

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.م.د / إبراهيم بسيوني - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الخامس والسبعون - الجزء الأول - محرم ١٤٤٧هـ - يوليو ٢٠٢٥م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- ٩ ■ الاتجاهات الحديثة في البحوث الصحفية للصراع العربي الإسرائيلي-  
دراسة تحليلية من المستوى الثاني أ.م.د/ إبراهيم علي بسيوني محمد
- ١٤٩ ■ الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات سيميائية الصورة الدرامية:  
دراسة تحليلية من المستوى الثاني أ.م.د/ نادية قطب إبراهيم
- ٣٢٧ ■ دور البرامج الإذاعية الرقمية في تعزيز تفاعل الجمهور عبر المنصات  
الإلكترونية «دراسة للبودكاست التفاعلي» أ.م.د/ محمود جمال سيد
- ٤٦٩ ■ الفجوة الجيلية في استخدام المنصات الرقمية: التحولات السلوكية بين  
المراهقين والشباب في ظل صعود الذكاء الاصطناعي- دراسة ميدانية  
مقارنة أ.م.د/ نها عبد المقصود غالي
- ٥٧٩ ■ انعكاسات استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة  
عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب النفسي لدى  
طلاب الجامعات المصرية: «دراسة ميدانية» أ.م.د/ ممدوح السيد شتلة
- ٦٧٣ ■ تعرض الجمهور المصري لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل  
الاجتماعي وعلاقته بالصورة الذهنية المكونة لديهم - دراسة ميدانية  
أ.م.د/ رباب صلاح السيد إبراهيم
- ٧٧٣ ■ تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب وعلاقته  
بتشكيل اتجاهاتهم نحوه.. دراسة ميدانية د/ محمد محب ناصف

- دور الإعلانات المقروءة من مضيفي البودكاست في الثقة المدركة والتفاعل مع العلامات التجارية - دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الارتباط العاطفي مع العلامة التجارية  
د/ منة الله محمد عبد الحميد
- 
- وعي طلاب الإعلام بالجامعات المصرية بعلاقة تحيز الخوارزميات بالاضطهاد الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة حالة لإعلام أسيوط  
د/ شريهان محمد توفيق عبد الحافظ
- 
- الابتكار في استراتيجيات العلاقات العامة وعلاقته بتنمية الرفاه الرقمي في بيئات العمل الهجينة: دراسة تطبيقية على جامعة عين شمس  
د/ سمر أحمد حسنين مهران
-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ  
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة - الآية (١٠٥)

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواحد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

## مجلة البحوث الإعلامية .. الأولى عربياً

الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله

وبعد ،،

القراء والباحثين الأعزاء ..

نقدم لكم العدد الخامس والسبعين من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدر عن كلية الإعلام جامعة الأزهر ، وقد حصلت المجلة على سمعة طيبة - بفضل الله تعالى - بين الباحثين وأساتذة الإعلام على مستوى مصر والوطن العربي، حيث صنفت وفقاً لتقييم المجلس الأعلى للجامعات وللعام الرابع على التوالي بأعلى درجة تقييم ، وكانت من أولى المجالات التي تحصل على سبع نقاط ، وحصلت على تصنيف فئة Q1 وفقاً لمعامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية "أرسيف"، وهي الفئة الأعلى في المجالات العلمية ، حيث تعد المجلة وفقاً للتقرير السنوي للمجلات العربية لعام ٢٠٢٤ هي الأولى عربياً في تخصص الإعلام والاتصال ، والسادسة على مستوى بقية المجالات العلمية في التخصصات الأخرى للعام ٢٠٢٤ م ، وهي مرتبة متقدمة تليق بالمجلة ، لأنها نتاج جهد وتوفيق من الله تعالى ، وأعتقد أن وراء هذا التميز مجموعة من الأسباب :

أولاً: المجلة لديها نظام صارم في قبول أو عدم قبول الأبحاث العلمية ، إذ تخضع الدراسات لنظام تحكيم معمم من اثنين من المحكمين لا تقل رتبته عن درجة أستاذ ، وفي التخصص الدقيق للبحث .

ثانياً : تضم قائمة المحكمين كل أساتذة الإعلام بفروعه وتخصصاته الدقيقة المختلفة من جامعة الأزهر والجامعات المصرية الذين يقرؤون البحوث العلمية بعناية ، ويقومون بإعداد قائمة طويلة من التعديلات التي تستهدف تقوية البحث ، مما يعود بالنفع على الباحث والمجلة .

ثالثاً: وجود درجة ثقة عالية من الباحثين للنشر في مجلة البحوث الإعلامية ، لما يلمسونه من جدية في الإجراءات والمراحل المختلفة للتعامل مع البحث والباحث من قبل هيئة تحرير المجلة ، وانتشرت مقولة مهمة بين الباحثين : أنهم يدخرون الأبحاث القوية للنشر في مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر .

رابعاً : لابد هنا من الإشادة بالمستوى الاحترافي الذي يقوم به أعضاء هيئة تحرير المجلة ابتداء من التأكد من اتباع أخلاقيات النشر العلمي ، وانتهاء بإتاحة المجلة بأوعيتها الرقمية والورقية ، ومرورا بكل مراحل التعامل مع البحث والباحث ، ومما تجدر الإشارة إليه أن النظام الإلكتروني في المجلة سجل رفض نشر ١٤١ بحثا خلال الثلاث سنوات الأخيرة ، إما لرفض المحكمين للبحث أو لعدم استيفاء شروط النشر العلمي وفق ضوابط النشر في المجلة .

خامساً : الإتاحة الرقمية لأكثر من ٩٥ ٪ من أبحاث المجلة التي نشرت بها منذ العام ١٩٩٣م ، وكانت النتيجة وفقا للإحصائيات المتوفرة في موقع المجلة الإلكتروني أن المجلة تتيح رقميا أكثر من ١١٨٠ بحثا علميا بنظام الإتاحة المجانية open access ، تم تحميلها من قبل الباحثين والمهتمين لحوالي ١٣٠٠٠٠٠٠ مرة تحميل ( مليون وثلاثمائة ألف تحميل لملفات ال PDF الخاصة بأبحاث المجلة ) كما تم استعراض هذه البحوث - بدون تحميل - لأكثر من سبعمائة وخمسين ألف مرة ، وهي أرقام تؤشر لأهمية وثناء ونوعية البحوث المنشورة في المجلة .

وفي الختام أود أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى قيادات جامعة الأزهر : الأستاذ الدكتور سلامة داود رئيس الجامعة والأستاذ الدكتور محمود صديق نائب رئيس الجامعة للدراسات العليا والبحوث ، و لشركاء النجاح من الباحثين والأساتذة المحكمين وهيئة تحرير المجلة ، ونسأل الله تعالى دوام التوفيق ، وأن يستعملنا في طاعته ومرضاته ، إنه ولي ذلك والقادر عليه .

وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

والحمد لله رب العالمين .

**أ.د/ رضا عبد الواحد أمين**

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجله	اسم الجهه / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	المجله العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكئئبية، كلية الإعلام	2536-9393	2735-4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-914X	2682-4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536-9237	2735-4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9158	2682-4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9131	2682-4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110-5836	2682-4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110-5844	2682-4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجله البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجله البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالى للإعلام بالشروق	2357-0407	2735-4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجله إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جميعه كليات الإعلام العربية	2356-9891	2682-4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجله بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314-8721	2314-873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735-3796	2735-377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجله الدوليه لبحوث الإعلام والاتصالات	جميعه تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812-4812	2812-4820	2023	7

**تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب  
وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحوه.. دراسة ميدانية**

- **“The Exposure of University Youth to Shiite Discourse on YouTube Channels and Its Relation to the Formation of Their Attitudes towards It  
A Field Study**

● د/ محمد محب ناصف نصير

مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة الأزهر

Email: mohammednossir1829.el@azhar.edu.eg

## ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب، وكذلك اتجاهاتهم نحو هذا الخطاب، بالإضافة إلى التعرف على طبيعة وأشكال التفاعل معه، وتأثيرات هذا التعرض لهذا الخطاب في تشكيل فكر واتجاهات الشباب الجامعي، وقد استخدم الباحث منهج المسح، وتم التطبيق على عينة قوامها (400) مبحوث من الشباب الجامعي المستخدم للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب، حيث يقوم الباحث بجمع البيانات من عينة الدراسة من أربع جامعات، هي: (جامعة الأزهر، جامعة المنصورة، الجامعة المنيا، جامعة 6 أكتوبر)، وتعتبر هذه الجامعات الأكثر تمثيلاً للجامعات العاملة في مصر من ناحية نوعية التعليم الجامعي ما بين حكومي وخاص، والنطاق الجغرافي لهذه الجامعات من ناحية أخرى، وقام الباحث بإجراء المعاملات العلمية واستخدم فيها برنامج الإحصاء SPSS. وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: بلغت نسبة تعرّض الشباب الجامعي لهذه القنوات على موقع اليوتيوب (209) 52.25% (مبحوثين)، وإن تفاوتت درجة تعرضهم لهذه القنوات، حيث إن 37% (148 مبحوثاً) يتعرضون «أحياناً» لهذه القنوات، 15.25% (61 مبحوثاً) يتعرضون لهذه القنوات بصفة «دائمة»، يليها في الترتيب الثاني متابعو هذه القنوات على موقع اليوتيوب YouTube «نادراً» بنسبة 47.75%. كما أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube، ومدى إسهام هذه القنوات في تزويدهم بالمعلومات عن الفكر الشيعي.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الشيعي- قنوات اليوتيوب- تشكيل الاتجاهات- الشباب الجامعي.

## Abstract

This study aimed to determine the extent of university youth's exposure to Shiite discourse on YouTube channels, their attitudes towards this discourse, the nature and forms of their interaction with it, and the impact of such exposure on shaping their thoughts and attitudes. The researcher adopted the survey methodology and conducted the study on a sample of 400 university students who use Shiite channels on YouTube. Data was collected from students across four universities: Al-Azhar University, Mansoura University, Minya University, and October 6 University. These universities were chosen to represent a diverse range of higher education institutions in Egypt, both public and private, and from different geographic regions.

The researcher used scientific methodologies and conducted statistical analyses using the SPSS software.

Key findings include:

- 52.25% of university students surveyed (209 respondents) reported exposure to Shiite channels on YouTube, although their exposure varied.
- 37% (148 respondents) occasionally watch these channels, 15.25% (61 respondents) are regular viewers, and 47.75% rarely follow these channels.
- The results also revealed a statistically significant correlation between the intensity of exposure to Shiite channels on YouTube and the role of these channels in providing information about Shiite ideology.

Keywords: Shiite Discourse- YouTube Channels- Attitude Formation- University Youth.

تؤدي قنوات اليوتيوب دوراً كبيراً في التأثير على عقول الجماهير؛ نظراً لما تقدمه من توجيه وإرشاد وتنوير للرأي العام بأهم الظواهر والقضايا المختلفة اجتماعياً، وسياسياً، وثقافياً، ودينياً، وتعد القضايا والموضوعات الدينية من أهم المواد الإعلامية التي تنجذب إليها الجماهير عبر قنوات اليوتيوب؛ لكونها تمس جانباً وجدانياً مهماً، ألا وهو الجانب العقائدي، خاصة في مجتمعاتنا العربية والإسلامية، التي تُعد الأمور العقائدية والدينية فيها على قائمة أولوياتها.

وقد أحدثت الثورة الرقمية تحولات عميقة في المشهد الإعلامي، حيث باتت منصات الإعلام الجديد- وعلى رأسها موقع يوتيوب- فضاءً ديناميكياً لتداول الخطابات الدينية وتشكيل الوعي الجمعي، فقد مكّن موقع يوتيوب فئات متعددة من الفاعلين الدينيين "الدعاة" من إنتاج وبث محتوَاهم دون الحاجة إلى مؤسسات تقليدية؛ مما أسهم في تنويع الخطابات المطروحة وتوسيع دوائر التأثير<sup>(1)</sup>. وفي هذا السياق برز الخطابُ الشيعي كأحد الخطابات الدينية التي استطاعت توظيف هذه المنصات لنشر رؤاها "المذهبية" وتعزيز حضورها في الفضاء الرقمي، لا سيما في الدول ذات التعدد الطائفي والمذهبي.

فقد انتشر على الساحة الإعلامية في الآونة الأخيرة قنوات يوتيوب تابعة لرجال دين (سنة وشيعة) مهتمة بمناقشة القضايا الإسلامية الخلافية بين المذهبين، فنجد في السنوات القليلة الماضية الكثير من المناظرات والنقاشات الدينية المختلفة، بين رجال دين وباحثين من كلا الطرفين، وأصبحت تطرح مثل هذه الخلافات العقائدية لتصل إلى القاصي والداني، والمتعلم والجاهل، والمتعمق والسطحي من خلال تلك الوسائل.

ومن خلال النظر إلى نسب مشاهدة تلك القنوات المختلفة، نجد أنها من أكثر الوسائل الإعلامية الرقمية التي يجذب إليها الجماهير خاصة الشباب الجامعي، حيث يُعد الشباب الجامعي من الفئات الأكثر استخداماً للتقنيات الرقمية والمنصات الاجتماعية؛ الأمر الذي يجعلهم أكثر عرضةً لتأثير الخطابات الدينية المقدمة عبر هذه المنصات<sup>(2)</sup>، ومع تزايد اعتماد الشباب على موقع يوتيوب كمصدرٍ رئيسٍ للمعلومات الدينية والثقافية تبرز الحاجة إلى دراسة نوعية الخطاب الذي يتلقونه، ومدى تأثيره على اتجاهاتهم الفكرية والدينية. خاصة إذا كان هذا الخطاب ينتمي إلى توجهٍ مذهبيٍّ معينٍ "كالحالة الشيعية" التي نحن بصدد دراستها؛ لما تحويه هذه المنصات من صراع وإثارة بين الأطراف المختلفة، في محاولة من كل طرف للانتصار لرأيه وفكره، بعرض الأدلة والبراهين والحقائق التي تدعم طرحه وتثقله، وتتحقق الفائدة العلمية لتلك النقاشات من مذاكرة العلوم وتنشيط الذهن، والانتقال بالمسائل العلمية من مقام الظن إلى مقام القطع واليقين، ومن خلال تحلّي كل طرف بالابتكار في تنوع الحجج، واستخدام الاستمالات الإقناعية المختلفة التي تدعم الرأي وتقويه بالحجة والدليل.

وقد أشار العديد من الباحثين إلى أن الخطاب الديني على المنصات الرقمية لا يكفي بنقل المعرفة الدينية، بل يسهم أيضاً في إعادة تشكيل الهويات والانتماءات، لا سيما عندما يتم تقديمه في إطار بصريٍّ جذابٍ ولغةٍ تفاعليةٍ تستثمر خصائص الوسيط الرقمي<sup>(3)</sup>.

ونظراً لهذا التطور السريع لوسائل الإعلام الحديثة، والتي مكّنت الأفراد من الاطلاع والتعرف على كل ما هو جديد من أفكار ونقاشات، ويأتي على رأسها هذا الخطاب المقدم عبر هذه القنوات لما يتمتع به من صراع بين الأطراف وأخذ ورد، وهو ما يجذب الأفراد والمشاهدين بصفة عامة، والشباب الجامعي بصفة خاصة؛ كونه الأقدر على فهم واستيعاب هذا الخطاب وما يحويه من أفكار وتناقضات، وقد جُلبت النفس البشرية على حبّ الجدل والنقاش، قال تعالى: (وكان الإنسان أكثر شيءٍ

جدلاً)، خاصة حينما يتعلق هذا الأمر بعقائد وأفكار دينية ترسخت في وجدان المجتمع.

فذلك؛ وفي ظل التعدد المذهبي في المجتمعات العربية، تبرز الحاجة إلى دراسة مدى تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي عبر قنوات يوتيوب، وتحليل اتجاهاتهم حياله؛ وذلك بهدف فهم أنماط التلقي وتأثيراتها المحتملة في ظل بيئة إعلامية متغيرة. أهمية الدراسة:

جاءت أهمية دراسة "تعرض الشباب الجامعي نحو الخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب" كأحدى المحاولات في مجال الدراسات الإعلامية لتحديد واقع شبكات التواصل الاجتماعي عامة، في ظل النمو المتسارع الذي تشهده منظومة الإعلام الجديد عربياً وعالمياً.

كما تتبلور أهمية الدراسة من خلال ما يلي:

الأهمية العلمية للدراسة: تتمثل الأهمية العلمية للدراسة فيما يلي:

- إثراء المكتبة المعرفية في مجال بحثي مهم يتعلق بتأثيرات التعرض للخطاب الشيعي المقدم عبر قنوات اليوتيوب.
- قلة الدراسات التي تناولت الخطاب الشيعي في الإعلام الرقمي.
- خطورة المد الشيعي الذي تروج له هذه المنصات عبر طرق مباشرة وغير مباشرة على الجمهور الإسلامي السنّي والعربي.
- أهمية المرحلة العمرية التي تناولتها الدراسة وهي مرحلة الشباب الجامعي. الأهمية التطبيقية وتتمثل في:
- وضع النتائج أمام المهتمين من الدعاة والأئمة والقائمين وسائل الإعلام المختلفة للإفادة بها في تحصين المتلقين والحفاظ على الهوية الإسلامية السنية.
- الوصول إلى حلول علمية ومنطقية لمواجهة الإعلام الموجه للتأثير على هوية الجمهور.
- الحفاظ على المجتمعات التي تضم طوائف مختلفة من "سنة وشيعة" وغيرها من تأثير هذا الخطاب الطائفي عبر هذه المنصات الرقمية على السلام المجتمعي والتعايش الآمن بين مكونات المجتمع.

- اختبار العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة كما حددت في فروضها العلمية.

#### الدراسات السابقة:

وقد تم عرض الدراسات السابقة تاريخياً من الأحدث للأقدم، كما سيأتي:

تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين، وهما:

المحور الأول: الإعلام الشيعي وتأثيراته على الجماهير.

المحور الثاني: تعرض الجمهور لقنوات اليوتيوب وتأثيراته.

المحور الأول: الإعلام الشيعي وتأثيراته على الجماهير:

1- طارق محمد إبراهيم (2024)<sup>(4)</sup> والتي هدفت إلى استعراض أهم قضايا الفكر

الديني الرئيسية التي تتضمنها برامج الفضائيات الشيعية، وكذلك استكشاف

أهم المراسم والاحتفالات واللطميات التي تنقلها الفضائيات الشيعية عينة

الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها:

- أكثر المصادر التي اعتمدت عليها البرامج الدينية محل الدراسة القرآن الكريم

بنسبة 23.6%، ويتم تفسيره وفق أهوائهم، يقول صاحب برنامج "أكذوبة عدالة

الصحابة": إن الآيات القرآنية الواردة في مدح الصحابة تخص المؤمنين الذين ماتوا

على الإسلام، أما أكثر الصحابة فقد ارتدوا بعد موت النبي عليه السلام.

- جاءت قضية الإمامة على رأس القضايا التي تناولتها البرامج عينة الدراسة ففي

برنامج "أكذوبة عدالة الصحابة" حازت على نسبة 62.5%، وفي برنامج "سبيل

الرشاد" نسبة 82.6%، وفي برنامج "مكاشفات" نسبة 83.5%؛ وذلك لأن قضية

الإمامة هي صلب الفكر الشيعي وعليه تدور المعاداة والسب والظعن لكل من خالف

الإمام علي بن أبي طالب عليه السلام، ووصف السابقين له بأنهم انقلبوا عليه

وسلبوه حقه في الإمامة والخلافة.

- يتضح عدم التزام الفضائيات الشيعية في تناولها لقضايا الفكر الديني بمعايير

العمل الإعلامي ولا تراعي آداب الخلاف، فهي دائماً ما تحاول التشكيك في صحاح

أهل السنة كالبخاري ومسلم، مع تعمد تزوير التاريخ الإسلامي بغرض تشويه رموز

أهل السنة من الصحابة لإسقاطهم في عيون عوام الناس.

2- محمد أحمد حسن رابعة، ضحى محمد عيسى الهامة (٢٠٢٢) <sup>(٥)</sup> التي هدفت إلى استعراض المخالفات العقدية والتعبدية والأخلاقية والشرعية في قناة "طه" للأطفال من خلال تحليل مضمون برامج وفقرات وأناشيد باستخدام منهج المسح. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها:

■ ظهور مخالفات عقدية أبرزها اللطميات، وقد ظهرت بشكل متكرر، حتى تعمل على إحلال الحركات الشيعية بدلاً من الطقوس السنّية في نفوس الأطفال.

■ ظهرت المخالفات التعبدية بشكل متكرر في القناة وكان أكثرها ظهوراً رفع الرايات والرموز الشيعية.

■ جاءت الهتافات والصوت المرتفع في مقدمة المخالفات السلوكية والأخلاقية في القناة، ولتجيش الجماهير وإثارة الحماس لديهم.

3- فرقية جودي ساسية جلال (٢٠٢١) <sup>(٦)</sup> والتي هدفت إلى البحث في مختلف تجليات الطائفية وتحديد مظاهرها في الفضائيات الشيعية، وقد استعانت الدراسة بمنهج المسح من خلال رصد وتحليل محتوى عدد من البرامج الدينية في قناة "فدك" بالاعتماد على نظام العينة غير الاحتمالية. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج، منها:

■ أن أبرز مؤشرات الطائفية في البرامج الدينية محل الدراسة إهانة الرموز السنّية، ولعن وسب كبار الصحابة والسيدة عائشة، وسب أبي الحسن الأشعري وابن تيمية، وغيرهما من العلماء.

■ دمج الطقوس الشيعية في مختلف مجالات الحياة الإنسانية وتقديمها: كالعلم، والحزن والأسى، وربط الأحداث التاريخية المزيّنة بالممارسات الإنسانية الحالية، فضلاً عن حضور فكرة المظلومية، والتّقية كركيزة أساسية في الفكر الشيعي.

