمي) على تغيير الاتجاهات والسلوكيات إلى الأسباب التالية:-

- انخفاض متابعة القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي جاءت في الترتيب الأول مرة واحدة فقط بنسبة 44%. مما انعكس على نسبة مشاركة المبحوثين.

- أن نسبة مشاركة المبحوثين في القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في الترتيب الأول (إعجاب فقط) وهي أقل عنصر من عناصر التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- أن من أهم دوافع تعرض المبحوثين للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في الترتيب الأول (الاتجاه للربط بين الدين والحياة) بنسبة 44.8% وأن دافع (الاتجاه لتعديل السلوكيات) جاء بنسبة منخفضة 34% مما أدى إلى عدم ظهور التأثير بنسبة كبيرة للمشاركة على تغيير الاتجاهات والسلوكيات وتتفق النتيجة السابقة مع نتائج الدراسات السابقة التي طبقت نظرية الاستخدامات والشبكات بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة.

الفرض الثالث:- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إدراك الشباب للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين التغيير في الاتجاهات الدينية والحياتية والمجتمعية.

جدول رقم (25) العلاقة بين إدراك الشباب للقضايا الدينية وبين التغيير في الاتجاهات الدينية والحياتية والمجتمعية.

التغيير في الاتجاهات الدينية والحياتية والمجتمعية		إدراك الشباب للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
P	r	
.000	.442	

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية بين إدراك الشباب للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين التغيير في الاتجاهات الدينية والحياتية والمجتمعية والعلاقة دالة إحصائياً عن مستوى المعنوية 000. وبذلك يثبت صحة الفرض الثالث.

تتفق نتيجة الفرض السابق مع نتائج دراسة (Iman Lechkar) التي أشارت نتائجها أن الفيس بوك يساهم بدور كبير في تشكيل الأفكار والالتزامات الأخلاقية ، كما تتفق نتيجة الفرض السابق مع نتيجة دراسة (mavloes hamlinet) التي أثبتت وجود علاقة قوية الدلالة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين أداء العلاقات الاجتماعية، كما اتفقت أيضاً نتيجة الفرض السابق مع نتائج دراسة (عبد الكريم الديبسي وزهير ياسين) في أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية اتجاه الأنشطة والفاعليات التي تدعو إليها الحكومة.

الخلاصة

أ- مناقشة لأهم النتائج:-

يمكن مناقشة أهم النتائج التي توصل إليها البحث حول استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بإدراك القضايا الدينية في النقاط التالية:-

- أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب لمواقع التواصل وإدراك القضايا الدينية التي تطرحها تلك المواقع فتوصلت النتائج إلى أن المتابعة تدل على متوسط متابعة القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومن أكثر القضايا الدينية المطروحة والأكثر متابعة من قبل الشباب قضايا (الفروض والعبادات- قضايا

متعلقة بالمفاهيم الصحيحة للدين- قضايا معاصرة) في أوقات إثارة القضية- شهر رمضان.

- ساهمت عناصر التفاعل التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي بدور كبير في إدراك القضايا الدينية وظهرت بنسبة كبيرة في (التويتات والبوستات الخاصة برجال الدين كأراء مصاحبة للقضايا الدينية- وضع عبارات رجال الدين كعناوين للقضايا الدينية المطروحة- تقديم القضية الدينية في شكل فيديوهات).

- من أبرز دوافع تعرض المبحوثين للقضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أنها من أكثر الوسائل التي تقوم بطرح القضايا الدينية التي لا يتم طرحها

فى وسائل الإعلام الأخرى وأشارت النتائج أن من أكثر أشكال مشاركة الباحثين فى القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعى هى إعجاب فقط وكتابة تعليق.

- من أكثر الآثار الإيجابية التى نتجت عن مشاركة الباحثين فى القضايا الدينية عبر مواقع التواصل تغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم فى التعاملات الحياتية فى حين تركزت الآثار السلبية فى تداول بعض المعلومات والفتاوى الخاطئة والمشكوك فى مصداقيتها.

- ثبت صحة الفرض الثانى جزئياً فى وجود فروق دالة إحصائية بين الباحثين وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (المرحلة العمرية- المستوى التعليمى- المستوى الاجتماعى الاقتصادى) وبين كل من (كثافة الاستخدام- دور المواقع فى إدراكهم للقضايا الدينية- تأثير مشاركتهم على تغيير الاتجاهات والسلوكيات) فى حين لم يثبت صحة الفرض الثانى جزئياً فى وجود فروق دالة إحصائية بين الباحثين وفقاً لمتغير النوع وكلاً من (كثافة الاستخدام- دور المواقع فى إدراكهم للقضايا الدينية- تأثير مشاركتهم على تغيير الاتجاهات والسلوكيات).