4- دراسة حسين يوسف إسحاق (2019) <sup>(٧)</sup> التي سعت إلى التعريف بالفضائيات الشيعية، والتعرف على وسائل وأساليب الشيعة لنشر عقيدتهم، وبيان خطورة الفضائيات الشيعية على الأمة الإسلامية، وقد أجرى الباحث دراسة تحليلية لبعض برامج الفضائيات الشيعية باستخدام المنهج الوصفي والتحليلي. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج، منها:

- أن هذه القنوات تروج لبناء مشروع سياسي يستند على أصول دينية شيعية مدعومة من قبل النظام الإيراني والحكومات الشيعية الأخرى.
- أن الفضائيات الشيعية تسعى بكل الوسائل غير القويمة لنشر عقيدة الشيعة بين المسلمين السنة معتمدين على البث باللغة العربية.
- تمثل الفضائيات الشيعية خطراً على الأمة الإسلامية في جميع مناحي العقيدة، والفكر، والاجتماع، والسياسة؛ من خلال ما تبثه من أفكار وقضايا.
- الإساءة إلى الرموز الإسلامية سمة بارزة في هذه القنوات: كالتطعن في الصحابة، وأمّهات المؤمنين.

5- ياسر على محمد (٢٠١٧) (٨) والتي هدفت إلى التعرف على مدى تعرض الأطفال المصريين للفضائيات الشيعية، وعلاقته بتبني بعض المفاهيم الدينية، ومعرفة مضامين برامج الأطفال في القنوات الشيعية مما تقدمه من مفاهيم دينية قد تؤثر على الأطفال المصريين؛ وذلك لإقبالهم المتزايد على مشاهدتها، والكشف عن العلاقة الارتباطية بين مشاهدة الأطفال من عمر ٩ : ١٢ سنة لقنوات الأطفال الشيعية، ودور الوالدين في التعرف على المفاهيم الدينية السلبية.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية الوصفية التي تستخدم منهج المسح الوصفي، بالتطبيق على عينة الدراسة المتاحة والمكونة من (٢٠٠ مفردة) من الذكور والإناث في المرحلة العمرية من (8:12) سنة. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج، منها:

- جاءت أكثر قنوات الأطفال في الفضائيات العربية مشاهدة وتفضيلاً للأطفال طبقاً لأهميتها قناة "طيور الجنة"، ثم قناة "MB3"، وجاء في الترتيب الثالث قناة "طه"، وفي الترتيب الرابع قناة "الهدهد".
- كما أشارت النتائج إلى أن أهم المفاهيم الدينية التي تقدم في القنوات الفضائية الدينية الشيعية للأطفال (الإيمان بالله)، ثم (الدعاء)، و(فعل الخير) و(شكر الله) في المرتبة الأولى، ثم (التصدق) و(بر الوالدين) و(الزكاة) و(الحج)، و(الإيمان باليوم الآخر) في الترتيب الأخير.

■ وأظهرت النتائج أن نسبة من يفهمون معنى "تعلم الوضوء بمسح الرجلين دون الخفاف والجوارب" من المبحوثين المتابعين للقنوات الدينية الشيعية بلغت 14.9٪ موزعة بين 9.7٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 18.6٪ إجمالي مفردات عينة الإناث.

6- الهيثم زعفان (٢٠١١) (٩) برزت أهمية هذه الدراسة في الوقوف على الخطر الإعلامي الشيعي المُحدق بالأمة الإسلامية، ومعاله وآلياته المستخدمة، وما يقابله من جهود قائمة لمدافعتة والمتمثلة في هذه الدراسة في الفضائيات المحسوبة على أهل السنة وبرامجها وأعمالها الإعلامية؛ لتصل في النهاية لمحاولة وضع استراتيجيات إعلامية لمواجهة هذا الاختراق الشيعي للمجتمعات السنية، وكشفت الدراسة أن هناك ٧٣ قناة شيعية تبث في العالم العربي منها ٤٦ قناة عراقية، وجميعها يبثون أطروحاتهم وفق أبعاد عقائدية "فاسدة" تخدم بصورة مباشرة وغير مباشرة أهداف المشروع الشيعي التوسعي، كما كشفت الدراسة أن عدد القنوات السنية التي رصدها ٢٢ قناة منها ٦ قنوات تعمل بطريقة مباشرة على مدافعة المشروع الشيعي، في حين أن هناك 16 قناة عقديّة تعمل على نشر العلم الشرعي الصحيح والدعوة الإسلامية وتثبيت العقيدة الإسلامية بطريقة غير مباشرة، وقد تناولت الدراسة أهداف الفضائيات الشيعية بحسب تحليل محتواها، لتقف الدراسة بعد ذلك على آليات الفضائيات الشيعية في تحقيق أهدافها، وضربت الدراسة أمثلة بـ (الدراما الشيعية- الموسيقى التصويرية- والنقل الحي للفعاليات والاحتفالات الشيعية).

وقامت الدراسة بتحديد مفهوم الفضائيات السنية، ومن ثم أهدافها، وناقشت قضية مواجهة القنوات السنية للمشروع الشيعي على المستويين الكمي والتفاعلي، وآليات الفضائيات السنية المدافعة للمد الشيعي، والتي منها (البرامج الحوارية- المناظرات- برامج قراءة الواقع الداخلي الإيراني وإبراز تناقضاته- البرامج والأفلام الوثائقية- برامج التواصل المباشر مع الجماهير- الحملات الإعلامية الدورية في القنوات السنية). وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها:

- أن هناك عوامل ضعف فنية بارزة داخل القنوات السنّية قبالة القنوات الشيعية وضربت على ذلك بمثالين هما الدراما، وشبكة المراسلين والنقل الحي.
- وطالبت بوضع معالم استراتيجية إعلامية سنّية أطلق عليها اسم (المؤسسة الدولية لمواجهة الإعلام الشيعي والدفاع عن السنّة المحمدية).
- 7- نهال عمر الفاروق (2019) (10) والتي هدفت إلى التعرف على كيفية توظيف الخطابين السياسي والديني بالقنوات الفضائية الشيعية، والأساليب الدعاية وتكتيكاتها في الترويج للقوى والأيدولوجية الشيعية التي يعبر عنها، بالإضافة إلى رصد اتجاهات الجمهور المصري نحو هذه الدعاية، من خلال دراسة تحليلية للخطابين السياسي والأمني بالقنوات الشيعية المختلفة، ودراسة اتجاهات الجمهور المصري السنّ، ودراسة كيفية على عينة من المتخصصين في الشؤون الدينية والسياسية، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون والمدخل النقدي لتحليل الخطاب والاستبانة، والمقابلة. وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:
- كان معظم مقدمي البرامج في الفضائيات الشيعية عينة الدراسة من الذكور بنسبة ٨٧.٣٪، وكانوا متخصصين ولهم مرجعيات دينية شيعية.
- كان من أهم سمات البرامج عينة الدراسة تركيزها على "الأنا" الشيعي، وعدم إتاحة الفرصة للآخر السنّ إن وجد.
- استهدف الخطاب الديني الشيعي الجمهور العام، وركّز على القضايا التي تتفق مع طبيعة العقيدة الشيعية الاثني عشرية، ثم قضية الإمامة والولاية، ثم الثورة الحسينية، واستشهاد الإمام الحسين عليه السلام في كربلاء.
- تنوعت أساليب الدعاية التي استخدمها الخطاب الشيعي، وتصدر أسلوب الدعاية بالأعمال الغنائية من خلال الأغاني والقصائد، ثم أسلوب تفخيم الزعماء.
- غلب الطابع العاطفي على الاستمالات الدعائية في الخطاب الشيعي بنسبة ٧٠.٥٪، بينما 11٪ للطابع العقلاني، و١٢٪ للجمع بين الاثنين، وغلب الطابع الهجومي في هذا الخطاب على السنّة.

■ تمثلت نتائج التحليل الكيفي للخطاب السياسي في قضية (المقاومة، الثورة السورية، الأحداث الطائفية في لبنان، الاحتجاجات البحرينية، البرنامج النووي الإيراني... إلخ).

■ تبين قلة تعرض الجمهور عينة الدراسة للفضائيات الشيعية، وقد ظهر أن 11٪ منهم يعون أن هوية هذه القنوات شيعية؛ لذا تصدر عامل الفضول والرغبة في مقدمة أسباب المشاهدة.

■ تصدرت نشرات الأخبار قائمة المواد الأكثر مشاهدة، ثم الاحتفالات الشيعية، ثم البرامج الدينية، وظهر أن الجمهور عينة الدراسة على مستوى متوسط من المعرفة بالتشيع وقضاياها، وأنه لا يوجد مبرر لشعور الفرد بالبليلة الذهنية أو التوتر نتيجة المشاهدة للفضائيات الشيعية، كما لجأ المبحوثون إلى الأساليب غير المباشرة لتقليل التناظر المعرفي الناتج عن تعرضهم للفضائيات الشيعية.

**المحور الثاني: تعرض الجمهور لقنوات اليوتيوب وتأثيراته:**

8- دراسة محمد أحمد هاشم (2019) <sup>(11)</sup> والتي سعت إلى التعرف على عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي السعودي لموقع وقنوات اليوتيوب، ودوافع هذا الاستخدام وتأثيره على علاقتهم بالتلفزيون. وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

ارتفاع معدل تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لموقع اليوتيوب على استخدامهم للتلفزيون، وقد جاء التعبير عن الرأي ومشاهدة مقاطع الفيديو مع الأهل والأصدقاء، والحرص على المشاركة والتفاعل من أهم دوافع استخدام الشباب عينة الدراسة لموقع اليوتيوب، كما وافق 77٪ من الشباب عينة الدراسة على أن علاقتهم بالتلفزيون تراجعت في ظل المنافسة الشرسة مع موقع اليوتيوب، كما أثبتت النتائج أن نشاط المبحوثين على موقع اليوتيوب نشاطٌ سلبي لا يرقى للمستوى الإيجابي المتمثل في إنشاء قنوات وإنتاج وإرفاق فيديوهات على هذه القنوات.

9- محمود محمد علاونة (2018) <sup>(12)</sup> والتي سعت إلى معرفة مدى التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب، ودرجة اعتمادهم عليها في التماس المعلومات الدينية. وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

أن 81% من طلاب كلية الشريعة والدراسات الإسلامية يشاهدون الفيديوهات الدينية على موقع اليوتيوب، وأن 67% من الطلاب عينة الدراسة يعتمدون على موقع اليوتيوب في التماس معلوماتهم الدينية بدرجة متوسطة، كما جاءت التأثيرات الوجدانية في المرتبة الأولى من التأثيرات المترتبة على اعتماد الباحثين على موقع اليوتيوب في التماس معلوماتهم الدينية، كما أثبتت النتائج وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين درجة التماس الباحثين للمعلومات الدينية على موقع اليوتيوب والتأثيرات المعرفية الناتجة عن ذلك.

10- دراسة مروى عبد اللطيف (2016) <sup>(13)</sup> والتي سعت إلى التعرف على استخدام المراهقين العاديين وذوي الاحتياجات الخاصة لموقع اليوتيوب في متابعة الأحداث الإرهابية وعلاقته بمستوى الأمن الاجتماعي لديهم، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني، من خلال أداة الاستبانة على عينة قوامها (300 مفردة) ممن تتراوح أعمارهم من (15-21) عاماً بمحافظات القاهرة، القليوبية، الشرقية، مع مراعاة التمثيل المتساوي للمبحوثين وفقاً لمتغير النوع (150 ذكور، 10 إناث). وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

أن موقع اليوتيوب مهم إلى حد كبير بالنسبة للمبحوثين بنسبة 90%، كما أنهم يستخدمون الموقع كل يوم لأكثر من ساعة، كما أن من أسباب استخدام المبحوثين للموقع أنه يتيح لهم مشاهدة ما فاتهم في وسائل الإعلام التقليدية، كما تؤكد النتائج الاتجاه الغالب في درجة انتماء عينة الدراسة للوطن عند مشاهدتهم للأحداث الإرهابية، وفقاً لحالة المبحوثين (عاديين، ذوي احتياجات خاصة) حول عبارة "الإحساس بالتمسك بين أفراد المجتمع الواحد ضد العنف".

11- دراسة Antony Mary & Thomas Ryan (2010) <sup>(14)</sup> التي سعت إلى التعرف على الطريقة التي من خلالها يقدم موقع اليوتيوب الحوار والحجج الجماهيرية؛ وتحديداً فيما يتعلق بدور صحافة المواطن في تسجيل مقتل المواطن "Oscar Grant" ومشاركة الفيديو مع المتلقين حول العالم، وذلك من خلال تحليل ردود فعل المشاهدين حول حادثة مقتل "Grant"، والتي تم تصويرها من قبل

المواطنين العاديين ورفعها على موقع اليوتيوب؛ في محاولة لتوثيق العدوان الظالم وغير المبرر على رجل أعزل، بالإضافة إلى البحث في مفهوم هابرماس المعاصر حول المجال العام وتطبيقاته على ساحات التفاعل والمشاركة السياسية على الإنترنت؛ من خلال تحليل أربعة مقاطع فيديو من إنتاج المواطنين حول الحدث والتعليقات المرسلة حولها. وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

أن الطريقة التي استجاب بها مستخدمو اليوتيوب لمواد الفيديو واشتراكهم مع بعضهم في حوار حول مختلف جوانب الحدث تذكر بوصف هابرماس للمجال العام الديموقراطي، كما أشارت النتائج إلى اكتساب اليوتيوب أهمية سياسية اجتماعية بشكلٍ سريع تتجاوز شعبيته المبدئية كموقع ترفيهي لمواد الفيديو، وكمنتدى ديمقراطي للأصوات المعارضة.

#### مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفاد الباحث من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة بعدة أمور، منها:

- 1- مكَّنت الدراسات السابقة الباحث من التعرف على الإطار النظري الملائم للدراسة، ونظراً لكون تلك الدراسات تعددت في مداخلها ونماذجها ونظرياتها، فقد أفاد الباحث من هذا التنوع في إثراء دراسته.
- 2- مكَّنت الدراسات السابقة من صياغة المنهج الملائم للدراسة وهو منهج المسح الإعلامي، فنجد أن معظم الدراسات السابقة استخدمت هذا المنهج؛ وذلك لقدرته على تحليل وتفسير الظاهرة في وصفها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها، لذلك نجده المنهج الأنسب في بحوث الإعلام والاتصال.
- 3- معرفة مواطن القصور في الدراسات السابقة والخاصة بدراسات تعرض الجمهور لقنوات اليوتيوب، فقد تناولت المضامين بكافة أشكالها، تارة المضمون السياسي، وتارة المضمون الترفيهي، مقابل الاهتمام الضئيل بالمضمون الديني، وخاصة ما يتعلق بالخلافات العقائدية بين المذاهب الإسلامية، على الرغم مما يتبوأه من مكانة عالية خاصة في مجتمعاتنا العربية والإسلامية، والتي تُعد الأمور العقائدية على قائمة أولوياتها.

4- ساعدت الدراسات السابقة الباحث في تحديد محاور الاستمارة، وفتحت الباب إلى أهم الأسئلة التي يجب أن تتناولها أدوات الدراسة (استمارة تحليل المضمون، استمارة الاستبانة).

5- التعرف على أهم مراجع أهل السنة وبعض كتّاب الشيعة؛ لرصد القضايا الخلافية بين المذهبيين.

#### مشكلة الدراسة:

تبلورت مشكلة الدراسة من خلال ما لاحظته الباحث من إقبال الشباب- لا سيما الشباب الجامعي- على متابعة الخطاب الشيعي المُقدّم عبر قنوات اليوتيوب، وما تحويه من أطروحات وأفكار تتعارض بشكل واضح مع مذهب أهل السنة، وتمس ثوابت الدين وخاصة العقيدة الإسلامية "السنية".

من كل ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في: مدى تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب، وكذلك اتجاهاتهم نحو هذا الخطاب، بالإضافة إلى التعرف على طبيعة وأشكال التفاعل معه، وتأثيرات هذا التعرض لهذا الخطاب في تشكيل فكر واتجاهات الشباب الجامعي.

#### أهداف الدراسة:

تحاول الدراسة تحقيق عدة أهداف:

- 1- رصد معدل تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب.
- 2- التعرف على أنماط تعرض المستخدمين للخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب.
- 3- رصد تفاعل الجمهور مع أفكار الخطاب الشيعي التي تطرحها هذه القنوات.
- 4- التعرف على دوافع متابعة المبحوثين لهذه القنوات على موقع اليوتيوب.
- 5- التعرف على مدى اتخاذ المبحوثين هذه المواقع كمصدر للمعلومات عن المعتقدات الشيعية.
- 6- رصد اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو قضايا وأفكار الخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب.
- 7- الوقوف على السلوكيات التي يتخذها المبحوثون عند تعرضهم لما يخالف موروثاتهم وعقيدتهم.

### تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات، وهي:

### تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1- ما مدى تعرض الشباب الجامعي لقنوات اليوتيوب؟
- 2- ما أنماط تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي المُقدم في قنوات اليوتيوب؟
- 3- ما مدى تفاعل المستخدمين مع هذه المضامين المقدمة في قنوات اليوتيوب، وأبرز الأساليب التفاعلية المستخدمة؟
- 4- ما معدل متابعة الباحثين للخطاب الشيعي على موقع اليوتيوب؟
- 5- ما دوافع متابعة الباحثين لهذه القنوات على موقع اليوتيوب؟
- 6- ما اتجاهات الباحثين نحو أفكار وأطروحات الخطاب الشيعي المُقدم في قنوات اليوتيوب؟
- 7- ما الآثار الناتجة عن تعرض الباحثين للخطاب الشيعي على هذه القنوات؟

### فروض الدراسة:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للباحثين (النوع- نوعية التعليم- اسم الجامعة- مكان السكن- نوع السكن) وكثافة تعرضهم للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب [You Tube](#).
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للباحثين واتجاهاتهم نحو الخطاب الشيعي.
- 3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب [You Tube](#) واتجاهاتهم نحو الخطاب الشيعي.
- 4- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب [You Tube](#) والتأثيرات الناتجة عن هذا التعرض.
- 5- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب [You Tube](#) وكثافة تعرضهم لهذه القنوات.

6- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube ومدى إسهام هذه القنوات في تزويدهم بالمعلومات عن الفكر الشيعي.

#### نوع الدراسة:

اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي؛ باعتباره الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية والإعلامية التي تتطلب جمع معلومات عن الواقع وتحليلها؛ بهدف فهمها ووصفها كما هي دون التدخل في تغييرها أو التلاعب بمتغيراتها، ويعد هذا المنهج مناسباً لطبيعة البحث الحالي الذي يهدف إلى دراسة مستوى تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي على قنوات اليوتيوب، وتحليل اتجاهاتهم نحوه.

وقد تم اختيار هذا المنهج لأنه يتيح رصد الخصائص الديموجرافية للعينة المدروسة، وأنماط استخدامهم لليوتيوب، ونوعية المحتوى الذي يتعرضون له، بالإضافة إلى تحليل اتجاهاتهم الفكرية والدينية بناءً على البيانات المجمعة. كما أن المنهج الوصفي يُستخدم على نطاق واسع في البحوث الإعلامية والاجتماعية التي تهدف إلى تقديم صورة تحليلية دقيقة لواقع معين دون الدخول في العلاقات السببية أو التجريبية<sup>(15)</sup>.

#### منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح (survey method)؛ باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي يتم دراستها<sup>(16)</sup>، ويهدف منهج المسح إلى تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها<sup>(17)</sup>، وقد استعانت الدراسة بمنهج المسح بالعينة من خلال مسح آراء من الشباب الجامعي نحو هذا الخطاب؛ بهدف معرفة مدى تعرضهم للخطاب الشيعي على قنوات اليوتيوب، وتحليل اتجاهاتهم الفكرية والدينية نحوه.

#### مجتمع الدراسة:

#### مجتمع الدراسة الميدانية:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الشباب الجامعي المستخدم لقنوات اليوتيوب.

## عينة الدراسة:

### عينة الدراسة الميدانية:

قام الباحث بإجراء الدراسة الميدانية على عينة قوامها (400) مفردة من الشباب الجامعي المستخدم للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب، حيث قام الباحث بجمع البيانات من عينة الدراسة من أربع جامعات، هي: (جامعة الأزهر، جامعة المنصورة، جامعة المنيا، جامعة 6 أكتوبر)، وتعتبر هذه الجامعات الأكثر تمثيلاً للجامعات المصرية من ناحية نوعية التعليم الجامعي ما بين حكومي وخاص، والنطاق الجغرافي لهذه الجامعات من ناحية أخرى، وهو يضمن تمثيلاً أكثر واقعية للشباب الجامعي في مصر، وقد تم الوصول لهم من خلال الاستبانة الإلكترونية On-Line Questionnaire، حيث قام الباحث بإرسال الاستبانة إلكترونياً على مواقع هذه الجامعات، وعلى جروبات الفرق الدراسية المختلفة لطلاب هذه الجامعات (\*).

خصائص عينة الدراسة الميدانية:

جدول (1)

خصائص عينة الدراسة الميدانية

الخصائص	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	314	78.50
	أنثى	86	21.50
	المجموع	400	100.00
نوع التعليم	تعليم جامعي حكومي	325	81.25
	تعليم جامعي خاص	75	18.75
	المجموع	400	100.00
الجامعة	جامعة الأزهر	142	35.5
	جامعة المنصورة	98	24.5
	جامعة المنيا	85	21.25
	جامعة 6 أكتوبر	75	18.75
	المجموع	400	100.00
محل السكن	ريف	204	51.00
	حضر	196	49.00
	المجموع	400	100.00
نوعية السكن	فيلا	4	1.00
	شقة في حي راق	72	18.00
	شقة في حي متوسط	118	29.50
	شقة في حي شعبي	206	51.50
	المجموع	400	100.00

أولاً: خصائص العينة من حيث النوع:

تضمنت عينة الدراسة 400 مبحوث على النحو التالي: 314 ذكراً (بنسبة 78.50% من العينة)، 86 من الإناث (بنسبة 21.50% من العينة).

ثانياً: خصائص العينة من حيث نوع التعليم:

بلغ عدد الباحثين من ذوي التعليم الجامعي "الحكومي" 325 مبحوثاً بنسبة 81.25% من إجمالي عدد المبحوثين، يليها في الترتيب الثاني المبحوثون ذوو التعليم الجامعي "الخاص" 75 مبحوثاً بنسبة 18.75%.

ثالثاً: خصائص العينة من حيث الجامعة التي يدرسون بها:  
بلغ عدد المبحوثين من طلاب جامعة الأزهر 142 مبحوثاً بنسبة 35.5%، يليها في الترتيب الثاني المبحوثون من طلاب جامعة المنصورة 98 مبحوثاً بنسبة 24.5%، يليها في الترتيب الثالث المبحوثون من طلاب جامعة المنيا 85 مبحوثاً بنسبة 21.25%، يليها في الترتيب الأخير المبحوثون من طلاب جامعة 6 أكتوبر 75 مبحوثاً بنسبة 21.25%.

رابعاً: خصائص العينة من حيث محل السكن:  
بلغ عدد المبحوثين ساكني الريف 204 مبحوثين بنسبة 51%، فيما بلغ عدد المبحوثين ساكني الحضر 196 مبحوثاً بنسبة 49%.

خامساً: خصائص العينة من حيث نوعية السكن:  
بلغ عدد المبحوثين ساكني الشقق في الأحياء الشعبية 206 مبحوثين واحتلت الترتيب الأول بنسبة 51.50%، يليها في الترتيب الثاني ساكنو الشقق في الأحياء المتوسطة؛ حيث بلغ عددهم 118 مبحوثاً بنسبة 29.50%، يليها في الترتيب الثالث ساكنو الشقق في الأحياء الراقية؛ حيث بلغ عددهم 72 مبحوثاً بنسبة 18%، يليها في الترتيب الأخير ساكنو الفيلات؛ حيث بلغ عددهم أربعة مبحوثين فقط بنسبة 1%.

طرق وأدوات جمع البيانات:

استمارة الاستقصاء:

قام الباحث بإعداد استمارة استقصاء إلكتروني كأداة لجمع البيانات الخاصة بالشباب الجامعي عن مدى تعرضهم للخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب، ودوافع التعرض وكثافته، وتحليل اتجاهاتهم الفكرية والدينية نحوه.

إجراءات الصدق والثبات للدراسة:

اختبار الصدق:

للتأكد من صدق استمارة الاستقصاء ومدى صلاحيتها للتطبيق ومدى تمثيلها لمحاوَر المقياس، تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال دراسات

الإعلام<sup>(\*)</sup>، وذلك بعد تحديد فئات التحليل ووحداته، وتعريفها إجرائياً، وكذلك صياغة الأسئلة والبدائل في الاستمارة الميدانية لتكون أكثر وضوحاً، وقد قام الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة للوصول إلى الشكل النهائي.

#### اختبار الثبات:

قام الباحث بإجراء الثبات على نحو 40 مبحوثاً (بنسبة 10% من إجمالي حجم العينة التي تطبق عليها الدراسة)، من طلاب جامعتي الأزهر والمنصورة.

#### وقد أسفر هذا الإجراء عما يلي:

أظهر لنا هذا الإجراء درجة عالية من الاتفاق في النتائج بين المبحوثين، وبلغ معامل الثبات (0.92) وهي قيمة عالية تظهر ثبات الاستبانة وصلاحيتها للقياس، وتؤكد الاستقرار فيما تم التوصل إليه من نتائج، كما تم حساب معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لمحاور استمارة الاستبانة، واتضح من النتائج أن قيم معاملات (ألفا كرونباخ) لثبات محاور الاستبانة قد تراوحت بين (0.94 - 0.89) وهذا يدل على أن استمارة الاستبانة تتمتع بالثبات ويمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

#### مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

##### الشيعية:

**التعريف النظري:** شيعة الرجل هم أعوانه وأنصاره، ويطلق على الذين شايعوا وناصروا أمير المؤمنين علي بن أبي طالب عليه السلام<sup>(18)</sup>.

**التعريف الإجرائي:** هو المذهب المعروف، وأشهر ما يميزه القول بالوصية، والنص على إمامة سيدنا علي بن أبي طالب عليه السلام، وبنيه من بعده من ولد الإمام الحسين عليه السلام، وعصمتهم.

**الخطاب الشيعي:** هو المفاهيم والأفكار والمعتقدات التي يقوم عليها المذهب الشيعي، والتي تتعارض بشكل مباشر مع أفكار ومباني المذهب السني كالوصية، والإمامة، والعصمة<sup>(19)</sup>.

**تشكيل الاتجاهات:** هو الاستعداد النفسي والعصبي، والميل للاستجابة إلى ما يتوافق مع خبرات الإنسان الشخصية وله مكونات معرفية، وإدراكية، ووجدانية<sup>(20)</sup>.

التعريف الإجرائي: هو مدى تكوين ميول الفرد الدينية وتغييرها حسب ما يشاهده ويتفاعل معه عند التعرض للخطاب الشيعي على قنوات اليوتيوب.

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

لاستخراج نتائج البحث قام الباحث باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" (Statistical Package for Social Science) ، لتحليل البيانات التي تم إدخالها إلى الحاسوب وعلى هذا فقد قام الباحث بتطبيق 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 والانحراف المعياري Std. Deviation.
- الوزن المرجح: ويستخدم لقياس وزن المتغيرات الترتيبية على وجه التحديد؛ وذلك للتعرف على القيمة الترتيبية لكل متغير، عبر حساب متوسط القيم الترتيبية.
- اختبار كا<sup>2</sup> (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية (Nominal).
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كا<sup>2</sup>، وهو يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300 : 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين ذي اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة

إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300: 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.

#### الإطار النظري للدراسة:

أولاً: نظرية الانخراط مع وسائل التواصل الاجتماعي ( Social Media Engagement Theory):

تعد نظرية الانخراط مع وسائل التواصل الاجتماعي ( Social Media Engagement Theory) من النظريات الحديثة التي برزت في ظل تطور الإعلام الرقمي وتزايد التفاعل مع المنصات الاجتماعية، خاصة بين فئة الشباب، وتشير النظرية إلى أن العلاقة بين المستخدمين والمحتوى الرقمي لم تُعد علاقة استقبالٍ سلبي، بل تحولت إلى علاقة تفاعلية قائمة على مستويات متعددة من الانخراط المعرفي، والعاطفي، والسلوكي.

ويُعرف الانخراط هنا بأنه التفاعل المتعدد الأبعاد الذي يقوم به الأفراد مع المحتوى الإعلامي، ويشمل التفكير فيه، التفاعل العاطفي معه، والمشاركة أو الرد عليه بطرق مختلفة، كالإعجاب، أو التعليق، أو إعادة النشر، أو حتى إنتاج محتوى آخر<sup>(21)</sup>، على أن الانخراط لا يقتصر على المشاهدة، بل يتعدى ذلك إلى مراحل أكثر فعالية قد تصل إلى التفاعل الخلاق، حيث يقوم المستخدم بإعادة تفسير أو إعادة إنتاج المحتوى الأصلي.

المفهوم الأساسي للنظرية<sup>(22)</sup>:

الانخراط (Engagement) هو مصطلح متعدد الأبعاد يُشير إلى درجة تفاعل المستخدم مع المحتوى الرقمي، ويشمل:

الانخراط المعرفي (Cognitive Engagement):

يمثل استغراق المتلقي في التفكير والتحليل والتأمل في المحتوى، ويدل على عمق الفهم والتفسير الشخصي لما يعرض.

الانخراط العاطفي (Emotional Engagement):

يعكس المشاعر والانفعالات الناتجة عن التعرض للمحتوى، مثل (الإعجاب، الرفض، الدهشة، أو الحماس).

## الانخراط السلوكي (Behavioral Engagement):

يتمثل في الأفعال الظاهرة التي يقوم بها المستخدم، مثل: الإعجاب بالمحتوى، التعليق، المشاركة، الاشتراك، أو حتى إنتاج محتوى مشابه أو مضاد.

### نشأة النظرية وتطورها:

نظرية الانخراط مع وسائل التواصل الاجتماعي ( Social Media Engagement Theory) ليست نظرية كلاسيكية قديمة ذات مؤسس واحد (23) مثل نظريات الإعلام التقليدية)، لكنها تطوّرت حديثاً من خلال مجموعة من الأبحاث، وهناك باحثون بارزون أسهموا في تأسيس الإطار النظري والمنهجي لهذا المفهوم، ومن أبرزهم:

Hollenbeck, L. D. (2011, 2014) -

Brodie, R. J. et al. (2011) -

Calder, B. J. et al. (2009) -

Vivek, S. D. et al. (2012) -

### فروض النظرية:

- وسائل التواصل الاجتماعي بيئة تفاعلية، وليست استقبالية فقط.
- المستخدمون ليسوا سلبيين، بل يشاركون في صياغة الرسائل والتأثير فيها.
- الانخراط يمكن أن يؤدي إلى تغيير في الاتجاهات أو السلوكيات، خاصة عند التعرّض المتكرر.
- هناك علاقة تبادلية بين الجمهور والمحتوى؛ فالمحتوى يُعيد تشكيل تجربة المستخدم والعكس.

### كيفية الاستفادة من تطبيق هذه النظرية في الدراسة:

نظراً لأن البحث يتناول تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي على يوتيوب، فإن نظرية الانخراط تُعد ملائمة لأنها:

- توفر أداة لفهم طبيعة التفاعل مع هذا الخطاب (هل هو like, dislike, share, comment).
- تفسّر العلاقة بين درجة التفاعل وتكوين الاتجاهات.

■ تربط بين الوسيط (اليوتيوب)، والمضمون (الخطاب الشيعي)، والمتلقي (الشباب)، وهو ما يعكس فهماً متكاملًا للسياق الإعلامي الحديث.

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory تُعدُّ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً مناسباً لهذه الدراسة، حيث تقوم فكرة هذه النظرية على اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، وتحقيق أهدافهم ومصالحهم المختلفة<sup>(24)</sup>، وتُعدُّ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام امتداداً لنظرية (الاستخدامات والإشباع)، والفرق بينهما أن الأولى تركز على الأهداف، بينما الثانية تركز على الجمهور<sup>(25)</sup>.

قدم النظرية كلٌّ من (ديفلر وساندرا روكيتش) عام 1976م، وتعدُّ إحدى النظريات التي اهتمت بدراسة تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وتطلق فروضها من النظر في وسائل الإعلام كمصادر رئيسة يعتمد عليها أفراد المجتمع في استقاء المعلومات والمساعدة في اتخاذ القرار<sup>(26)</sup>.

#### تأثيرات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام:

يرصد "ديفلر وساندرا روكيتش" التأثيرات الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كما يلي:

- التأثيرات المعرفية Cognitive Effects: مثل إزالة الغموض، تشكيل الاتجاهات، ترتيب الأولويات، توسيع المعتقدات، التأثير في القيم.
  - التأثيرات الوجدانية Affective Effects: وهي المشاعر والعواطف التي تحدثها وسائل الإعلام في الأفراد نتيجة ما تلقوه من معلومات، مثل: الفتور العاطفي، الخوف، القلق، الدعم المعنوي.
  - التأثيرات السلوكية Behavioral Effects: وهي تغيير سلوك الفرد نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام وتتمثل في سلوكين أساسيين، وهما (التشيط أو الخمول)<sup>(27)</sup>.
- 1- وجود علاقة متبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع، وهي التي تحدد التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في الفرد والمجتمع.

2- كلما زادت الحاجة إلى المعلومات، زادت درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام واستخدامه لها، وكلما زادت أهميتها بالنسبة له زاد تأثيرها عليه.

3- تزداد درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في حالة قلّة القنوات البديلة للمعلومات، وتقل بتعددّها.

4- تؤثر طبيعة الاختلافات بين الأفراد في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام.

#### كيفية الاستفادة من تطبيق النظرية في الدراسة:

التعرف على درجة اعتماد المبحوثين "الشباب الجامعي" على قنوات الشيعة على موقع اليوتيوب في تزويدهم بالمعلومات عن هذه الظاهرة، وكذلك دوافع متابعتهم للمضامين والأفكار الشيعية على قنوات اليوتيوب، والتأثيرات الناتجة عن متابعتهم لهذه القنوات على موقع اليوتيوب، وكذلك الوصول إلى الفروق المختلفة بين الشباب الجامعي "المبحوثين" في الاعتماد على هذه القنوات وفقاً لمتغيراتهم المختلفة، وعلاقة هذا الاعتماد باتجاهاتهم نحو المضامين والأفكار الشيعية المقدمة على قنوات اليوتيوب.

#### الخطاب الشيعي- مفهومه- القضايا العقائدية:

مفهوم الخطاب الديني: إذا كان المقصود بالخطاب الحوار أو الإلقاء، فإن إضافة الدين إليه يعني أنه صبغة دينية أو ذو مرجعية دينية، والخطاب الديني مفهوم أوسع من الخطاب الإسلامي؛ لأنه إذا قصدنا الخطاب الديني فإنه يشمل مختلف الديانات، ولكن ما نقصده في هذه الدراسة هو الخطاب الديني "الشيعي"، وهو الخطاب يعتمد في بيان شريعته على القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة وأقوال الأئمة الاثني عشر وفق مباني وتأويلات المذهب الشيعي الجعفري<sup>(29)</sup>.

ويعتبر مفهوم الخطاب من المفاهيم التي تثير كثيراً من الجدل والالتباس حولها، والخطاب في اللغة يعني الكلام أو الرسالة، ويستخدم في علم اللغة بمعان ثلاثة<sup>(30)</sup>:

1- الإشارة إلى الطريقة التي تشكّل بها الجمّل نظاماً متتابعاً تسهم به في نسقٍ كليٍّ متغاير ومتحد الخواص لتشكّل نصّاً مفرداً، والطريقة التي تتألف بها لتشكّل خطاباً ينطوي على أكثر من نصٍّ مفرد.

2- أو أنه مجموعة دالة من أشكال الأداء اللفظي.

3- أو أنه مساق من العلاقات المتعينة التي تستخدم لتحقيق أغراض معينة.

أما الخطاب اصطلاحياً فهو كلُّ "نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم أو الكاتب وتفترض فيه التأثير على السامع أو القارئ، مع الأخذ بعين الاعتبار مجمل الظروف والممارسات التي تتم فيها.

وينقسم الخطاب إلى ثلاثة مستويات اللغة، والمعنى، والشئ؛ فاللغة: هي مجموع المفردات والألفاظ المستعملة التي تخضع لتحليل الألفاظ، المعنى: هو مجموع معاني الألفاظ والتصورات والرؤى التي تعبر عنها الألفاظ ويعرف بتطابقه مع الخبرة الحية في الحياة اليومية، وقد يتضمن المعنى مناهج اقتناصه استنباطاً من النصوص أو استقراء من الواقع، والشئ: هو العالم الخارجي والواقع الاجتماعي الذي يحيل إليه الخطاب هو الموقف الذي يوجد فيه الداعية، وطبيعة جمهور المتلقي والظروف الاجتماعية، والسياسية، والمحلية، والدولية التي يعيش فيها<sup>(31)</sup>.

والخطاب الديني: هو البيان الذي يوجه باسم الإسلام إلى الناس مسلمين وغير مسلمين؛ لدعوتهم إلى الإسلام، أو تعليمه لهم وتربيتهم عليه عقيدة أو شريعة، عبادة أو معاملة، فكرياً أو سلوكياً، أو لشرح موقف الإسلام من قضايا الحياة والإنسان والعالم: فردية أو اجتماعية روحية أو مادية، نظرية أو علمية، وهذا الخطاب يتميز بالسعة والشمول، فهو يشمل الفرد والأسرة والمجتمع، والأمة، والدولة والعالم وتتعدد قضاياها الدينية والأخلاقية، والاجتماعية والفكرية والاقتصادية والسياسية، وتتنوع أدواته وأساليبه القديمة والحديثة من الخطبة والمحاضرة والدرس، والحديث، والمقالة، والرسالة، والكتاب والندوة، وقد يظهر في صور متعددة دعوية تربوية، أو فقهية تشريعية، أو في صيغة فكرية فلسفية، وإن كان التركيز الأكبر على الصيغة الدعوية فهي الأصل والأساس في الخطاب الديني<sup>(32)</sup>.

وهناك من يرى أن الخطاب الديني هو الخطاب الصادر عن الله سبحانه وتعالى في كتابه الكريم، أو إبلاغاً عنه بسنة رسول الله، فالدين ينسب إلى الله، وهو وضعُ إلهي يهدي الخلق إلى الفوز في الدنيا والسعادة في الآخرة.

أما إذا كان المراد خطاب الدعوة المبلِّغين تعاليم الله ورسوله إلى الناس، فلا يصح أن يضاف إلى الدين؛ لأنه إذا كان متفقاً مع صحيح الدين فهو توضيح للخطاب الديني

بالمعنى السابق، وليس خطاباً دينياً، وإن انحرف عنه في الطريقة، بمعنى أنه نحا نحو الشدة والعنف والغلظة ولي الحقائق، فقد انحرف أصحابه عما ورد صريحاً في كتاب الله تعالى عن أساس الخطاب الديني في قوله سبحانه وتعالى: ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (النحل: ٢٥)، وقوله تقدست أسماؤه: "وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ" (آل عمران: ١٥٩)<sup>(33)</sup>.

وإضافة الصبغة "المذهبية" للخطاب الديني ينقل هذا الخطاب من شمولية الإسلام واتساعه إلى ضيق المذهب والمعتقد الذي يرفض غير المنتمين إليه، بل ويسعى إلى (تبشيرهم) عن طريق تسفيه معتقداتهم والنيل من ثوابتهم الدينية، مع كونهم في دائرة الإسلام الواسعة.

الفكر الشيعي: هو ذلك الفكر الذي يستند إلى النصوص الدينية الأساسية للمذهب الشيعي الإمامي الاثنا عشري، والتي يفسرها علماء ومشايخ المذهب تبعاً لأهوائهم، والتي تركز حول نظرية الإمامة<sup>(34)</sup>.

أهم القضايا العقائدية للخطاب الشيعي:  
الإمامة:

يعتقد الشيعة "الاثنا عشرية" أن الإمامة ركنٌ عظيم من أركان الإسلام، وأصلٌ أصيل من أصول الإيمان لا يتم إيمان المرء إلا باعتقادها، ولا يقبل منه عمل إلا بتحقيقها، وأول من تحدث عن مفهوم الإمامة بالصورة الموجودة عند الشيعة الرافضة هو ابن سبأ الذي بدأ يشيع القول بأن الإمامة هي وصاية من النبي محصورة بالوصي، وإذا تولاها سواه يجب البراءة منه وتكفيره<sup>(35)</sup>.

فقد اعترفت كتب الشيعة بأن ابن سبأ كان أول من أشهر القول بفرض إمامة علي، وأظهر البراءة من أعدائه، وكاشف مخالفه، وكفرهم؛ لأنه كان يهودي الأصل يرى أن يوشع بن نون وصي موسى، فلما أسلم أظهر هذه المقالة في علي بن أبي طالب، وهذا ما تعارف عليه شيوخ الشيعة الرافضة، فابن بابويه القمي يسجل عقائد الشيعة في القرن الرابع ويقول بأنهم يعتقدون بأن لكل نبي وصياً أوصى إليه بأمر الله تعالى، ويذكر أن عدد الأوصياء مائة وأربعة وعشرون ألف وصي<sup>(36)</sup>.

كما ذكر المجلسي في أخباره أن علياً هو آخر الأوصياء<sup>(37)</sup>، وجاء في بعض عناوين الأبواب في الكافي: (باب أن الإمامة عهد من الله له معهود من واحد إلى واحد)، و(باب ما نصَّ الله ورسوله على الأئمة واحداً فواحداً). وقد ضمنها مجموعة من أخبارهم التي يعدونها من الأدلة التي لا يرقى إليها الشك، ولهذا قال شيخهم مقداد الحلبي (ت ٨٢١هـ) بأن مستحق الإمامة عندهم لا بد أن يكون شخصاً معهوداً من الله تعالى ورسوله لا أي شخص اتفق الناس عليه<sup>(38)</sup>، ويقرر محمد حسين آل كاشف الغطاء أحد مراجع الشيعة الاثنا عشرية في هذا العصر: أن الإمامة منصب إلهي كالنبوة، فكما أن الله سبحانه يختار ما يشاء من عباده للنبوة والرسالة، ويؤيده بالمعجزة التي هي كنص من الله عليه، فكذلك يختار للإمامة من يشاء، ويأمر نبيه بالنص عليه، وأن ينصبه إماماً للناس من بعده<sup>(39)</sup>.

لذا فإن مفهوم الإمامة عندهم كمفهوم النبوة، فكما يصطفي الله سبحانه من خلقه أنبياء يختار سبحانه أئمة، وينص عليهم، ويعلم الخلق بهم، ويقوم بهم الحجة، ويؤيدهم بالمعجزات، ويوحى إليهم، ولا يقولون أو يفعلون إلا بأمر الله ووحيه؛ أي أن الإمامة هي كالنبوة، والإمام هو كالنبي والتغيير في الاسم فقط؛ ولذلك قال المجلسي: (إن استبطاط الفرق بين النبي والإمام من تلك الأخبار لا يخلو من إشكال)<sup>(40)</sup>، ثم قال: ولا تصل عقولنا إلى فرق بين النبوة والإمامة، هذا قولهم في مفهوم الإمامة، ويكفي في نقده أنه لا سند لهم فيه إلا ابن سبأ اليهودي<sup>(41)</sup>.