- ثبت صحة الفرض الثالث فى وجود علاقة ارتباطية طردية بين إدراك الشباب للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعى وبين التغيير فى الاتجاهات الدينية والحياتية والمجتمعية وتدل النتائج السابقة على وجود علاقة بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعى وإدراك القضايا الدينية والتى نتج عنها ارتفاع الآثار الإيجابية بالمقارنة بالسلبية والتى تركزت معظمها فى تغيير السلوكيات السلبية الخاطئة مما يؤكد على أهمية دور مواقع التواصل الاجتماعى فى طرح القضايا الدينية وما تتركه من آثار على مستخدميها.

ب-مقترحات بحثية

تقترح الباحثة فى ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج ، مجموعة من المقترحات البحثية تتمثل فى الآتى:-

- 1- إجراء دراسات بحثية عن مستوى الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعى ومنع كل من يقدم فتاوى تسيء للدين وتسبب التطرف.
- 2- إعداد بحوث علمية تتعلق بدراسة تحليل مضمون نوعية المعلومات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعى للتأكد من مدى مصداقيتها وصلاحتها حتى يكون هناك فهم صحيح للدين والبعد عن المخاطر التى من الممكن أن تنتج عنها.
- 3- تقدم الجهات الرقابية بالتعاون مع مؤسسة الأزهر الشريف قواعد التحدث فى الدين عبر مواقع التواصل الاجتماعى وعدم ترك المجال مفتوحاً لإحداث التشتت الذى ينتج عن نشر معلومات خاطئة.

مراجع البحث:-

- 1- حسن عماد مكاوي، إيلى حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**, ط6, القاهرة, الدار المصرية اللبنانية, 2006, ص. 239
- 2- Anita Whiting David Williams, "Why people Use Social Media: a Uses and Gratifications approach", **Qualitative Market Research, International Journal**, Vol. 16 No, 4, 2013, Available at: - <http://dx.doi.org/10.1108/QMR-06-2013->
- 3- Williams, D.L., Crittenden, V.L., Keo, T. and McCarty, P., "The Use of Social Media: Anexploratory Study of Uses Among Digital Natives", **Journal of Public Affairs**, Vol. 12, No. 2, pp. 127-136, 2012.
- 4- Nandarajan, Murugan; Zaman, Maliha; Dai, Qizhi; Arinze, Bay (June). "Generation Y Adoption of Instant Messaging: Examination of the Impact of Social Usefulness and Media Richness on Use Richness", **journal of Network Intelligence Studies**, VoL .53 No.4, 2010 Availableat:<http://proquest.aumi.com/pqdweb?did=739223421&id=1&>
- 5- ولجا جوديس بيلى، بيلى كاميرتس، نيكوكار بننتير، "فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد (القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009)، ص. 71
- 6- Sheer, Vivian C. "Teenagers' Use of MSN Features, Discussion Topics, and Online Friendship Development: The Impact of Media Richness and Communication Control". **Communication Quarterly**, VoL .59, No.1.pp, 82–103. 2011.
- 7- Simon, Steven John; Peppas, Spero C. "An Examination of Media Richness Theory in Product Web Site Design: an Empirical Study". **The Journal of Policy and Stratgy for Telecommunications, Information and Media**. VoL .11, No.2, pp, 123-128, 2004.
- 8- محمد بن علي السويد ، استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي تويتر وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية، **بحث مقدم في: مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعية.التطبيقات والإشكالات المهنية**، كلية الإعلام والاتصال , جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، 1436هـ، 10-11 مارس 2015، الرياض ، ص58.
- 9- اللجنة المنظمة لفعاليات ، **قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب**، دراسة كمية : مع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في مختلف أرجاء العالم العربي ، خلال الفترة من 17 إلى 18 مارس 2015م في مركز دبي التجاري العالمي.
- 10- نواف بنت عجمى ، الاستخدامات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في انحراف الشباب : دراسة من منظور طالبات جامعة الملك سعود، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، قسم علم الاجتماع، 2015) ص 198.

- 11- أمانى عمر الحسينى، العلاقة بين استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي والفاعلية السياسية الداخلية والخارجية : دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات المصرية ، **بحث منشور في:المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الخمسون- يناير- مارس 2015 ص ص 60-61.
- 12- فهد بن علي الطيار " شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة" تويتر نموذجاً : دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، **بحث منشور في : المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب**، مجلد 31، العدد 61، 2014. ص 126.
- 13- أحمد يونس حموده، دور شبكات التواصل الاجتماعي فى تنمية مشاركة الشباب الفلسطينى فى القضايا المجتمعية رسالة ما جيسستير غير منشورة، (جامعة الدول العربية، معهد الدراسات العربية، قسم الدراسات الاعلامية، 2014) ص ص 98-102 .
- 14- أفنان طلعت ، استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها علي علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (كلية الاعلام، جامعة القاهرة ، قسم صحافة 2014) ص 198.
- 15- أسامة محمد عبد الرحمن، دور الفيس بوك فى إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصرى، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام ، 2014) ص 212.
- 16- أحمد رفاعى، العلاقة بين استخدام الشباب المصرى لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية : دراسة ميدانية على عينة عمدية من مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام، 2014). ص 219.
- 17- رباب رأفت الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي : دراسة ميدانية ،**رسالة ما جيسستير غير منشورة** (جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاتصال والإعلام، قسم الصحافة ، 2013) ص 196.
- 18- عبد الكريم صالح باحاج، استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي رسالة **ماجستير غير منشورة**،(جامعة الدول العربية،معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013) ص 210.
- 19- عبدالكريم علي الديبسي وزهير ياسين، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأى العام لدى طلبة الجامعات الأردنية) ، **بحث منشور في: مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية**، المجلد 40 ، العدد 1 ، جامعة البترا ، عمان، الأردن.2013
- 20- محمد درويش، القيم الأخلاقية للتواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت من منظور إسلامي: دراسات تربوية ونفسية ، **مجلة التربية**، جامعة الزقازيق- العدد 80- يوليو 2013. ص 390.
- 21- منى حسن خضر، دور الإنترنت في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على طلاب جامعة المنوفية، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، (جامعة المنوفية، كلية الآداب، قسم الاجتماع، 2013).
- 22- محمد رضا حبيب ، معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد فى مصر: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور ، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، قسم الصحافة، 2013) ص 138.