**الصحابة رضوان الله عليهم:**

كُتِبَ الشيعة الإمامية مليئةً باللعن والتكفير لمن رضي الله عنهم ورضوا عنه من المهاجرين والأنصار، وأهل بدر وبيعة الرضوان وسائر الصحابة أجمعين، ولا نستثني منهم إلا النذر اليسير الذي لا يبلغ عدد أصابع اليد، وأصبحت هذه المسألة بعد ظهور كتبهم وانتشارها من الأمور التي لا تحجب بالتقية<sup>(42)</sup>، قال القاضي عبد الجبار: (وأما الإمامية فقد ذهبت إلى أن الطريق إلى إمامة الاثني عشر النص الجلي الذي يكفر من أنكره، ويجب تكفيره، فكفروا لذلك صحابة النبي عليه السلام)<sup>(43)</sup>، قال عبد القاهر

البغدادي: (وأما الإمامية فقد زعم أكثرهم أن الصحابة ارتدت بعد النبي عليه السلام سوى علي وابنيه مقدار ثلاثة عشر من الصحابة)<sup>(44)</sup>.

ويقول ابن تيمية رحمه الله: إن الرافضة تقول: إن المهاجرين والأنصار كتموا النص، فَكَفَرُوا إِلَّا نَفَرًا قَلِيلًا إما بضعة عشر أو أكثر، ثم يقولون: إن أبا بكر وعمر ونحوهما ما زالوا منافقين، وقد يقولون: بل آمنوا ثم كفروا، وتقول كتب الاثنا عشرية: إن الصحابة بسبب توليتهم لأبي بكر قد ارتدوا إلا ثلاثة، وتزيد بعض رواياتهم: ثلاثة أو أربعة آخرين إلى إمامة علي؛ ليصبح المجموع سبعة، ولا يزيدون عن ذلك، ولقد تداولت الشيعة أبناء هذه الأسطورة في المعتمد من كتبها، فسجلوا ذلك في أول كتاب ظهر لهم، وهو كتاب "سليم بن قيس"<sup>(45)</sup>، ثم تتابعت كتبهم في تقرير ذلك وإشاعته وعلى رأسها «الكافي» أوثق كتبهم الأربعة، و«رجال الكشي»<sup>(46)</sup> عمدتهم في كتب الرجال، وغيرها من مصادرهم<sup>(47)</sup>.

#### العصمة:

إن عصمة الإمام عند الشيعة الإمامية شرط من شروط الإمامة، وهي من المبادئ الأولية في كيانها العقدي، ولها أهمية كبرى عندهم، ونتيجة لما أضفاه الشيعة على الأئمة من صفات ومواهب وقدرات علمية غير محدودة ذهبوا إلى أن الإمام ليس مسؤولاً أمام أحد من الناس، ولا مجال للخطأ في أفعاله، بل يجب تصديقه والإيمان بأن كل ما يفعله خير لا شر؛ لأن عنده من العلم ما لا قبل لأحد بمعرفته، ومن هنا قرر الشيعة للإمام- ضمن ما قرروا- العصمة فذهبوا إلى أن الأئمة معصومون في كل حياتهم لا يرتكبون صغيرة ولا كبيرة، ولا تصدر عنهم أية معصية، ولا يجوز عليهم خطأ ولا نسيان<sup>(48)</sup>.

وقد نقل الإجماع على ذلك شيخهم المفيد فقال: إن الأئمة قائمون مقام الأنبياء في تنفيذ الأحكام وإقامة الحدود، وحفظ الشرائع، وتأديب الأنام- معصومون كعصمة الأنبياء، وإنهم لا يجوز منهم كبيرة ولا صغيرة، وإنه لا يجوز منهم سهو في شيء من الدين، ولا ينسون شيئاً من الأحكام، وعلى هذا مذهب سائر الإمامية إلا من شذ منهم.

قال "ابن المطهر الحلي" ذهبت الإمامية والإسماعيلية إلى أن الإمام يجب أن يكون معصوماً، وخالف فيه جميع الفرق<sup>(49)</sup>.

وقد نصَّ على ذلك "المجلسي" بقوله: اعلم أن الإمامية اتفقوا على عصمة الأئمة من الذنوب صغيرها وكبيرها، فلا يقع منهم ذنب أصلاً لا عمداً، ولا نسياناً، ولا لخطأ في التأويل، وذلك للحفظ من الله سبحانه<sup>(50)</sup>.

#### القرآن الكريم:

فقد زعم بعض الشيعة الإمامية أن القرآن الكريم قد حُرِّف، وأُسقطت منه بعض السور وكثير من الآيات التي أنزلت في فضائل أهل البيت والأمر باتِّباعهم، والنهي عن مخالفتهم، وإيجاب محبتهم، وأسماء أعدائهم، والطعن فيهم ولعنهم، وقد اتَّهم الشيعة الصحابة بأنهم أسقطوا من القرآن الكثير والكثير ومن جملة ما أسقطوه: "وجعلنا علياً صهرك" من سورة الشرح، والتي تشير إلى تخصيص علي بمصاهرة الرسول دون عثمان!! وقد جهل هؤلاء أن هذه السورة مكية، وأنها حين نزلت لم يكن علي صهراً للرسول؛ إذ أن علياً تزوج فاطمة بالمدينة وبعد غزوة بدر، ويذهب الشيعة أيضاً إلى أنه من بين ما أُسقط من «القرآن» سورة الولاية، ويزعمون أنها سورة طويلة قد ذُكر فيها فضائل أهل البيت<sup>(51)</sup>.

وقد ذكر صاحب تفسير "الصافي" الشيعي: إن الظاهر من ثقة الإسلام محمد بن يعقوب الكليني- طاب ثراه- أنه كان يعتقد أيضاً في التحريف والنقصان في القرآن؛ لأنه روى روايات في هذا المعنى في كتابه الكافي ولم يتعرض بقدر فيها، على أنه ذكر في أول كتابه أنه يثق بما رواه فيه<sup>(52)</sup>.

وكتاب الكليني هذا مليء بهذه المزاعم المنحرفة، والتي تهدف في الأساس إلى إثبات إمامة علي بن أبي طالب عليه السلام والأئمة من بعده، ومن ذلك ما رواه الكليني عن أبي بصير عن أبي عبد الله في قول الله: (وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ) عن ولاية علي والأئمة بعده- (فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا) هكذا نزلت<sup>(53)</sup>، ويروي أيضاً عن جابر عن أبي جعفر: قال: قلت له: لم سمي علي بن أبي طالب أمير المؤمنين؟ قال الله سماه وهكذا

أنزل في كتابه: (وإذ أخذ ربك من بني آدم من ظهورهم ذريتهم وأشهدهم على أنفسهم ألست بربكم وأن محمدا رسولي وأن علياً أمير المؤمنين) (54).

ويروي الكليني عن أحمد بن محمد بن أبي نصر قال: رفع إلي أبو الحسن عليه السلام مصحفاً وقال: لا تنظر فيه، ففتحته وقرأت فيه (لَمْ يَكُنِ الَّذِينَ كَفَرُوا) فوجدت فيه سبعين رجلاً من قريش بأسمائهم وأسماء آبائهم قال: فبعث إلي بالمصحف، وقد زعم الكليني أنه لم يجمع القرآن كله إلا الأئمة، وأنهم أي: الأئمة - يعلمون علمه كله - فما جمعه وحفظه كما أنزل إلا علي بن أبي طالب والأئمة من بعده (55).

#### عقيدة الرجعة:

الرجعة من أصول المذهب الشيعي، فمن رواياتهم: (ليس منا من لم يؤمن بكرتنا) (56). قال ابن بابويه في "الاعتقادات": واعتقادنا في الرجعة أنها حق (57)، وقال المفيد واتفقت الإمامية على وجوب رجعة كثير من الأموات (58)، وقال الطبرسي والحر العاملي وغيرهما من شيوخ الشيعة: إنها موضع إجماع الشيعة الإمامية (59)، وإنها من ضروريات مذهبهم، وإنهم مأمورون بالإقرار بالرجعة واعتقادها وتحديد الاعتراف بها في الأدعية والزيارات ويوم الجمعة، وكل وقت، كالإقرار بالتوحيد، والنبوة، والإمامة، والقيامة (60).

ومعنى الرجعة الرجوع إلى الدنيا بعد الموت (61)، وقد ذهب فرق شيعية كثيرة إلى القول برجوع أئمتهم إلى هذه الحياة، ومنهم من يقر بموتهم ثم رجعتهم، ومنهم من ينكر موتهم ويقول بأنهم غابوا، وسيرجعون، وكان أول من قال بالرجعة ابن سبأ اليهودي (62).

#### عقيدة البداء:

إذا رجعت إلى اللغة العربية لتعريف معنى البداء تجد أن «القاموس» يقول: بدا بدواً ظهر، وبدا له في الأمر بدواً وبداءاً: نشأ له فيه رأي، فالبداء في اللغة بمعنى الظهور بعد الخفاء تقول: بدا سور المدينة؛ أي: ظهر (63).

من أصول الشيعة الإمامية القول بالبداء على الله، حتى بالغوا في أمره فقالوا: (ما عبد الله بشيء مثل البداء) وما عظم الله بمثل البداء، ولو علم الناس ما في القول بالبداء من الأجر ما فتروا من الكلام فيه (64)، وما بعث الله نبياً قط إلا بتحريم الخمر وأن

يقر لله بالبذاء<sup>(65)</sup>، ويبدو أن الذي أرسى هذا المعتقد عند الإمامية هو المُلقَّب عندهم بثقة الإسلام؛ وهو شيخهم الكليني (ت ٣٢٨ هـ أو ٣٢٩ هـ) حيث وضع هذا المعتقد في قسم الأصول من «الكافي»، وجعله ضمن كتاب التوحيد وخصَّص له باباً بعنوان "باب البذاء"، وذكر فيه ستة عشر حديثاً من الأحاديث المنسوبة للأئمة<sup>(66)</sup>.

**التَّقِيَّةُ:**

تعريفها عند الشيعة الإمامية:

يقول شيخهم المفيد: التقية كتمان الحق، وستر الاعتقاد فيه، وكتمان المخالفين، وترك مظاهرتهم بما يعقب ضرراً في الدين أو الدنيا<sup>(67)</sup>. ويقول يوسف البحراني - أحد كبار علمائهم في القرن الثاني عشر-: المراد بها إظهار موافقة أهل الخلاف فيما يدينون به خوفاً<sup>(68)</sup>. ويقول الخميني: التقية معناها: أن يقول الإنسان قولاً مغايراً للواقع، أو يأتي بعمل مناقض لموازين الشريعة؛ وذلك حفظاً لدمه أو عرضه أو ماله<sup>(69)</sup>، فهذه ثلاثة تعريفات للتقية لثلاثة من كبار علماء الشيعة جاءوا في فترات زمنية مختلفة.

وهذه التعريفات تدور حول أربعة أحكام رئيسة للتقية عندهم؛ وهي:

- 1- أن معنى التقية أن يُظهر الإنسان لغيره خلاف ما يُبطن.
- 2- أن التقية تستعمل مع المخالفين، ولا يخفى دخول كافة المسلمين تحت هذا العموم.
- 3- أن التقية تكون فيما يدين به المخالفون من أمور الدين.
- 4- أن التقية إنما تكون عند الخوف على الدين، أو النفس، أو المال.

**مكانتها عند الشيعة الإمامية:**

تحتل منزلة عظيمة ومكانة رفيعة، دلت عليها روايات عديدة جاءت في أمهات الكتب عندهم، فقد روى الكليني وغيره عن جعفر الصادق أنه قال: "التقية من ديني ودين آبائي ولا إيمان لمن لا تقية له"<sup>(70)</sup>.

وعن أبي عبد الله أنه قال: "إن تسعة أعشار الدين في التقية، ولا دين لمن لا تقية له، والتقية في كل شيء إلا في النبيذ، والمسح على الخفين"<sup>(71)</sup>.

وفي (المحاسن) عن حبيب بن بشير عن أبي عبد الله أنه قال: "لا والله ما على الأرض شيء أحب إلي من التقية، يا حبيب إنه من كانت له تقية رفعه الله، يا حبيب من لم يكن له تقية وضعه الله" (72).

وفي (أمالي الطوسي) عن جعفر الصادق أنه قال: "ليس منّا من لم يلزم التقية ويصوننا عن سفلة الرعية" (73).

وفي (الأصول الأصلية) عن علي بن محمد من مسائل داود الصرمي قال: قال لي: يا داود لو قلت لك: إن تارك التقية كتارك الصلاة لكنت صادقاً (74).

وعن الباقر أنه سئل: من أكمل الناس؟ قال: "أعملهم بالتقية، وأقضاهم لحقوق إخوانه" (75).

وعنه أيضاً أنه قال: "أشرف أخلاق الأئمة الفاضلين من شيعتنا استعمال التقية". فدلّت هذه الروايات على مكانة التقية عندهم، ومنزلتها العظيمة في دينهم، فالتقية عند الشيعة الإمامية من أهم أصول الدين، فلا إيمان لمن لا تقية له، والتارك للتقية كالتارك للصلاة؛ بل إن التقية عندهم أفضل من سائر أركان الإسلام، فالتقية تمثل تسعة أعشار دينهم وسائر أركان الإسلام وفرائضه تمثل العشر الباقي (76)، وقد ذكر صاحب «الكافي» أخباراً في باب «التقية»، و«باب الكتمان»، «باب الإذاعة»، وذكر المجلسي في «بحاره» من رواياتهم فيها مائة وتسع روايات في باب عقده بعنوان: باب التقية والمداراة (77).

محاور الدراسة الميدانية:

المحور الأول: أسئلة خاصة بمتابعة المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube من حيث: (المعدل والدافعية).

ويشمل هذا المحور التعرف على:

- مدى متابعة المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube.
- المعدل الأسبوعي للأيام التي يقضيها المبحوثون على قنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube.
- عدد الفيديوهات التي يتعرض لها المبحوثون في قنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube.
- مقياس كثافة تعرض المبحوثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube.

- معدل تعرض المبحوثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube من حيث الانتظام من عدمه.
- دوافع متابعة المبحوثين للمضامين والأفكار الشيعية على قنوات اليوتيوب YouTube.
- المحور الثاني: أسئلة خاصة بقياس التفاعلية على القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube .  
ويشمل هذا المحور التعرف على:
  - الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون عند تعرضهم للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube .
  - مدى مناقشة المبحوثين للمضامين المقدمة على القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube .
  - الفئات التي يناقشها المبحوثون حول ما تقدمه هذه القنوات.
- المحور الثالث: أسئلة خاصة باتجاهات المبحوثين نحو الخطاب والفكر الشيعي .  
ويشمل هذا المحور التعرف على:
  - اتجاهات المبحوثين نحو الفكر الشيعي المقدم في قنوات اليوتيوب YouTube .
  - مقياس اتجاهات المبحوثين نحو الفكر الشيعي .
- المحور الرابع: أسئلة خاصة بالتأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube .  
ويشمل هذا المحور التعرف على:
  - مدى إسهام القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب في تزويد المبحوثين بمعلومات عن الفكر الشيعي .
  - التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube .
  - مقياس التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube .

## نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج المتعلقة بتساؤلات الدراسة الميدانية:  
المحور الأول: متابعة الباحثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube من حيث: (المعدل والدافعية)

- مدى متابعة الباحثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube:  
جدول (2)

يوضح متابعة الباحثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	متابعة القنوات الشيعية
0.72504	1.6750	15.25	61	دائماً
		37.00	148	أحياناً
		47.75	191	نادراً
		100.00	400	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

بلغت نسبة تعرض الشباب الجامعي لهذه القنوات على موقع اليوتيوب YouTube 52.25% (209 مبحوثين)، وإن تفاوتت درجة تعرضهم لهذه القنوات؛ حيث إن 37% (148 مبحوثاً) يتعرضون "أحياناً" لهذه القنوات، 15.25% (61 مبحوثاً) يتعرضون لهذه القنوات بصفة دائمة، يليها في الترتيب الثاني متابعو هذه القنوات على موقع اليوتيوب YouTube "نادراً" بنسبة 47.75%.

وقد اختلفت نتيجة هذه الدراسة مع ما يلي:

- دراسة (Aaron Smith & Monica Anderson) (2018) <sup>(78)</sup> والتي أشارت

إلى ارتفاع مشاهدة الشباب لمقاطع الفيديو، حيث بلغت نسبة تعرض الشباب لقنوات اليوتيوب عينة الدراسة الترتيب الأول بنسبة 49%.

- دراسة دعاء أحمد البنا (2021) <sup>(79)</sup> التي أثبتت ارتفاع كثافة استخدام الشباب

المصري "عينة الدراسة" للمنصات الرقمية الإعلامية، حيث بلغت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم الترتيب الأول بنسبة 53.5%

ويرى الباحث أن هذه النتيجة طبيعية؛ نظراً لأن هذا الخطاب "الطائفي" جديد على المجتمع المصري، كما أن غالبية هذا المجتمع على مذهب أهل السنة، وهو ما يخلق حالة من النفور والاستهجان لهذا الطرح الفكري الذي تقدمه هذه القنوات.

• المعدل اليومي للساعات التي يقضيها المبحوثون على القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب :YouTube

جدول (3)

المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثون على قنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	المتابعة اليومية
0.78644	1.7075	45.25	181	أقل من ساعة
		42.50	170	من ساعة إلى ساعتين
		9.25	37	من 2 ساعة إلى 4 ساعات
		2.25	9	من 4 ساعات إلى 6 ساعات
		0.75	3	6 ساعات فأكثر
		100.00	400	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

بلغت نسبة المتابعة اليومية للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube "أقل من ساعة" الترتيب الأول 45.25٪، يليها في الترتيب الثاني "من ساعة إلى ساعتين" بنسبة 42.50٪، ويرجع ذلك إلى طبيعة هذه القنوات التي تقدم مقاطع فيديو في قوالب فنية كالمناظرات والأحاديث المباشرة، والبرامج الحوارية التي تضم أكثر من ضيف، والسلاسل التي تضم أكثر من حلقة وتتناول قضايا عقائدية ومذهبية ما يجعل مقاطع الفيديو على هذه القنوات ذات مدد طويلة، يليها في الترتيب الثالث "من ساعتين إلى أربع ساعات" بنسبة 9.25٪، يليها في الترتيب الرابع "من أربع إلى ست ساعات" بنسبة 2.25٪، فيما احتلت فئة "6 ساعات فأكثر" الترتيب الأخير بنسبة 0.75٪.

- المعدل الأسبوعي للأيام التي يقضيها المبحوثون على القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube:

جدول (4)

المعدل الأسبوعي لتعرض المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	المتابعة الأسبوعية
1.28589	2.4250	30.50	122	يوم واحد فقط
		27.50	110	من 2-3 أيام
		19.75	79	من 3-4 أيام
		13.50	54	من 4-5 أيام
		8.75	35	يومياً
		100.00	400	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

احتلَّ معدل تعرض المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube "يوم واحد فقط" الترتيب الأول (122 مبحوثاً) بنسبة 30.50٪، يليها "من 2-3 أيام" في الترتيب الثاني (110 مبحوثين) بنسبة 27.50٪، يليها "من 3-4 أيام" في الترتيب الثالث (79 مبحوثاً) بنسبة 19.75٪، ثم جاء في المرتبة الرابعة "من 4-5 أيام" (54 مبحوثاً) بنسبة 13.50٪، فيما احتلت فئة "يومياً" الترتيب الخامس والأخير (35 مبحوثاً) بنسبة 8.75٪.

وقد اختلفت نتيجة هذه الدراسة مع ما يلي:

- دراسة كل من Caroline Caron, Rebecca Raby (2017) (80) والتي أشارت إلى ارتفاع كثافة مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية، حيث بلغ التعرض لها "أكثر من مرة خلال اليوم الواحد" الترتيب الأول بنسبة 54.6٪.

- عدد الفيديوهات التي يتعرض لها المبحوثون في القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube:

جدول (5)

عدد الفيديوهات التي يتعرض لها المبحوثون على القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	عدد الفيديوهات
0.95550	1.9175	40.50	162	أقل من 3 فيديوهات
		36.75	147	من 3-6 فيديوهات
		13.25	53	من 6-9 فيديوهات
		9.50	38	أكثر من 10 فيديوهات
		100.00	400	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

احتلت مشاهدة المبحوثين لـ "أقل من 3 فيديوهات" على هذه القنوات على موقع اليوتيوب الترتيب الأول (162 مبحوثاً) بنسبة 40.50٪، يليها في الترتيب الثاني الفيديوهات التي تتراوح "من 3-6 فيديوهات" (147 مبحوثاً) بنسبة 36.75٪، فيما احتلت مقاطع الفيديو التي تتراوح "من 6-9 فيديوهات" الترتيب الثالث (53 مبحوثاً) بنسبة 13.25٪، يليها في الترتيب الأخير مقاطع الفيديو "الأكثر من 10 فيديوهات" (38 مبحوثاً) بنسبة 9.50٪.

- مقياس كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube:

جدول (6)

مقياس كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مقياس كثافة التعرض للقنوات الشيعية على اليوتيوب
0.68306	1.6400	47.75	191	منخفض
		40.50	162	متوسط
		11.75	47	مرتفع
		100.00	400	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

حيث احتلَّ منخفضو التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube الترتيب الأول (191 مبحوثاً) بنسبة 47.75٪، يليهم متوسطو التعرض لهذه القنوات على موقع اليوتيوب YouTube (162 مبحوثاً) بنسبة 40.50٪، فيما احتلَّ كثيفو التعرض الترتيب الأخير (47 مبحوثاً) بنسبة 11.75٪.

وهو ما يعني أن جمهور المستخدمين من الشباب الجامعي "عينة الدراسة" من مستخدمي القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube بصفة متوسطة وبمعدل غير كثيف. ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أنه: وإن كانت هذه الظاهرة قد وجدت من يروج لها بدعاوى كثيرة ومختلفة خاصة في أوساط الشباب؛ إلا أنها لا زالت جديدة على المجتمعات السنية المحافظة، نظراً لكون الأفكار التي يحملها هذا الخطاب عادة ما تصطدم بصورة مباشرة مع الأفكار والمعتقدات المستقرة في وجدان الشباب السني.

● معدل تعرض المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube من حيث الانتظام من عدمه.

جدول (7)

معدل تعرض المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معدل التعرض						القنوات
		نادرا		أحيانا		بانتظام		
		ك	%	ك	%	ك	%	
0.91064	2.1425	103	25.75	118	29.50	179	44.75	قناة فدك (الشيخ ياسر الحبيب)
0.90151	1.9575	123	30.75	147	36.75	130	32.50	قناة المنتقم (الشيخ أمير قريشي)
0.94351	1.9025	132	33.00	125	31.25	143	35.75	قناة ذو الفقار المغربي
1.16253	1.6300	189	47.25	79	19.75	132	33.00	قناة أحمد الإمامي
1.08153	1.6150	196	49.00	90	22.50	114	28.50	قناة وعد اللامي
1.02764	1.5400	215	53.75	89	22.25	96	24.00	قناة فائز الجبوري

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معدل التعرض						القنوات
		نادرا		أحيانا		بانتظام		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.99421	1.4050	53.75	215	30.50	122	15.75	63	قناة علاء المهدي
1.05243	1.1125	67,50	270	18.00	72	14.50	58	قناة أحمد سلمان
0.94244	1.0950	71	284	18.75	75	10.25	41	قناة أهل البيت (الشيخ حسن الله ياري)
0.95195	1.0925	71.25	285	18.00	72	10.75	43	قناة صوت العترة
0.87788	0.7475	81	324	14.00	56	5.00	20	قناة ثائر الدرارجي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

احتلت قناة (فدك الشيخ ياسر الحبيب) على موقع اليوتيوب YouTube المرتبة الأولى من حيث معدل تعرض المبحوثين للمضامين والأفكار الشيعية التي تقدمها هذه القناة بمتوسط حسابي بلغ (2.1425)، حيث جاءت درجة مشاهدة بانتظام بنسبة 44,75٪، وأحيانا بنسبة 29,50٪، ونادراً بنسبة 25,75٪، ثم يلي ذلك في المرتبة الثانية قناة (المنتقم- الشيخ أمير قريشي) على موقع اليوتيوب YouTube بمتوسط حسابي (1.9575)، حيث جاءت درجة مشاهدة بانتظام 32,50٪، وأحيانا بنسبة 36,75٪، ونادراً بنسبة 30,75٪، ثم يلي ذلك في المرتبة الثالثة قناة (ذو الفقار المغربي) على موقع اليوتيوب YouTube بمتوسط حسابي بلغ (1.9025)، حيث جاءت درجة مشاهدة بانتظام بنسبة 33٪، وأحيانا بنسبة 31,25٪، ونادراً بنسبة 33٪، ثم يلي ذلك في المرتبة الرابعة قناة (أحمد الإمامي) على موقع اليوتيوب YouTube بمتوسط حسابي بلغ (1.6300)، حيث جاءت درجة مشاهدة بانتظام بنسبة 33٪، وأحيانا بنسبة 19,75٪، ونادراً بنسبة 47,25٪، يليها في الترتيب الخامس قناة (وعد اللامي) على موقع اليوتيوب YouTube بمتوسط حسابي بلغ (1.6150)، حيث جاءت درجة مشاهدة بانتظام 28,50٪، وأحيانا بنسبة 22,50٪، ونادراً بنسبة 49٪، يليها في الترتيب السادس (فائز

الجبوري) على موقع اليوتيوب YouTube بمتوسط حسابي بلغ (1.5400)، حيث جاءت درجة المشاهدة بانتظام بنسبة 24٪، وأحياناً بنسبة 22,25٪، ونادراً بنسبة 53,75٪، يليها في الترتيب السابع (علاء المهدي) على موقع اليوتيوب YouTube بمتوسط حسابي بلغ (1.4050)، حيث جاءت درجة المشاهدة بانتظام 15,75٪، وأحياناً بنسبة 30,50٪، ونادراً بنسبة 53,75٪، يليها في الترتيب الثامن (أحمد سلمان) على موقع اليوتيوب YouTube بمتوسط حسابي بلغ (1.1125)، حيث جاءت درجة المشاهدة بانتظام بنسبة 14,50٪، وأحياناً بنسبة 18٪، ونادراً بنسبة 67,50٪، يليها في الترتيب التاسع (قناة أهل البيت- الشيخ حسن الله ياري) على موقع اليوتيوب YouTube بمتوسط حسابي بلغ (1.0950)، حيث جاءت درجة المشاهدة بانتظام بنسبة 10,25٪، وأحياناً بنسبة 18,75٪، ونادراً بنسبة 71٪، يليها في الترتيب العاشر (صوت العترة) على موقع اليوتيوب YouTube بمتوسط حسابي بلغ (1.0925) حيث جاءت درجة المشاهدة بانتظام بنسبة 10,75٪، وأحياناً بنسبة 18٪، ونادراً بنسبة 71,25٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الحادي عشر والأخير (قناة ثائر الدراجي) على موقع اليوتيوب YouTube بمتوسط حسابي بلغ (0.7475)، حيث جاءت درجة المشاهدة بانتظام بنسبة 5٪، وأحياناً بنسبة 14٪، ونادراً بنسبة 81٪.

• دوافع تعرض المبحوثين للأفكار الشيعية المقدمة على قنوات اليوتيوب YouTube.

جدول (8)

دوافع تعرض المبحوثين للأفكار الشيعية المقدمة على قنوات اليوتيوب YouTube

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						دوافع التعرض
		معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.41207	2.8250	1.25	5	15.00	60	83.75	335	معرفة القضايا والعقائد المتعلقة بالمذهب الشيعي
0.44043	2.8025	1.75	7	16.25	65	82.00	328	فهم الأحداث المرتبطة بالفتنة الكبرى، والقتال بين الصحابة
0.48650	2.7625	2.75	11	18.25	73	79.00	316	رصد أساليب الدعاية المستخدمة من قبل الطائفة الشيعية
0.59900	2.6100	6.00	24	27.00	108	67.00	268	الشعور بالفضول لمعرفة سلوكيات الطائفة الشيعية في المناسبات الدينية
0.70671	2.4575	12.50	50	29.25	117	58.25	233	تكوين آراء حول قضايا وأفكار ومعتقدات الشيعة
0.77684	2.3050	19.50	78	30.50	122	50.00	200	حماية نفسي وأسرتي من الدعاية الشيعية
0.81441	2.2200	24.50	98	29.00	116	46.50	186	تفنيد الآراء المغلوطة حول أهل السنة
0.82382	2.1950	26.00	104	28.50	114	45.50	182	أرى أنه لا فروق جوهرية بين الشيعة والسنة
0.82823	2.1525	27.75	111	29.25	117	43.00	172	التعاطف مع "مظلومية" الفكر الشيعي
0.78066	2.1100	25.50	102	38.00	152	36.50	146	تتمتع قنوات اليوتيوب بمصداقية عندي

احتلت الفقرة "معرفة القضايا والعقائد المتعلقة بالمذهب الشيعي" الترتيب الأول بمتوسط حسابي (2.8250)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 83.75٪، يليها المحايد بنسبة 15٪، ثم المعارض بنسبة 1.25٪، ثم في الترتيب الثاني الفقرة "فهم الأحداث المرتبطة بالفتنة الكبرى، والقتال بين الصحابة" بمتوسط حسابي (2.8025)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 82٪، يليها المحايد بنسبة 16.25٪، ثم المعارض بنسبة 1.75٪، يلي ذلك في الترتيب الثالث الفقرة "رصد أساليب الدعاية المستخدمة من قبل الطائفة الشيعية" بمتوسط حسابي (2.7625)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 79٪، يليها المحايد بنسبة 18.25٪، ثم المعارض بنسبة 2.75٪، ثم في الترتيب الرابع فقرة "الشعور بالفضول لمعرفة سلوكيات الطائفة الشيعية في المناسبات الدينية" بمتوسط حسابي (2.6100)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 67٪، يليها المحايد بنسبة 27٪، ثم المعارض بنسبة 6٪، وفي الترتيب الخامس الفقرة "تكوين آراء حول قضايا وأفكار ومعتقدات الشيعة" بمتوسط حسابي (2.4575)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 58.25٪، يليها المحايد بنسبة 29.25٪، ثم المعارض بنسبة 12.50٪، ثم يلي ذلك في الترتيب السادس فقرة "حماية نفسي وأسرتي من الدعاية الشيعية" بمتوسط حسابي (2.3050)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 50٪، يليها المحايد بنسبة 30.50٪، ثم المعارض بنسبة 19.50٪، ثم يلي ذلك في الترتيب السابع الفقرة "تفنيد الآراء المغلوطة حول أهل السنة" بمتوسط حسابي (2.2200)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 46.50٪، يليها المحايد بنسبة 29٪، ثم المعارض بنسبة 24.50٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الثامن الفقرة "أرى أنه لا فروق جوهرية بين الشيعة والسنة" بمتوسط حسابي (2.1950)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 45.50٪، يليها المحايد بنسبة 28.50٪، ثم المعارض بنسبة 26٪، ثم يلي ذلك في الترتيب التاسع الفقرة "التعاطف مع "مظلومية" الفكر الشيعي" بمتوسط حسابي (2.1525)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 43٪، يليها المحايد بنسبة 29.25٪، ثم المعارض بنسبة 27.75٪، ثم يلي ذلك في الترتيب العاشر الفقرة "تتمتع قنوات اليوتيوب بمصداقية عندي" بمتوسط حسابي (2.1100)، حيث ارتفعت

درجة الموافقة بنسبة 36.50٪، يليها المحايد بنسبة 38٪، ثم المعارض بنسبة 25.50٪.

المحور الثاني: أسئلة خاصة بقياس التفاعلية على القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube.

• الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون عند تعرضهم لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube.

#### جدول (9)

الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون عند تعرضهم لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube

العبارة	ك	%
مشاهدة مقطع الفيديو	345	86.25
التعليق على مقاطع الفيديو Comment	317	79.25
تقييم مقاطع الفيديو Rate By Like Or Dis Like	226	56.5
قراءة التعليقات على مقاطع الفيديو	210	52.5
مشاركة شخص آخر في مشاهدة مقطع فيديو Tag	91	22.75
إضافة مقطع فيديو Up load	87	21.75
تبادل مقطع الفيديو Share	83	20.75
التحذير من مقطع فيديو Report	70	17.5
عمل قائمة بمقاطع فيديو Play list	58	14.5
الاطلاع على الإعلانات	14	3.5
جملة من سألوا	400	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

جاءت مشاهدة جمهور المستخدمين عينة الدراسة لمقاطع فيديو الخطاب الشيعي على قنوات اليوتيوب YouTube "الانخراط المعرفي (Cognitive Engagement)" في مقدمة أنشطتهم بنسبة كبيرة مثلت 86.25٪، يليها "التعليق على مقاطع الفيديو Comment" بنسبة 79.25٪، ثم "تقييم مقاطع الفيديو Rate By Like Or Dis Like" في الترتيب الثالث بنسبة 56.5٪؛ مما يوضح أن اتجاه غالبية المبحوثين من

المستخدمين نحو "المشاركة الإيجابية" (الانخراط السلوكي Behavioral Engagement) في القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube، وذلك عن طريق عدم الاكتفاء بالمشاهدة السلبية لمقاطع الفيديو، بل التفاعل الإيجابي بالتعليق والتقييم على ما تطرحه هذه القنوات من مضامين، بينما حلت "قراءة التعليقات على مقاطع الفيديو" الترتيب الرابع بنسبة 52.5٪، حيث تُعد هي الأخرى بمثابة تقييم لمقاطع الفيديو "الانخراط العاطفي (Emotional Engagement)" فإن كانت التعليقات إيجابية أو سلبية فمن الممكن أن تؤثر على من يقرؤها، فيما حلت "مشاركة شخص آخر في مشاهدة مقطع فيديو Tag" الترتيب الخامس بنسبة 22.75٪، حيث يستطيع المستخدم تحديد الأشخاص الذين يود مشاركتهم في مشاهدة بعض مقاطع الفيديو، يليها في الترتيب السادس "إضافة مقطع فيديو Up load" بنسبة 21.75٪، يليها "تبادل مقطع الفيديو Share" في الترتيب السابع بنسبة 20.75٪، فيما جاء "التحذير من مقطع فيديو Report" في الترتيب الثامن بنسبة 17.5٪، يليها في الترتيب التاسع "عمل قائمة بمقاطع فيديو Play list" المفضلة لدى المبحوثين بنسبة 14.5٪، فيما حلّ "الاطلاع على الإعلانات" الترتيب الأخير بنسبة 3.5٪.

وقد اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع الآتي:

- دراسة عبد الباسط عبد الوهاب الحطامي وآخرين (2021) <sup>(81)</sup> حيث جاءت مشاهدة مقاطع الفيديو في الترتيب الأول بنسبة 89.4٪، يليها "التفاعل العاطفي" مع المقطع (Like Or Dis Like) بنسبة 47.6٪، فيما بلغت نسبة التعليق على مقاطع الفيديو Coment 32.7٪.
- دراسة Bessie Lee Lawton & Maria Kopacz (2020) <sup>(82)</sup> حيث جاءت مشاهدة مقاطع الفيديو في الترتيب الأول بنسبة 92.5٪، يليها إرسال التعليقات حول مقاطع الفيديو بنسبة 22,3٪.
- دراسة Cam Balcikanli (2017) <sup>(83)</sup> والتي أشارت إلى ارتفاع مشاهدة الشباب لمقاطع الفيديو، حيث إن نسبة 49٪ من مستخدمي مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت يتعرضون لها على موقع اليوتيوب YouTube.

- مدى مناقشة الباحثين للمضامين المقدمة على القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب .YouTube

جدول (10)

مناقشة مضمون مقاطع الفيديو على القنوات الشيعية مع آخرين

مناقشة مضمون المقاطع	ك	%
نعم	177	44.25
لا	223	55.75
المجموع	400	100.00

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

جاءت استجابات الباحثين لعدم مناقشة مضمون مقاطع الفيديو مع آخرين في الترتيب الأول بنسبة 55.75% من إجمالي استجابات الباحثين، يليها استجابة الباحثين بالإيجاب بنسبة 44.25%، وتعد هذه النتيجة منطقية؛ لأن مناقشة مثل هذه الأفكار المقدمة عبر قنوات اليوتيوب مع آخرين عادة ما يثير الريبة والشك في نفوس المستمع، وقد يتهم الشخص بالتشيع أو إثارة الشبهات، أو ضعف إيمانه، أو خروجه عن منهج أهل السنة ما يجعل عدم مناقشة هذا الطرح مع آخرين أولى من مناقشته، حتى وإن كانت هذه الموضوعات غالباً ما تثير حواراً أو تستحق المناقشة.

- الفئات التي يناقشها الباحثون حول ما تقدمه هذه القنوات.

جدول (11)

الفئات الذين يفضل الباحثون مناقشة المضمون معهم

تفضيلات الأفراد عند المناقشة	ك	%
الأصدقاء	86	48.59
زملاء الدراسة	53	29.94
العلماء ورجال الدين	30	16.95
الأسرة	8	4.52
المجموع	177	100.00

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

حصلت فئة "الأصدقاء" على أعلى نسبة استجابات من الباحثين بلغت 48.59%؛ لأنه عادة ما يلجأ البعض لمناقشة أقرانهم ممن يتبنون نفس الأفكار والمعتقدات، وفي نفس المستوى العمري، أو النوع، وذلك لوجود مساحة مشتركة بينهم تساعد على تبادل الآراء

والأفكار، يليها في الترتيب الثاني "زملاء الدراسة" بنسبة 29.94٪، كونهم الأقرب لهم في ساعات الدراسة داخل الجامعة، فيما جاءت فئة "العلماء ورجال الدين" في الترتيب الثالث بنسبة 16.95٪، حيث يلجأ بعض المبحوثين لمناقشة هذه الأفكار "الشيعية" مع المتخصصين ورجال الدين والعلماء؛ كونهم الأجدر على تفنيد هذه الشبهات والرد عليها بصورة علمية ودينية، فيما احتلت فئة "الأسرة" الترتيب الأخير في تفضيلات المبحوثين لمناقشة هذه المضامين على قنوات اليوتيوب YouTube بنسبة 4.52٪.

وتُعد هذه النتيجة منطقية؛ لأنه عادة ما يمتنع أغلب مستخدمي هذه القنوات من مناقشة مضامينها "الشيعية" مع أفراد الأسرة "الأب والأم والأخوات"؛ نظراً لما يسببه هذا الأمر من مشكلات أسرية كبيرة، ما يجعل الأب يتشكك في ابنه الذي يتعرض لهذه القنوات، ومدى تأثيرها على تفكيره وعقيدته وتدينه، وهو ما يضع الابن المستخدم لهذه القنوات موضع اتهام ومساءلة بصورة دائمة من والديه، خاصة وإن كان هذا الابن من أسرة متدينة، ما قد يعرضه أزمات ومضايقات أسرية، وبالتالي يتعامل مستخدمو هذه القنوات بحذر في مناقشة هذه القضايا مع أي من أفراد الأسرة، تجنباً لأي صدام لا يحمد عقباه.

وقد اختلفت نتيجة هذه الدراسة مع ما يلي:

- دراسة Norazah Mohd Nordin, Norlidah Alias<sup>(84)</sup> حيث جاءت فئة "الأسرة" في الترتيب الأول من بين الفئات التي يفضل المبحوثون مناقشة المضمون الديني معهم بنسبة 64.2٪.

المحور الثالث: أسئلة خاصة باتجاهات المبحوثين نحو القضايا والأفكار الشيعية.

• اتجاهات المبحوثين نحو الأفكار الشيعية المقدمة في قنوات اليوتيوب YouTube.

جدول (12)

اتجاهات المبحوثين نحو الأفكار الشيعية المقدمة في قنوات اليوتيوب YouTube

أولاً: الأفكار التي تحمل اتجاهها سلبياً:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						الفترة
		معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.56382	2.7700	58.5	234	21.5	86	20	80	"التطبير": ضرب النفس وإدماء الجسد تكفيراً للذنوب عن مقتل الإمام الحسين
0.55936	2.7700	57.5	230	24	96	18.5	74	المستبصر: مصطلح يطلق على من يتحول من أحد المذاهب الإسلامية إلى المذهب الشيعي الإمامي الاثني عشري
0.50272	2.7700	61.25	245	20.50	82	18.25	73	"المهدي المنتظر": هو الإمام محمد بن الحسن العسكري وهو الإمام الثاني عشر المولود سنة 874م.
0.64639	2.6350	68.50	274	15.50	62	16	64	التقية لدى الشيعة مذكورة في كتاب الله، ولا تعنى النفاق
0.72737	2.5475	68.75	275	17.25	69	14.00	56	"العصمة": بمعنى الحفظ وهي صفة للأنبيا والأولياء على حد سواء
0.75551	2.5250	57.5	230	28.75	115	13.75	55	زواج المتعة كان مباحاً في الإسلام
0.78207	2.4300	58.75	235	28.75	115	12.5	50	السجود في الصلاة لا بد أن يكون على حجر، وليس على سجاد أو قماش
0.88405	2.4100	56.25	225	33.75	135	10	40	الإمام علي عليه السلام أولى بالخلافة من الذين سبقوه لقرايته من رسول الله
0.89206	2.3200	72.75	291	18.00	72	9.25	37	لا بد أن يحتوي الأذان على الشهادة الثالثة (ولاية أمير المؤمنين علي بن أبي طالب)
0.92305	2.2400	84.00	336	9.00	36	7.00	28	الأئمة من آل البيت يعلمون الغيب بأمر الله
0.92407	2.1500	83.75	335	9.50	38	6.75	27	بعض الصحابة خالفوا أوامر رسول الله بعد وفاته
0.93205	2.1100	80.75	323	15.50	62	3.75	15	السيدة عائشة لا تستحق أن تكون زوجة رسول الله لأنها خالفت أوامره

## ثانياً: الأفكار التي تحمل اتجاهًا إيجابياً:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						الفقرة
		معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.38758	2.8875	2.50	10	6.25	25	91.25	365	القرآن كلام الله المحفوظ من التحريف، وهو معجزة الإسلام الخالدة
0.40745	2.8800	3.00	12	6.00	24	91.00	364	صحابية رسول الله كلهم عدول والترضى عنهم واجب
0.53919	2.8000	6.50	26	7.00	28	86.50	346	أحزن عندما أرى ضعف قيادات وعلماء أهل السنة مقارنة بعلماء وقيادات الشيعة
0.53649	2.7300	4.50	18	18.00	72	77.50	310	أفتخر بانتمائي لأهل السنة والجماعة عندما أشاهد طقوس الشيعة في عاشوراء
0.58954	2.6825	6.50	26	18.75	75	74.75	299	أنا راض عن مذهبي السني المعتدل ولن أتخلى عنه مهما شاهدت
0.80580	2.2825	22.25	89	27.25	109	50.50	202	من يروجون للفكر الشيعي مغالون في الأئمة
0.87025	2.1925	30.00	120	20.75	83	49.25	197	هذا الفكر قائم على أجندات سياسية تقودها إيران
0.88031	2.1814	30.5	122	20.75	83	48.75	195	لا أخاف من التعرض لهذا الخطاب لأنه قائم على الكذب والتضليل
0.89125	2.1651	27	108	25	100	48	192	الشيعة هم من قتلوا الإمام الحسين وليس أهل السنة.
0.91127	2.0723	45	180	17.5	70	37.5	150	أزيد من عبادتي خوفاً مما شاهدته من أفكار شيعية مضللة
0.94026	2.0567	42.75	171	20	80	37.25	149	الشيعة يتخذون من قضايا الأمة ستاراً لجذب التأييد الشعبي
0.97031	2.0148	40.25	161	22.5	90	37.25	149	أرى أن الخطاب الشيعي يستخدم البراهين والأساليب الإقناعية لزعزعة الفكر السني

البيانات الواردة في الجدول السابق تبين متوسط اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو الأفكار الشيعية المقدمة في قنوات اليوتيوب YouTube.