23- حنان شعشوع، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية:-
الفييس بوك وتويتر نموذجا"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الملك عبد العزيز
كلية الآداب والعلوم الإنسانية قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، 2013) ص 218.

24- محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة
لمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذج أ" تأثير شبكات التواصل
الاجتماعي على جمهور المتلقين/ دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية،
رسالة ماجستير غير منشورة، (الدنمارك، الأكاديمية العربية المفتوحة، 2012) ص 98.

25- Essam, M., 2012. The Role of Social Networking Sites in The
January 25th Revolution in Egypt. Library Review, **Journal of
(SNSs) Vol.6 ,No. 2,pp, 128-159, Available at:**

www.researchgate.net/publication

26- Shahzad ali, Muhammad Khalid1 and Muhammad, Department of
Mass Communication, **UN Published M.A. Dissertation,**
(Bahauddin Zakariya University, Multan, Pakista, 2016) Available at:
www.thermodereligion.com.

27- أمينة جاد أحمد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الاحاد دراسة نقدية في ضوء
الكتاب والسنة"، بحث مقدم في:- مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في
الإسلام ، الجامعة الإسلامية ، 23-11-2016 ، المدينة المنورة، ص 78.

28- حمدي بشير محمد، التطرف الديني عبر وسائل التواصل الاجتماعي "المخاطر وسبل
المواجهة"، بحث منشور في: مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في
الإسلام" الجامعة الإسلامية، 23-11-2016، المدينة المنورة ، ص 54 .

29- محمد علي يحيى، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على عقيدة المسلم، بحث منشور في:
مجلة جامعة المدينة العالمية، متاح على موقع:-

www.js.mediu.edu.my/index.php/majmaa/article/view/187

30- أيمن محمد عبد القادر، فاعلية الإنترنت في إثراء الفكر الإسلامي، بحث منشور، متاح
على موقع :-

<http://www.ashoroq.net>

31- Katrien Pype, Being Muslim in the age of Facebook, Youtube and
Twitter, **Un Published PhD Dissertation,** (KU University, the
Faculty of Social Sciences 2015) Available at
<http://soc.kuleuven.be/web/staticpage/1/1/eng/5>.

32- Megan Bartel "Religious Groups and "Soft Power" Through the
Internet. **UN Published Phd. Dissertation,** Bahauddin Zakariya
(University of Calgary, 2014). Available at:
<http://www.springerlink.com/content/ehost/delivery?=12&hidish>

33- Marloes Hamelinck, "Phones, Boyfriends and buibui's: Zanzibari
Women and The Mediation of Swahili Islam **UN Published Phd.
Dissertation.** (Utrecht University 2014.) Available at:

<http://proquest.aumi.com/pdweb?did=794673561&sid=1&fmt=2&cli>

34- Jitte Brys, "Islamic Hiphop in Jakara and Social Media (SOAS London University.2013) Available at:
www.multicultural.net/newslater/article.

35- Abdel rahman El Aissati, "Tattoos for Believers: Constructing Religious Identities among Moroccans in the Diaspora1, **Journal of Islam in Asia**, 2013, Available At
<http://proquest.aumi.com/pqdweb?did=739223421&sid=1&fmt=2&c>

[clientid=93083&RQT=309&vname=PQD](http://proquest.aumi.com/pqdweb?did=739223421&sid=1&fmt=2&c&clientid=93083&RQT=309&vname=PQD)

36- Abdi O. Shuriye& Bello K. Adeyemi. IMpact of New Media Technology on Muslim-Western Relation. **Journal of Asian Scientific Research**, Vol.3, No.12, PP, 1210-1219, 2013, Available at: www.multicultural.net/newslater/article

37- Iman Lechkar, "Belgian Muslim Converts, Facebook and the Ideal of Solidarity and a Human Centered Information, an Article
Available At: <https://lirias.kuleuven.be/handle/123456789/434629>