### الفقرات السلبية:

احتلت عبارة "التطبير": ضرب النفس وإدعاء الجسد تكفير للذنوب عن مقتل الإمام الحسين" الترتيب الأول والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.7700)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 58.5٪، ثم المحايد بنسبة 21.5٪، ثم الموافق بنسبة 20٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الثاني فقرة "المستبصر: مصطلح يطلق على من يتحول من أحد المذاهب الإسلامية إلى المذهب الشيعي الإمامي الاثني عشري" والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.7700)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 57.5٪، ثم المحايد بنسبة 24٪، ثم الموافق بنسبة 18.5٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الثالث فقرة "المهدي المنتظر": هو الإمام محمد بن الحسن العسكري وهو الإمام الثاني عشر المولود سنة 874م" والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.7700)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 61.25٪، ثم المحايد بنسبة 20.50٪، ثم الموافق بنسبة 18.25٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الرابع فقرة "التقية لدى الشيعة المذكورة في كتاب الله، ولا تعني النفاق مطلقاً" والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.6350)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 68.50٪، ثم المحايد بنسبة 15.5٪، ثم الموافقة بنسبة 16٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الخامس فقرة "العصمة": بمعنى الحفظ وهي صفة للأنبياء والأولياء على حد سواء" والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.5475)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 68.75٪، ثم المحايد بنسبة 17.25٪، ثم الموافقة بنسبة 14٪، ثم يلي ذلك في الترتيب السادس فقرة "زواج المتعة كان مباحاً في الإسلام" والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.5250)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 57.5٪، ثم المحايد بنسبة 28.75٪، ثم الموافق بنسبة 13.75٪، ثم يلي ذلك في الترتيب السابع فقرة "السجود في الصلاة لا بد أن يكون على حجر، كما فعل رسول الله، وليس على سجاد أو قماش" والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.4300)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 58.75٪، ثم المحايد بنسبة 28.75٪، ثم الموافقة بنسبة 12.50٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الثامن فقرة "الإمام علي عليه السلام أولى بالخلافة من الذين

سبقوه لقرابته من رسول الله" والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.4100)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 56.25٪، ثم المحايد بنسبة 33.75٪، ثم الموافقة بنسبة 10٪، ثم يلي ذلك في الترتيب التاسع فقرة "لا بد أن يحتوي الأذان على الشهادة الثالثة (ولاية أمير المؤمنين على بن أبي طالب)" والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.3200)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 72.75٪، ثم المحايد بنسبة 18٪، ثم الموافقة بنسبة 9.25٪، ثم يلي ذلك في الترتيب العاشر فقرة "الأئمة من آل البيت يعلمون الغيب بأمر الله" والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.2400)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 84٪، ثم المحايد بنسبة 9٪، ثم الموافقة بنسبة 7٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الحادي عشر فقرة "بعض الصحابة خالفوا أوامر رسول الله بعد وفاته" والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.1500)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 83.75٪، ثم المحايد بنسبة 9.50٪، ثم الموافقة بنسبة 6.75٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الثاني عشر فقرة "السيدة عائشة لا تستحق أن تكون زوجة رسول الله لأنها خالفت أوامره" والتي تحمل اتجاهاً (سلبياً) بمتوسط حسابي (2.1100)، حيث ارتفعت درجة المعارضة بنسبة 80.75٪، ثم المحايد بنسبة 15.50٪، ثم الموافقة بنسبة 3.75٪.

#### الفقرات الإيجابية:

احتلت الفقرة "القرآن كلام الله المحفوظ من التحريف، وهو معجزة الإسلام الخالدة" الترتيب الأول والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.8875)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 91.25٪، تليها المحايد بنسبة 6.25٪، ثم المعارض بنسبة 2.50٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الثاني فقرة "صحابة رسول الله كلهم عدول والترضي عنهم واجب"، والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) بمتوسط حسابي (2.8800)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 91٪، تليها المحايد بنسبة 6٪، ثم المعارض بنسبة 3٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الثالث فقرة "أحزن عندما أري ضعف قيادات وعلماء أهل السنة مقارنة بعلماء وقيادات الشيعة" والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) بمتوسط حسابي (2.8000)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 86.50٪،

تليها المحايد بنسبة 7٪، ثم المعارض بنسبة 6.50٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الرابع فقرة "أفتخر بانتمائي لأهل السنة والجماعة عندما أشاهد طقوس الشيعة في عاشوراء" والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) بمتوسط حسابي (2.7300)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 77.50٪، ثم المحايد بنسبة 18٪، ثم المعارض بنسبة 4.50٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الخامس فقرة "أنا راض عن مذهبي السني المعتدل ولن أتخلى عنه مهما شاهدت" والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) بمتوسط حسابي (2.6825)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 74.75٪، ثم المحايد بنسبة 18.75٪، ثم المعارض بنسبة 6.50٪، ثم يلي ذلك في الترتيب السادس فقرة "من يروجون للفكر الشيعي مغالون في الأئمة" والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) بمتوسط حسابي (2.2825)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 50.50٪، ثم المحايد بنسبة 27.25٪، ثم المعارض بنسبة 22.25٪، ثم يلي ذلك في الترتيب السابع فقرة "هذا الفكر قائم على أجندات سياسية تقودها إيران" والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) بمتوسط حسابي (2.1925)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 49.25٪، ثم المحايد بنسبة 20.75٪، ثم المعارض بنسبة 30٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الثامن فقرة "لا أخاف من التعرض لهذا الخطاب لأنه قائم على الكذب والتضليل"، والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) بمتوسط حسابي (2.1814)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 48.75٪، تليها المحايد بنسبة 20.75٪، ثم المعارض بنسبة 30.5٪، ثم يلي ذلك في الترتيب التاسع فقرة "الشيعة هم من قتلوا الإمام الحسين وليس أهل السنة" والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) بمتوسط حسابي (2.1651)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 48٪، تليها المحايد بنسبة 25٪، ثم المعارض بنسبة 27٪، ثم يلي ذلك في الترتيب العاشر فقرة "أزيد من عبادتي خوفاً مما شاهدته من أفكار شيعية مضللة" والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) بمتوسط حسابي (2.0723)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 37.5٪، ثم المحايد بنسبة 17.5٪، ثم المعارض بنسبة 45٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الحادي عشر فقرة "الشيعة يتخذون من قضايا الأمة ستاراً لجذب التأييد الشعبي" والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) بمتوسط حسابي (2.0567)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 37.25٪، ثم

المحايد بنسبة 20٪، ثم المعارض بنسبة 42.75٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الثاني عشر فقرة "أرى أن الخطاب الشيعي يستخدم البراهين والأساليب الإقناعية لزعزعة الفكر السني" والتي تحمل اتجاهاً (إيجابياً) بمتوسط حسابي (2.0148)، حيث ارتفعت درجة الموافقة بنسبة 37.25٪، ثم المحايد بنسبة 22.5٪، ثم المعارض بنسبة 40.25٪.

● مقياس اتجاهات المبحوثين نحو الخطاب المقدم في قنوات اليوتيوب YouTube.  
جدول (13)

مقياس اتجاهات المبحوثين نحو الخطاب الشيعي المُقدم في قنوات اليوتيوب

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مقياس الاتجاه نحو الخطاب الشيعي
0.56860	2.6500	69.75	279	سلبى
		25.50	102	محايد
		4.75	19	إيجابى
		100.00	400	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

غلبة الاتجاه السلبى لدى المبحوثين تجاه الخطاب والأفكار الشيعية بنسبة 69.75٪، حيث تعد هذه الظاهرة خروجاً على القيم الدينية "السنية" المستقرة في المجتمع المصري، ومن ثم أصبح رفض هذا الخطاب والنفور منه سمة غالبية لدى المبحوثين، فيما بلغت نسبة الاتجاه المحايد 25.50٪ في المرتبة الثانية، فيما انخفضت نسبة الاتجاه الإيجابى إلى 4.75٪ من إجمالي عينة المبحوثين.

المحور الرابع: أسئلة خاصة بالتأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube.

• مدى إسهام القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب في تزويد المبحوثين بمعلومات عن الفكر الشيعي.

جدول (14)

يوضح مساهمة القنوات الشيعية على اليوتيوب في تزويد المبحوثين بمعلومات عن الفكر الشيعي

مقياس المساهمة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أسهمت إلى حد كبير	178	44.50	2.3450	0.65348
أسهمت إلى حد ما	182	45.50		
لم تسهم	40	10.00		
المجموع	400	100.00		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أفاد 90% من المبحوثين أن قنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube أسهمت في تزويدهم بمعلومات عن الأفكار والمعتقدات الشيعية، وإن تفاوتت درجة هذا الإسهام، حيث أفاد 45.50% من عينة الدراسة بأن هذه القنوات على موقع اليوتيوب YouTube "أسهمت إلى حد ما" في تزويدهم بمعلومات عن الأفكار والمعتقدات الشيعية، واحتلت بذلك الترتيب الأول، وأفاد 44.50% من عينة الدراسة أن هذه القنوات "أسهمت إلى حد كبير" في تزويدهم بمعلومات عن هذه الأفكار، واحتلت بذلك الترتيب الثاني، فيما أفاد 10% من المبحوثين بأن قنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube لم تسهم في تزويدهم بمعلومات عن هذه الأفكار، واحتلت بذلك الترتيب الأخير.

وقد اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع ما يلي:

- دراسة عبد الباسط عبد الوهاب الحطامي وآخرين (2021) (85) حيث أكد 69.3% من المبحوثين أن مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب YouTube محل الدراسة أسهمت في تزويدهم بمعلومات عن "القضايا الوطنية والعربية والدولية"، كما أفاد 24.50% من عينة الدراسة بأن هذه القنوات على موقع اليوتيوب YouTube أسهمت إلى "حد ما" في تزويدهم بمعلومات عن هذه القضايا.

- دراسة ريهام علي نوير (2020) <sup>(86)</sup> حيث أكد 52% من الباحثين أن مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب YouTube محل الدراسة أسهمت بشكل كبير في تزويدهم بمعلومات عن التنظيمات الإرهابية، كما أفاد 35.50% من عينة الدراسة بأن هذه موقع اليوتيوب YouTube أسهمت إلى "حد ما" في تزويدهم بمعلومات عن هذه التنظيمات.

- التأثيرات الناتجة عن متابعة الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube.

جدول (15)

يوضح التأثيرات الناتجة عن متابعة الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube

أولاً: التأثيرات المعرفية:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						العبارات	التأثيرات
		معارض		محايد		موافق			
		%	ك	%	ك	%	ك		
0.56016	2.7775	7.00	28	8.25	33	84.75	339	أصبحت أكثر اقتناعاً بضرورة تجديد الخطاب الديني السنّي ليكون أكثر ملاءمة للواقع الذي يعيشه المجتمع	
0.62846	2.6450	8.25	33	19.00	76	72.75	291	صرت أكثر اقتناعاً بضرورة تضافر جهود علماء ومفكرّي السنّة على كافة الأصعدة لمواجهة الفكر الشيعي بالحجة العلمية.	
0.58844	2.6400	5.75	23	24.50	98	69.75	279	أصبحت على دراية بالأهداف "غير المعلنة" لهذه القنوات من ذم رموز أهل السنّة، والتحقير من شأنهم، لدورهم البارز في الفتوحات الإسلامية وإسقاط الإمبراطورية الفارسية	
0.64489	2.5125	8.25	33	32.25	129	59.50	238	دعمت أدلة تمسكي بالمدّهب السنّي المعتدل المدعوم بالأدلة الشرعية، والمتسق مع المنطق ومخاطبة العقل.	
0.75121	2.3900	16.25	65	28.50	114	55.25	221	زادت قدرتي على تحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بين المذهبين السنّي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

البيانات الواردة في الجدول السابق تبين الآثار الناتجة عن متابعة الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube.

**الآثار المعرفية:**

احتلت فقرة "جعلتني أشعر بالحزن بسبب تقصير بعض الدعاة في تناول هذه القضية" الترتيب الأول بمتوسط حسابي (2.7775)، فيما بلغت درجة الموافقة 84.75%، يليها المحايد بنسبة 8.25%، ثم المعارض بنسبة 7%، ثم يلي ذلك في الترتيب الثاني فقرة "صرت أكثر اقتناعاً بضرورة تضافر جهود علماء ومفكرَي السنَّة على كافة الأصعدة لمواجهة الفكر الشيعي بالحجة العلمية" بمتوسط حسابي (2.6450)، فيما بلغت درجة الموافقة 72.75%، يليها المحايد بنسبة 19%، ثم المعارض بنسبة 8.25%، ثم يلي ذلك في الترتيب الثالث فقرة "أصبحت على دراية بالأهداف "غير المعلنة" لهذه القنوات من ذم رموز أهل السنة، والتحقير من شأنهم، لدورهم البارز في الفتوحات الإسلامية وإسقاط الإمبراطورية الفارسية" بمتوسط حسابي (2.6400)، فيما بلغت درجة الموافقة 69.75%، يليها المحايد بنسبة 24.50%، ثم المعارض بنسبة 5.75%، ثم يلي ذلك في الترتيب الرابع فقرة "دعمت أدلة تمسكي بالمذهب السنِّي المعتدل المدعوم بالأدلة الشرعية، والمتسق مع المنطق ومخاطبة العقل" بمتوسط حسابي (2.5125)، فيما بلغت درجة الموافقة 59.50%، يليها المحايد بنسبة 32.25%، ثم المعارض بنسبة 8.25%، يلي ذلك في الترتيب الخامس فقرة "زادت قدرتي على تحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بين المذاهب السنِّي والشيعي" بمتوسط حسابي (2.3900)، فيما بلغت درجة الموافقة 55.25%، يليها المحايد بنسبة 28.50%، ثم المعارض بنسبة 16.25%.

ثانياً: التأثيرات الوجدانية:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						العبارات	التأثيرات الوجدانية
		معارض		محايد		موافق			
		%	ك	%	ك	%	ك		
0.60796	2.7575	9.25	37	5.75	23	85.00	340	جعلتني أشعر بالحزن بسبب تقصير بعض الدعاة في تناول هذه القضية	
0.59023	2.7500	8.00	32	9.00	36	83.00	332	جعلتني أشعر بالحزن بسبب تناول بعض دعاة ومعممي المذهب الشيعي على المعتقدات والرموز السنية.	
0.68730	2.6175	11.75	47	14.75	59	73.50	294	جعلتني أشعر بالحزن بسبب الاضطهاد والقتل الذي تعرض له آل البيت ك "واقعة كربلاء".	
0.72451	2.5800	14.00	56	14.00	56	72.00	288	جعلتني أشعر بالقلق من تفشي مثل هذه الأفكار بين الشباب.	
0.77811	2.4675	57.5	230	17.75	71	24.75	99	رفعت القدسية المحاطة ببعض الصحابة وزوجات النبي صلى الله عليه وآله وسلم	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

البيانات الواردة في الجدول السابق تبين الآثار الناتجة عن متابعة الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube.

### الأثار الوجدانية:

احتلت فقرة " جعلتني أشعر بالحزن بسبب تقصير بعض الدعاة في تناول هذه القضية" الترتيب الأول بمتوسط حسابي (2,7575)، فيما بلغت درجة الموافقة 85٪، يليها المحايد بنسبة 5,75٪، ثم المعارض بنسبة 9,25٪، يلي ذلك في الترتيب الثاني فقرة " جعلتني أشعر بالحزن بسبب تناول بعض دعاة ومعممي المذهب الشيعي على المعتقدات والرموز السنّية" بمتوسط حسابي (2.7500)، فيما بلغت درجة الموافقة 83٪، يليها المحايد بنسبة 9٪، ثم المعارض بنسبة 8٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الثالث فقرة " جعلتني أشعر بالحزن بسبب الاضطهاد والقتل الذي تعرض له آل البيت كـ "واقعة كربلاء" بمتوسط حسابي (2.6175)، فيما بلغت درجة الموافقة 73.50٪، يليها المحايد بنسبة 14.75٪، ثم المعارض بنسبة 11.75٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الرابع فقرة " جعلتني أشعر بالقلق من تفشّي مثل هذه الأفكار بين الشباب" بمتوسط حسابي (2.5800)، فيما بلغت درجة الموافقة 72٪، يليها المحايد بنسبة 14٪، ثم المعارض بنسبة 14٪، ثم يلي ذلك في الترتيب الخامس فقرة " رفعت القدسية المحاطة ببعض الصحابة وزوجات النبي صلى الله عليه وآله وسلم" بمتوسط حسابي (2.4675)، فيما بلغت درجة الموافقة 24.75٪، يليها المحايد بنسبة 17,75٪، ثم المعارض بنسبة 57.50٪.

### ثالثاً: التأثيرات السلوكية:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						العبارات	التأثيرات
		معارض		محايد		موافق			
		%	ك	%	ك	%	ك		
0.71500	2.5075	13.00	52	23.25	93	63.75	255	جعلتني أكثر بحثاً عن الردود العلمية عن الشبهات التي يثيرها دعاة ومعممي المذهب الشيعي تجاه المعتقدات السننية	التأثيرات السلوكية
0.76407	2.4125	17.00	68	24.75	99	58.25	233	دفعني متابعتها للإسهام في توعية من حولي بخطورة هذه الأفكار على تماسك النسيج الاجتماعي.	
0.71236	2.3825	13.50	54	34.75	139	51.75	207	دفعني متابعتها للشعور بالوحدة والعزلة.	
0.81611	2.1750	26.00	104	30.50	122	43.50	174	جعلتني أكثر فعالية على هذه القنوات، وأكثر رداً على الشبهات التي تثيرها هذه القنوات.	
0.82714	2.0075	33.75	135	31.75	127	34.50	138	جعلتني أكثر نشاطاً في المنتديات والمؤتمرات التي تعقد لمناقشة خطورة هذا الخطاب.	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

البيانات الواردة في الجدول السابق تبين الآثار الناتجة عن متابعة المبحوثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube.

الآثار السلوكية:

احتلت فقرة " جعلتني أكثر بحثاً عن الردود العلمية عن الشبهات التي يثيرها دعاة ومعممي المذهب الشيعي تجاه المعتقدات السننية" الترتيب الأول بمتوسط حسابي (2.5075)، فيما بلغت درجة الموافقة 63.75%، يليها المحايد بنسبة 23.25%، ثم المعارض بنسبة 13%،

ثم يلي ذلك في الترتيب الثاني فقرة "دفعني متابعتها للإسهام في توعية من حولي بخطورة هذه الأفكار على تماسك النسيج الاجتماعي" بمتوسط حسابي (2.4125)، فيما بلغت درجة الموافقة 58.25%، يليها المحايد بنسبة 24.75%، ثم المعارض بنسبة 17%، ثم يلي ذلك في الترتيب الثالث فقرة "دفعني متابعتها للشعور بالوحدة والعزلة" بمتوسط حسابي (2.3825)، فيما بلغت درجة الموافقة 51.75%، يليها المحايد بنسبة 34.75%، ثم المعارض بنسبة 13.50%، ثم يلي ذلك في الترتيب الرابع فقرة "جعلتني أكثر فعالية على هذه القنوات، وأكثر رداً على الشبهات التي تثيرها هذه القنوات" بمتوسط حسابي (2.1750)، فيما بلغت درجة الموافقة 43.50%، يليها المحايد بنسبة 30.50%، ثم المعارض بنسبة 26%، ثم يلي ذلك في الترتيب الخامس فقرة "جعلتني أكثر نشاطاً في المنتديات والمؤتمرات التي تعقد لمناقشة خطورة هذا الخطاب" بمتوسط حسابي (2.0075)، فيما بلغت درجة الموافقة 43.50%، يليها المحايد بنسبة 31.75%، ثم المعارض بنسبة 33.75%.

- مقياس التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube.

جدول (16)

يوضح مقياس التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube

التأثيرات	مقياس التأثيرات	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التأثيرات المعرفية	منخفض	26	6.5	2.6700	0.59328
	متوسط	80	20.0		
	مرتفع	294	73.5		
	المجموع	400	100.00		
التأثيرات الوجدانية	منخفض	34	8.5	2.7125	0.61301
	متوسط	47	11.8		
	مرتفع	319	79.8		
	المجموع	400	100.00		
التأثيرات السلوكية	منخفض	64	16.0	2.3825	0.74672
	متوسط	119	29.8		
	مرتفع	217	54.3		
	المجموع	400	100.00		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أسهمت قنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube في تزويد الباحثين بمعلومات عن القضايا الشيعية، حيث ارتفعت نسبة الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام الباحثين لهذه القنوات إلى 73.5% في المرتبة الأولى، يليها المتوسط في المرتبة الثانية بنسبة 20%، ثم المنخفض في المرتبة الأخيرة بنسبة 6.5%.
- كما تشير النتائج إلى الآثار الوجدانية التي خلفها استخدام الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube حيث ارتفعت نسبة الآثار الوجدانية إلى 79.8% في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية جاءت الآثار الوجدانية متوسطة بنسبة 11.8%، فيما انخفضت الآثار الوجدانية واحتلت الترتيب الأخير بنسبة 8.5%.
- كما تشير النتائج إلى الآثار السلوكية التي خلفها استخدام الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube حيث ارتفعت نسبة الآثار السلوكية إلى 54.3% في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية جاءت الآثار السلوكية متوسطة بنسبة 29.8%، فيما انخفضت الآثار السلوكية واحتلت الترتيب الأخير بنسبة 16%.

ثانيا: النتائج المتعلقة باختبار صحة فروض الدراسة:  
الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين وكثافة تعرضهم للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب You Tube.

جدول (17)

يوضح الفروق بين الخصائص الديموجرافية وكثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube

المتغير التابع	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	
كثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب	ذكر	314	1.9849	0.8324	2.553	398	0.011	
	أنثى	86	1.7355	0.6821				
	المجموع	400						
	نوع التعليم							
	تعليم جامعي حكومي	325	1.9544	0.8258	0.901	398	0.368	
	تعليم جامعي خاص	75	1.8739	0.7633				
	المجموع	400						
	مكان السكن							
	ريف	204	1.8064	0.7385	3.189	398	0.002	
	حضر	196	2.0612	0.8575				
	المجموع	400						
	الجامعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	
جامعة الأزهر	142	2.2152	0.8692	7.102	395	0.000		
جامعة أكتوبر	75	1.9962	0.7415					
جامعة المنصورة	98	1.7926	0.7372					
جامعة المنيا	85	1.7200	0.7375					
المجموع	400	1.9313	0.8082					
نوع السكن								
فيلا	4	1.9640	1.0897	4.488	396	0.004		
شقة في حي راق	72	2.1632	0.8642					
شقة في حي متوسط	118	2.6250	0.8035					
شقة يحي شعبي	206	1.8180	0.7648					
المجموع	400	1.9313	0.8082					

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث النوع ، وكثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، حيث بلغت قيمة  $T(2.553)$ ، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية  $(0.011)$ ، وقد جاءت الفروق لصالح الذكور بمتوسط حسابي  $(1.9849)$ ، وهو ما يعني أن الذكور من الباحثين هم الأكثر تعرضاً لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube مقارنة بغيرهم من الإناث، ويرجع حرص "الذكور" على متابعة هذه القنوات كونهم أكثر اهتماماً بالمضامين التي تقدمها هذه القنوات من شبهات ومناظرات، مقارنة بغيرهم من الإناث اللاتي لا ينشغلن بمثل هذه القضايا.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع التعليم، وكثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، حيث بلغت قيمة  $T(0.901)$ ، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية  $(0.368)$ ، أي أنه لم يكن هناك اختلاف بين الباحثين من حيث نوع التعليم فيما يتعلق بكثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مكان السكن، وكثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، حيث بلغت قيمة  $T(3.189)$ ، عند مستوى معنوية  $(0.002)$ ، وهي دالة إحصائية، وقد جاءت هذه الفروق لصالح الباحثين ساكني الحضر بمتوسط حسابي  $(2.0612)$ ، أي أن الباحثين ساكني الحضر هم الأكثر تعرضاً لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجامعة، وكثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، حيث بلغت قيمة  $F(7.102)$ ، عند مستوى معنوية  $(0.000)$ ، وهي دالة إحصائية، وقد جاءت هذه الفروق لصالح الباحثين من طلاب جامعتي الأزهر، 6 أكتوبر بمتوسط حسابي  $(2.2152)$ ،  $(1.9962)$  لكل منهما على الترتيب.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع السكن، وكثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، حيث بلغت قيمة  $F(4.488)$ ، عند

مستوى معنوية (0.004)، وهي دالة إحصائية، وقد جاءت هذه الفروق لصالح الباحثين ساكني الوحدات السكنية في الأحياء المتوسطة، والوحدات السكنية في الأحياء الراقية بمتوسط حسابي (2.6250)، (2.1632) لكل منهما على الترتيب، أي أن الباحثين ذوي الطبقة الاجتماعية المتوسطة بشكل عام هم الأكثر تعرضاً لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، مقارنة بغيرهم من ذوي الطبقات الأدنى والأعلى.

وبالتالي ثبت صحة الفرض الذي يقول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (النوع، مكان السكن، الجامعة، نوع السكن)، وكثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، كما ثبت عدم صحة الفرض الذي يقول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (نوع التعليم) وكثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للباحثين واتجاهاتهم نحو الخطاب الشيعي.

#### جدول (18)

يوضح الفروق بين الخصائص الديموجرافية واتجاهات الباحثين نحو الخطاب الشيعي

المتغير التابع	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	
الاتجاه نحو الخطاب الشيعي	ذكر	314	2,6288	0,3389	0,840	398	0,401	
		86	2,6620	0,2656				
		المجموع		400				
	نوع التعليم							
	تعليم جامعي حكومي	325	2,6536	0,3370	1,725	398	0,085	
		75	2,5919	0,2882				
		المجموع		400				
	مكان السكن							
	ريف	204	2,7132	0,2706	5,007	398	0,000	
		196	2,5554	0,3557				
		المجموع		400				

المتغير التابع	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
	الجامعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
	جامعة الأزهر	142	2,6200	0,3270	4,850	4 395	0,001
	جامعة أكتوبر	75	2,5264	0,2568			
	جامعة المنصورة	98	2,6153	0,3744			
	جامعة المنيا	85	2,7533	0,2870			
	المجموع	400	2,6359	0,3245			
نوع السكن							
	فيلا	4	2,3571	0,5919	18,300	3 396	0,000
	شقة في حي راق	72	2,4147	0,3712			
	شقة في حي متوسط	118	2,6429	0,3023			
	شقة في حي شعبي	206	2,7146	0,2739			
	المجموع	400	2,6359	0,3245			

#### تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث النوع، واتجاهاتهم نحو الخطاب الشيعي، حيث بلغت قيمة T (0.840)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.401)، أي أنه لم يكن هناك اختلاف بين المبحوثين من حيث النوع فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو الخطاب الشيعي.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع التعليم، واتجاهات المبحوثين نحو الخطاب الشيعي، حيث بلغت قيمة T (1.725)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.085)، أي أنه لم يكن هناك اختلاف بين المبحوثين من حيث نوع التعليم فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو الخطاب الشيعي.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مكان السكن، واتجاهات المبحوثين نحو الخطاب الشيعي، حيث بلغت قيمة T (5.007)، عند مستوى معنوية (0.000)، وهي دالة إحصائياً، وقد جاءت هذه الفروق لصالح المبحوثين ساكني الريف بمتوسط حسابي (2.7132)، أي أن المبحوثين ساكني الريف هم الأكثر إدراكاً

للطابع السلبي الذي يحمله هذا الخطاب، كونهم الأكثر تمسكاً بالأفكار والمعتقدات الدينية "السنية" التي تميزهم إلى حد كبير عن سكان الحضر.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجامعة، واتجاهات الباحثين نحو الخطاب الشيعي، حيث بلغت قيمة  $F(4.850)$ ، عند مستوى معنوية  $(0.001)$ ، وهي دالة إحصائية، وقد جاءت هذه الفروق لصالح الباحثين طلاب جامعة الأزهر بمتوسط حسابي  $(2.7533)$ ، أي أن طلاب جامعة الأزهر هم الأكثر إدراكاً للسمات السلبية التي يحملها هذا الخطاب الطائفي، كونهم الأكثر تدينًا ونظرًا للعلوم الشرعية التي يتلقاها هؤلاء الطلاب، وثقافتهم الدينية السنية المعتدلة النابعة عن هذه المؤسسة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع السكن، واتجاهات الباحثين نحو الخطاب الشيعي، حيث بلغت قيمة  $F(18.300)$ ، عند مستوى معنوية  $(0.000)$ ، وهي دالة إحصائية، وقد جاءت هذه الفروق لصالح الباحثين ساكني الوحدات السكنية في الأحياء الشعبية، والوحدات السكنية في الأحياء المتوسطة بمتوسط حسابي  $(2.7146)$ ،  $(2.6429)$  لكل منهما على الترتيب، أي أن الباحثين ذوي الطبقة الاجتماعية الأدنى والمتوسطة بشكل عام هم الأكثر إدراكاً للطابع السلبي لهذا الخطاب مقارنة بغيرهم من ذوي الطبقات الأعلى.

بالتالي ثبت صحة الفرض الذي يقول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (مكان السكن، الجامعة، نوع السكن)، واتجاهات الباحثين نحو الخطاب الشيعي، كما ثبت عدم صحة الفرض الذي يقول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري (النوع، نوع التعليم) واتجاهات الباحثين نحو الخطاب الشيعي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube واتجاهاتهم نحو الخطاب الشيعي.

جدول (19)

يوضح العلاقة بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube واتجاهاتهم نحو الخطاب الشيعي.

كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب			الاتجاه نحو الخطاب الشيعي
العدد	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
400	0.000	0.410	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، واتجاهاتهم نحو الخطاب الشيعي، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.410)، عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة دالة إحصائية.
- هذه النتيجة تشير إلى أن كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube أثرت في اتجاهاتهم نحو الخطاب الشيعي؛ نظراً لأن هذا الخطاب قائم على ملامسة العاطفة أكثر مخاطبة العقل، كما أنه يرفع دائماً شعارات "المظلومية" بحق آل البيت، وبالتالي ينجح في استقطاب الكثير من الناس بدعوى "محبة آل البيت".
- وبالتالي ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، واتجاهاتهم نحو الخطاب الشيعي.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube والتأثيرات الناتجة عن هذا التعرض.

جدول (20)

يوضح العلاقة بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube والتأثيرات الناتجة عن هذا التعرض

كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب			التأثيرات
العدد	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
400	0.000	0.386	التأثيرات المعرفية
400	0.000	0.464	التأثيرات الوجدانية
400	0.000	0.216	التأثيرات السلوكية
400	0.000	0.389	مجملة التأثيرات

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube والتأثيرات الناتجة عن هذا التعرض، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0,389) عند مستوى معنوية (0,000)، وهي دالة إحصائية، وهذه النتيجة تشير إلى أنه كلما زادت كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube زادت التأثيرات الناتجة عن هذا التعرض.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا التعرض، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.386) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي دالة إحصائية، وهذه النتيجة تشير إلى أنه كلما زادت كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube زادت التأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا التعرض.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube والتأثيرات الوجدانية الناتجة عن هذا التعرض، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.464) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي دالة إحصائية، وهذه النتيجة تشير إلى أنه كلما زادت كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube زادت التأثيرات الوجدانية الناتجة عن هذا التعرض.

إحصائياً، وهذه النتيجة تشير إلى أنه كلما زادت كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube زادت التأثيرات الوجدانية الناتجة عن هذا التعرض.

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube والتأثيرات السلوكية الناتجة عن هذا التعرض، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.216) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي دالة إحصائياً، وهذه النتيجة تشير إلى أنه كلما زادت كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube زادت التأثيرات السلوكية الناتجة عن هذا التعرض.

وبناء على ما سبق يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube والتأثيرات الناتجة عن هذا التعرض.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube وكثافة تعرضهم لهذه القنوات.

جدول (21)

يوضح العلاقة بين دوافع تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube وكثافة تعرضهم لهذه القنوات

كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب			دوافع تعرض الباحثين لقنوات الشيعة
العدد	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
400	0.000	0.334	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، وكثافة تعرضهم لهذه القنوات، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.334)، عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة دالة إحصائياً.

- هذه النتيجة تشير إلى أنه كلما زادت دوافع تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube زادت كثافة تعرضهم لهذه القنوات.

وبالتالي ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، وكثافة تعرضهم لهذه القنوات.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube ومدى إسهام هذه القنوات في تزويدهم بالمعلومات عن الفكر الشيعي.

#### جدول (22)

يوضح العلاقة بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube ومدى إسهام هذه القنوات في تزويدهم بالمعلومات عن الفكر الشيعي

كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب			مساهمة هذه القنوات في تزويدهم بالمعلومات عن الفكر الشيعي
العدد	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
400	0.000	0.533	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، ومدى إسهام هذه القنوات في تزويدهم بالمعلومات عن الفكر الشيعي، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.533)، عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة دالة إحصائياً.
- هذه النتيجة تشير إلى أنه كلما زادت كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube زادت مساهمتها في تزويدهم بالمعلومات عن الفكر الشيعي.

وبالتالي ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب You Tube، ومدى إسهام هذه القنوات في تزويدهم بالمعلومات عن الفكر الشيعي.

النتائج العامة للدراسة:

- 1- بلغت نسبة متابعي هذه القنوات على موقع اليوتيوب YouTube بصفة "نادرة" الترتيب الأول بنسبة 47.75% (191مبحوثاً)، يليها في الترتيب الثاني متابعو هذه القنوات على موقع اليوتيوب YouTube "أحياناً" بنسبة 37% (148مبحوثاً)،

يليهما في الترتيب الأخير متابعو قنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube بصفة "دائمة" بنسبة 15.25% (61مبحوثاً)، ويرى الباحث أن هذه النتيجة طبيعية؛ نظراً لأن هذا الخطاب جديد على المجتمع المصري، كما أن غالبية هذا المجتمع على مذهب أهل السنة.

2- بلغت نسبة المتابعة اليومية للقنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube "أقل من ساعة" الترتيب الأول 45.25%، يليها في الترتيب الثاني "من ساعة إلى ساعتين" بنسبة 42.50%، ويرجع ذلك إلى طبيعة هذه القنوات التي تقدم مقاطع فيديو في قوالب فنية كالمناظرات والأحاديث المباشرة، والبرامج الحوارية التي تضم أكثر من ضيف، والسلاسل التي تضم أكثر من حلقة وتتناول قضايا عقائدية ومذهبية ما يجعل مقاطع الفيديو على هذه القنوات ذات مدد طويلة، يليها في الترتيب الثالث "من ساعتين إلى أربع ساعات" بنسبة 9.25%، يليها في الترتيب الرابع "من أربع إلى ست ساعات" بنسبة 2.25%، فيما احتلت فئة "6 ساعات فأكثر" الترتيب الأخير بنسبة 0.75% .

3- حيث احتل منخفضو التعرض لقنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube الترتيب الأول بنسبة 47.75%، يليها متوسطو التعرض لهذه القنوات على موقع اليوتيوب YouTube بنسبة 40.50%، فيما احتل كثيفو التعرض الترتيب الأخير بنسبة 11.75%، وهو ما يعني أن جمهور المستخدمين عينة الدراسة من مستخدمي القنوات الشيعية على موقع اليوتيوب YouTube بصفة متوسطة وبمعدل غير كثيف، ويرجع الباحث هذه النتيجة إلى أنه: وإن كانت هذه الظاهرة قد وجدت من يروج لها بدعاوى كثيرة ومختلفة خاصة في أوساط الشباب إلا أنها لا زالت جديدة على المجتمعات السنية المحافظة.

4- حصلت فئة الأصدقاء على أعلى نسبة استجابات من المبحوثين بلغت 48.59%، لأنه عادة ما يلجأ البعض لمناقشة أقرانهم ممن يتبنون نفس الأفكار والمعتقدات، وفي نفس المستوى العمري، أو النوع؛ وذلك لوجود مساحة مشتركة بينهم تساعد على تبادل الآراء والأفكار، يليها في الترتيب الثاني زملاء الدراسة بنسبة 29.94%، فيما جاءت فئة العلماء ورجال الدين في الترتيب الثالث بنسبة

16.95%، حيث يلجأ بعض الباحثين لمناقشة هذه الأفكار الشيعية مع المتخصصين ورجال الدين والعلماء كونهم الأجدر على تفنيد هذه الشبهات والرد عليها بصورة علمية، فيما احتلت فئة الأسرة الترتيب الأخير في تفضيلات الباحثين لمناقشة هذه المضامين على قنوات اليوتيوب YouTube بنسبة 4.52%، وتعد هذه النتيجة منطقية؛ لأنه عادة ما يمتنع أغلب مستخدمي هذه القنوات من مناقشة مضامينها الشيعية مع أفراد الأسرة "الأب والأم والأخوات"؛ نظراً لما يسببه هذا الأمر من مشكلات أسرية كبيرة، ما يجعل الأب يتشكك في ابنه الذي يتعرض لهذه القنوات، ومدى تأثيرها على تفكيره وتدينه، وهو ما يضع الابن المستخدم لهذه القنوات موضع اتهام ومساءلة بصورة دائمة من والديه، وبالتالي يتعامل مستخدمو هذه القنوات بحذر في مناقشة هذه القضايا مع أي من أفراد الأسرة.

5- غلبة الاتجاه السلبي لدى الباحثين تجاه الخطاب والأفكار الشيعية بنسبة 69.75%، حيث تعد هذه الظاهرة خروجاً على القيم الدينية "السنية" المستقرة في المجتمع المصري، ومن ثم أصبح رفض هذا الخطاب والنفور منه سمة غالبية لدى الباحثين، فيما بلغت نسبة الاتجاه المحايد 25.50% في المرتبة الثانية، فيما انخفضت نسبة الاتجاه الإيجابي إلى 4.75% من إجمالي عينة الباحثين.

6- أفاد 90% من الباحثين أن قنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube أسهمت في تزويدهم بمعلومات عن الفكر الشيعي، وإن تفاوتت درجة هذا الإسهام، حيث أفاد 45.50% من عينة الدراسة بأن هذه القنوات على موقع اليوتيوب YouTube أسهمت إلى حد ما في تزويدهم بمعلومات عن هذا الفكر، واحتلت بذلك الترتيب الأول، وأفاد 44.50% من عينة الدراسة أن هذه القنوات أسهمت إلى حد كبير في تزويدهم بمعلومات عن الفكر الشيعي واحتلت بذلك الترتيب الثاني، فيما أفاد 10% من الباحثين بأن قنوات الشيعة على موقع اليوتيوب YouTube لم تسهم في تزويدهم بمعلومات عن هذا الفكر، واحتلت بذلك الترتيب الأخير.

## توصيات الدراسة:

- بعد عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يرى الباحث أن هناك مجموعة من التوصيات التي يجب أخذها في الاعتبار، والتي تتمثل في:
- 1- إجراء مزيد من الدراسات التي تتناول المناظرات على موقع اليوتيوب، من خلال التفاعلية وتعليقات المستخدمين خاصة مع زيادة هذه الظاهرة في الآونة الأخيرة.
  - 2- إجراء مزيد من الدراسات حول دور الدعاة في مواجهة ظواهر الاغتراب الفكري في وسائل التواصل الاجتماعي، والتي تُعد النافذة المعرفية الأولى للشباب.
  - 3- إجراء المزيد من الدراسات حول ظاهرة التوير والتجديد وأثرها على الشباب.
  - 4- ضرورة الاهتمام بتقديم دراسات حول المضامين الدينية المختلفة عبر موقع اليوتيوب، فقد تبين من خلال استعراض التراث العلمي قلة مثل هذا النوع من الدراسات، على الرغم من ارتفاع نسبة مشاهدة تلك المضامين على اليوتيوب خاصة في مجتمعاتنا العربية والإسلامية.

## مراجع الدراسة ومصادرها:

- (1) Anderson, J. W. (2018). Digital media and the politics of transformation in the Arab world. Oxford University Press.
- (2) Palfrey, J., & Gasser, U. (2016). Born digital: How children grow up in a digital age. Basic Book
- (3) Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (2003). New media in the Muslim world: The emerging public sphere. Indiana University Press.
- (4) طارق محمد إبراهيم: "قضايا الفكر الديني كما تعكسها الفضائيات الشيعية، وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري- دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2024).
- (5) محمد أحمد حسن رابعة، ضحى محمد عيسى الهزايمة: "المخالفات الشرعية في قناة الأطفال الفضائية طه": دراسة تحليلية، مجلة جامعة أم القرى العلوم الشريعة والدراسات الإسلامية العدد، ٨٨، (السعودية، جامعة أم القرى (٢٠٢٢م)، ص ١٧١: ١٨٩.
- (6) خرقية جودية سامية جلال: "تجليات الطائفية في الفضائيات الشيعية قناة فدك"، مجلة المعيار الإسلامية، مجلد ٢٥، عند ٥٩، (الجزائر، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية كلية أصول الدين ٢٠٢١م)، ص ٢٨٤: ٢٦٨.
- (7) حسين إسحاق داود يوسف: "خطورة القنوات الفضائية الشيعية على الأمة الإسلامية"، مجلة الدراسات الإسلامية، (جامعة أفريقيا العالمية، كلية الدراسات الإسلامية، ٢٠١٩م) ص ٣١٦: ٢٧٤.

- (8) ياسر علي محمد: "تعرض الأطفال المصريين للفضائيات الشيعية وعلاقتها بالمفاهيم الدينية لديهم"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس معهد الدراسات العليا للطفولة قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٧م). WEN. م ٢٥/١٣: ٢٠٠٥/٠٢/٢٦.
- (9) الهيثم زعفان: "الإعلام الفضائي الشيعي بين الاختراق والمواجهة السنية"، مجلة البيان السعودية، الرياض، ٢٠١٦، ص 517: 542.
- (10) نهال عمر الفاروق: "أساليب الدعاية في الخطاب الشيعي في القنوات القضائية.. دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٦ م).
- (11) محمد أحمد هاشم: "استخدام الشباب السعودي الجامعي لموقع اليوتيوب، وتأثيرها على علاقتهم بالتلفزيون"، بحث علمي منشور، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد 24 (جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، 2019) من ص 120: 153.
- (12) محمود محمد علانة: "التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: جامعة اليرموك: كلية الإعلام، 2018).
- (13) مروى عبد اللطيف "استخدام المراهقين العاديين وذوي الاحتياجات الخاصة لموقع اليوتيوب في متابعة الأحداث الإرهابية، وعلاقته بمستوى الأمن الاجتماعي لديهم"، المؤتمر العلمي السنوي الأول، الإعلام العربي ومواجهة الإرهاب الضوابط المهنية وأخلاقيات الممارسة، (أكاديمية الشروق: المعهد الدولي العالمي للإعلام، 1-2 مارس 2016).
- (14) Antony Mary & Thomas Ryan J public sphere in the Oscar Grant shooting This is citizen Journalism at its finest: "Youtube ، incident" media & Society . Available online at: ، pp.1.17، (2010) and the <http://amssagepub.com/content/early/2015/12/12>
- (15) عبيدات، ذوقان، عدس، عبد الرحمن، وعبد الحق، محمد. (2010). البحث العلمي: مفاهيمه، أدواته، وأساليبه. ط6. دار الفكر، عمان-الأردن.
- (16) سامية محمد جابر وآخرون، البحث العلمي الاجتماعي: لغته ومداخله ومناهجه وطرائقه، (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 1998) ص 15.
- (17) محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط 2، (القاهرة: عالم الكتب، 1997)، ص 93.
- (\*) الإطار الزمني للدراسة:
- تم تطبيق إجراءات الدراسة الميدانية في الفترة من 2025/1/1م إلى الفترة 2025/3/1م.
- (\*\*) أسماء السادة الأساتذة المحكمين (مرتبة حسب الدرجة العلمية والأبجدية):
- أ. د/ محمد معوض إبراهيم أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الطفل - جامعة عين شمس.
- أ. د/ محمود عبد العاطي مسلم أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام- جامعة الأزهر سابقاً.
- أ. د/ عرفه أحمد عامر أستاذ الإذاعة ووكيل كلية الإعلام- جامعة الأزهر سابقاً.
- أ. د/ محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الطفل - جامعة عين شمس.
- أ. د/ أحمد أحمد زارع أستاذ الصحافة المساعد ووكيل كلية الإعلام- جامعة الأزهر سابقاً.
- أ. د/ محمود محمد الصاوي أستاذ الثقافة الإسلامية بكلية الدعوة الإسلامية- جامعة الأزهر
- أ. د/ مصطفى مراد أستاذ بكلية الدعوة الإسلامية- جامعة الأزهر.
- أ. د / حنان بدر أستاذ علم الاجتماع بكلية الدراسات الإنسانية للبنات- جامعة الأزهر.
- (18) محمد عمارة: "تيارات الفكر الإسلامي"، القاهرة، دار الهلال، 1982، ص 203.

- (19) مجدي محمد علي «انتصار الحق» (مناظرة علمية مع بعض الشيعة الإمامية)، دار طيبة، الطبعة الأولى، (١٤١٨هـ - ١٩٩٧م)، ص18.
- (20) ندى أحمد عبد الله: "السلوك الاجتماعي وديناميته: محاولة تفسيرية"، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2003، ص120.
- (21) Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation.
- (22) Brookes, R., & Ng, S. (2016). Social media engagement: A model of antecedents and outcome.
- (23) Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011) "Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research" *Journal of Service Research*, 14(3), 252–27.
- (24) أحمد أحمد زارع: "اعتماد الشباب المصري على المواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر للمعلومات، وعلاقته بالانتماء السياسي"، بحث علمي منشور، المؤتمر العلمي الأول لكلية الإعلام بعنوان: "المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي"، ج2، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 2012)، ص1229.
- (25) ولاء عبد الرحمن فودة: "اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على الإعلام الجديد في تحقيق التفاعل مع وسائل الإعلام الدولي"، بحث علمي منشور، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017)، ص145.
- (26) ماجدة عبد المرضي "اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام المختلفة خلال مرحلة التحول السياسي الراهن، وعلاقته بعملية الحشد والتعبئة للمشاركة في الاستفتاء على الدستور المصري 2014"، بحث علمي منشور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد 47، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يونيو 2014)، ص227.
- (27) حسني نصر: "نظريات الإعلام"، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي، 2015)، ص295.
- (28) Stanly J Baran & Dennis K. Davis *Mass Communication Theory (U.S.A McGraw 2011) p.324.*
- (29) علي السالوس: "مع الشيعة الاثنا عشرية في الأصول والفروع"، دار التقوى، الطبعة الأولى (١٤١٧هـ - ١٩٩٧م)، ص15.
- (30) محمد ياسر الخواجه: "تجديد الخطاب الديني بين الفكر الفلسفي والاجتماعي"، أعمال المؤتمر الدولي لكلية الآداب، جامعة طنطا، ط1، (القاهرة: مصر العربية للنشر والتوزيع، 2011)، ص146.
- (31) حسن حنفي: "تحليل الخطاب الديني" مجلة الصراط - جامعة الجزائر، كلية العلوم الإسلامية، مجلد (7)، عدد (13)، 2006، ص27:47.
- (32) يوسف القرضاوي: "خطابنا الإسلامي في عصر العولمة"، ط1، (القاهرة: دار الشروق، 1424هـ)، ص16:17.
- (33) سعيد مراد: "الخطاب الإسلامي المعاصر ومقوماته" في كتاب "الإسلام وتطوير الخطاب الديني"، أعمال ندوة عقدت بجامعة قناة السويس، تحت عنوان "خطاب إسلامي معاصر" ط1، (القاهرة: دار البيان، 2002) ص38.
- (34) ناصر بن عبد الله بن علي القفاري: "أصول مذهب الشيعة الإمامية الاثنا عشرية" عرض ونقد دار الرضا للنشر والتوزيع، (الجيزة: مصر، الطبعة الثالثة ١٤١٨هـ - ١٩٩٨م)، ص14.

- (35) ناصر بن عبد الله القفاري: "مسألة التقريب بين أهل السنة والشيعة"، (السعودية: دار طيبة، الطبعة الثانية (١٤١٣هـ)، ص22.
- (36) محمد سالم الخضر: "ثم أبصرت الحقيقة"، دار الإيمان للطباعة والنشر، الطبعة الأولى (١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م)، ص56.
- (37) ناصر بن عبد الكريم العقل: "دراسات في الأهواء والفرق والبدع وموقف السلف منها"، (الرياض: دار أشبيليا، الطبعة الأولى ١٤١٨هـ - ١٩٩٧م) ص47.
- (38) نايف معروف: "الشيعة في العصر الأموي" (بيروت: دار الطليعة، الطبعة الرابعة، (١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م)، ص98.
- (39) ناصر بن عبد الله بن علي القفاري: "أصول مذهب الشيعة الإمامية الاثنا عشرية"، مرجع سابق، ص44.
- (40) محمد سالم الخضر، مرجع سابق، ص64.
- (41) ناصر بن عبد الكريم العقل: "دراسات في الأهواء والفرق والبدع وموقف السلف منها"، مرجع سابق، ص55.
- (42) ناصر علي عائض: "عقيدة أهل السنة والجماعة في الصحابة الكرام"، (الرياض: مكتبة الرشد، الطبعة الأولى (١٤١٣هـ - ١٩٩٣م)، ص36.
- (43) محمد أمزون: "تحقق مواقف الصحابة في الفتنة من روايات الطبري والمحدثين"، (الرياض: دار طيبة مكتبة الكوثر، الطبعة الأولى (١٤١٥هـ - ١٩٩٤م)، ص57.
- (44) سليمان بن حمد العودة "عبد الله بن سبأ وأثره في إحداث الفتنة في صدر الإسلام"، (الرياض: دار طيبة، الطبعة الثالثة (١٤١٢هـ)، ص59.
- (45) أبي الحسن الندوي: "المرتضى من سيرة أمير المؤمنين أبي الحسن علي بن أبي طالب"، (دمشق: دار القلم، الطبعة الثانية (١٤١٩هـ - ١٩٩٨م)، ص64.
- (46) ناصر علي عائض: "عقيدة أهل السنة والجماعة في الصحابة الكرام"، مرجع سابق، ص43.
- (47) ناصر بن عبد الكريم العقل: "دراسات في الأهواء والفرق والبدع وموقف السلف منها"، مرجع سابق، ص58.
- (48) "الإمامة والرد على الرافضة للحافظ أبي نعيم الأصبهاني"، تحقيق وتعليق: د/ علي بن محمد بن ناصر الفقيهي، طبعة مكتبة العلوم والحكم، الطبعة الأولى (١٤٠٧هـ).
- (49) سليمان بن حمد العودة: "عبد الله بن سبأ وأثره في إحداث الفتنة في صدر الإسلام"، مرجع سابق، ص63.
- (50) ناصر علي عائض: "عقيدة أهل السنة والجماعة في الصحابة الكرام"، مرجع سابق، ص46.
- (51) علي السالوس: "مع الشيعة الاثنا عشرية في الأصول والفروع"، مرجع سابق، ص47.
- (52) ناصر بن عبد الكريم العقل: "دراسات في الأهواء والفرق والبدع وموقف السلف منها"، مرجع سابق، ص61.
- (53) أبي الحسن الندوي: "المرتضى من سيرة أمير المؤمنين أبي الحسن بن علي بن أبي طالب"، مرجع سابق، ص70.
- (54) عبد الله بن عمر بن سليمان الدميحي: "الإمامة العظمى عند أهل السنة والجماعة"، (السعودية: دار طيبة، الطبعة الثانية (١٤٠٩هـ)، ص40.
- (55) علي السالوس: "مع الشيعة الاثنا عشرية في الأصول والفروع"، مرجع سابق، ص50.
- (56) علي الصلابي: "فكر الخوارج والشيعة"، (القاهرة: دار بن الجوزي، الطبعة الأولى)، ص329.

- (57) علي السالوس، مرجع سابق، ص146.
- (58) علي السالوس، المرجع السابق، ص149.
- (59) ناصر بن عبد الله بن علي القفاري: "أصول مذهب الشيعة الإمامية الاثنا عشرية"، مرجع سابق، ص145.
- (60) سليمان بن حمد العودة، "عبد الله بن سبأ وأثره في إحداث الفتنة في صدر الإسلام"، مرجع سابق، ص84.
- (61) "لسان العرب"، محمد بن مكرم بن منظور، دار صادر، بيروت.
- (62) "السنة والشيعة": إحسان الهي ظهير.
- (63) "أصول الكافي"، ثقة الإسلام محمد بن يعقوب الكليني، (بيروت: دار المرتضى، ط5، (146/1).
- (64) "تصحیح الاعتقاد بصواب الانتقاد"، الشيخ المفيد محمد بن النعمان، (بيروت: دار الكتاب الإسلامي، ط3، ص115).
- (65) ناصر بن عبد الله بن علي القفاري، مرجع سابق، ص145.
- (66) "كشف الأسرار عن أصول فخر الإسلام البزدوي"، لعلاء الدين عبد العزيز بن أحمد (بيروت: دار الكتاب العربي، الجزء الرابع، ص147).
- (67) "أصول الكافي"، مرجع سابق، (154/1).
- (68) "أصول الكافي"، مرجع سابق، (156/1).
- (69) علي الصلابي: "فكر الخوارج والشيعة"، مرجع سابق، ص311.
- (70) ناصر بن عبد الكريم العقل: "دراسات في الأهواء والفرق والبدع وموقف السلف منها"، مرجع سابق، ص81.
- (71) علي السالوس: "مع الشيعة الاثنا عشرية في الأصول والفروع"، مرجع سابق، ص73.
- (72) "تصحیح الاعتقاد بصواب الانتقاد"، مرجع سابق، ص140.
- (73) "أصول الكافي"، مرجع سابق، (170/1).
- (74) "تصحیح الاعتقاد بصواب الانتقاد"، مرجع سابق، ص143.
- (75) "تاريخ المذاهب": لأبي زهرة، (القاهرة: دار الفكر العربي، الطبعة الأولى)، ص305.
- (76) "أصول الكافي"، مرجع سابق، (174/1).
- (77) "بحار الأنوار- الجامعة لدرر الأئمة الأطهار عليهم السلام"، العلامة محمد باقر المجلسي، (بيروت: دار المرتضى، ط4، (121/3).
- (78) Aaron Smith & Monica Anderson, "Social Media Use in 2018", pew research center, 1/3/2018, available at <https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-usein>
- (79) دعاء أحمد البنا (2021)، "مستويات تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي وأثارها"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 2/20.
- (80) Caroline Caron, Rebecca Raby, Claudia Mitchell, Sophie Théwissen-LeBlanc & Jessica Prioletta, "From Concept to Data: Sleuthing Social Change -Oriented Youth Voices on YouTube", Journal of Youth Studies, Vol 20, Issue 1, (2017).
- (81) عبد الباسط عبد الوهاب الحطامي وآخرون: "استخدامات طلاب وطالبات الجامعات الخليجية والبيمنية لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه- دراسة مسحية"، مجلة أبحاث البيئة والتنمية المستدامة، مجلد 10، العدد 2، (جامعة صنعاء، كلية الإعلام، اليمن، 2021)، ص7: 98.

- (82) Bessie Lee Lawton & Maria Kopacz, Talking About the YouTube Indians: Images of Native Americans and Viewer Comments on a Viral Video Site, Howard Journal of Communications, Vol. 24, Issue 1, 2020.
- (83) Cam Balcikanli, "Long Life, YouTube: L2 stories About You Tube in Language Learning", E-Proceeding of the International Online Language Conference (IOLC) (U.S.A, Boca Raton, UNIVERSAL Publishers,2017).
- (84) Norlidah Alias, Norazah Mohd Nordin" New Media Use Among Youth in Malaysia: A Media Dependency Theory Perspective" (2020) PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology.
- (85) عبد الباسط عبد الوهاب الحطامي وآخرون: استخدامات طلاب وطالبات الجامعات الخليجية واليمينية لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه- دراسة مسحية"، مرجع سابق، ص53: 55.
- (86) ريهام علي نوير (2020). "استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة على موقع اليوتيوب، وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية- دراسة تطبيقية على شباب جامعة القاهرة"، مجلة البحوث الإعلامية- كلية الإعلام- جامعة الأزهر، العدد54، ص3464: 3540.

## References:

- (1) Anderson, J. W. (2018). Digital media and the politics of transformation in the Arab world. Oxford University Press.
- (2) Palfrey, J., & Gasser, U. (2016). Born digital: How children grow up in a digital age. Basic Book
- (3) Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (2003). New media in the Muslim world: The emerging public sphere. Indiana University Press.
- (4) Tarek Mohamed Ibrahim. *Religious Thought Issues Reflected in Shiite Satellite Channels and Their Relation to Egyptian Audience Attitudes: An Applied Study*. Unpublished PhD Dissertation, Al-Azhar University, Faculty of Media, Department of Radio and Television, 2024.
- (5) Mohammed Ahmed Hassan Rababah & Doha Mohammed Issa Al-Hazaimeh. *Sharia Violations in the Children's Satellite Channel "Taha": An Analytical Study*. Journal of Umm Al-Qura University for Sharia Sciences and Islamic Studies, Issue 88, Saudi Arabia, Umm Al-Qura University, 2022, pp. 171–189.
- (6) Khurqiyah Joudiah Samia Jalal. *Manifestations of Sectarianism in Shiite Satellite Channels: The Case of "Fadak" Channel*. Al-Mi'yar Journal of Islamic Studies, Volume 25, Issue 59, Algeria, Emir Abdelkader University of Islamic Sciences, Faculty of Fundamentals of Religion, 2021, pp. 268–284.
- (7) Hussein Ishaq Dawood Youssef. *The Danger of Shiite Satellite Channels on the Islamic Nation*. Journal of Islamic Studies, Africa International University, Faculty of Islamic Studies, 2019, pp. 274–316.
- (8) Yasser Ali Mohamed. *Egyptian Children's Exposure to Shiite Satellite Channels and Its Relationship to Their Religious Concepts*. Unpublished Master's Thesis, Ain Shams University, Institute of Higher Studies for Childhood, Department of Media and Children's Culture, 2017.
- (9) Haitham Zafaan. *Shiite Satellite Media: Between Penetration and Sunni Confrontation*. Laban Journal, Saudi Arabia, Riyadh, 2016, pp. 517–542.
- (10) Nihal Omar Al-Farouk. *Propaganda Techniques in Shiite Discourse on Satellite Channels: An Applied Study*. Unpublished PhD Dissertation, Cairo University, Faculty of Media, Department of Radio and Television, 2016.
- (11) Mohamed Ahmed Hashem. *Saudi University Youth's Use of YouTube and Its Impact on Their Relationship with Television*. Published Research, Arab Journal of Media and Communication Research, Issue 24, Canadian Ahram University, Faculty of Media, 2019, pp. 120–153.
- (12) Mahmoud Mohamed Alawneh. *University Youth's Information-Seeking on Religious Matters from YouTube Channels*. Unpublished Master's Thesis, Yarmouk University, Faculty of Media, Jordan, 2018.
- (13) Marwa Abdul Latif. *The Use of YouTube by Adolescents, Including Those with Special Needs, in Following Terrorist Events and Its Relationship to Their Social Security Level*. First Annual Scientific Conference: Arab Media and Countering Terrorism - Professional Standards and Ethical Practices. International Higher Institute of Media, Shorouk Academy, March 1–2, 2016.

- (14) Antony Mary & Thomas Ryan J. "This Is Citizen Journalism at Its Finest: YouTube and the Public Sphere in the Oscar Grant Shooting Incident." *Media & Society*, 2010, pp. 1–17. Available online at: <http://amssagepub.com/content/early/2015/12/12>.
- (15) Dhouqan Obaidat, Abdul Rahman Adas, & Mohamed Abdul Haq. *Scientific Research: Its Concepts, Tools, and Methods*, 6th Edition. Dar Al-Fikr, Amman, Jordan, 2010.
- (16) Samia Mohamed Gaber et al. *Social Scientific Research: Its Language, Approaches, Methods, and Techniques*. Cairo: University Knowledge House, 1998, p. 15.
- (17) Mohamed Abdul Hameed. *Audience Studies in Media Research*, 2nd Edition. Cairo: Alam Al-Kutub, 1997, p. 93.
- (18) Magdy Mohamed Ali. *The Victory of Truth: A Scientific Debate with Some Shiite Imamis*. Dar Tayba, 1st Edition, 1997, p. 18.
- (19) Nada Ahmed Abdullah. *Social Behavior and Its Dynamics: An Interpretative Attempt*. Alexandria: University Knowledge House, 2003, p. 120.
- (20) Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation.
- (21) Brookes, R., & Ng, S. (2016). Social media engagement: A model of antecedents and outcome.
- (22) Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011) Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research" *Journal of Service Research*, 14(3), 252–27 .
- (23) Ahmed Ahmed Zaree, "**The Reliance of Egyptian Youth on Electronic News Websites as a Source of Information and Its Relationship with Political Affiliation,**" Published research, The First Scientific Conference of the Faculty of Media titled "Media Professionalism and Democratic Transition," Part 2, (Al-Azhar University: Faculty of Media, 2012), p. 1229.
- (24) Walaa Abdel Rahman Fouda, "**The Reliance of Arab Academic Elites on New Media in Achieving Interaction with International Media,**" Published research, The Scientific Journal of Radio and Television Research, (Cairo University: Faculty of Media, 2017), p. 145.
- (25) Magda Abdel Mardy, "**The Reliance of Egyptian Women on Different Media During the Current Political Transformation Stage and Its Relationship with Mobilization for Participation in the 2014 Egyptian Constitution Referendum,**" Published research, The Egyptian Journal of Media Research, Issue 47, (Cairo University: Faculty of Media, June 2014), p. 227.
- (26) Hosni Nasr, "**Media Theories,**" (UAE: University Book House, 2015), p. 295.
- (27) Stanly J Baran & Dennis K. Davis *Mass Communication Theory* (U.S.A McGraw 2011) p.324
- (28) Ali Al-Salou, "**With the Twelver Shia in Fundamentals and Branches,**" Al-Taqwa Publishing, First Edition (1417 AH - 1997 CE), p. 15.

- (29) Mohamed Yasser Al-Khawaja, **"Renewing Religious Discourse Between Philosophical and Social Thought,"** Proceedings of the International Conference of the Faculty of Arts, Tanta University, First Edition, (Cairo: Misr Al-Arabia for Publishing and Distribution, 2011), p. 146.
- (30) Hassan Hanafi, **"Analysis of Religious Discourse,"** Al-Sirat Journal – University of Algiers, Faculty of Islamic Sciences, Vol. (7), Issue (13), 2006, pp. 27–47.
- (31) Yusuf Al-Qaradawi, **"Our Islamic Discourse in the Era of Globalization,"** First Edition, (Cairo: Dar Al-Shorouk, 1424 AH), pp. 16–17.
- (32) Saeed Murad, **"Contemporary Islamic Discourse and Its Fundamentals,"** in the book "Islam and the Development of Religious Discourse," Proceedings of a Symposium Held at Suez Canal University, titled "Contemporary Islamic Discourse," First Edition, (Cairo: Dar Al-Bayan, 2002), p. 38.
- (33) Nasser bin Abdullah bin Ali Al-Qafari, **"The Fundamentals of the Twelver Shia Imamiyya Doctrine: Presentation and Critique,"** Dar Al-Ridha for Publishing and Distribution, (Giza: Egypt, Third Edition, 1418 AH - 1998 CE), p. 14.
- (34) Nasser bin Abdullah Al-Qafari, **"The Issue of Rapprochement Between Sunnis and Shias,"** (Saudi Arabia: Dar Tiba, Second Edition, 1413 AH), p. 22.
- (35) Mohamed Salem Al-Khidr, **"Then I Saw the Truth,"** Dar Al-Iman for Printing and Publishing, First Edition (1424 AH - 2003 CE), p. 56.
- (36) Nasser bin Abdul Karim Al-Aql, **"Studies on Desires, Sects, and Heresies and the Stance of the Salaf Toward Them,"** (Riyadh: Dar Ashbilaa, First Edition 1418 AH - 1997 CE), p. 47.
- (37) Naif Ma'ruf, **"Shias in the Umayyad Era,"** (Beirut: Dar Al-Taliaa, Fourth Edition, 1420 AH - 1999 CE), p. 98.
- (38) Nasser Ali Aaidh, **"The Doctrine of Ahl al-Sunnah wal-Jamaah Regarding the Honorable Companions,"** (Riyadh: Al-Rushd Library, First Edition, 1413 AH - 1993 CE), p. 36.
- (39) Mohamed Amzoun, **"Verification of the Companions' Positions During the Discord Based on Al-Tabari's Narrations and the Hadith Scholars,"** (Riyadh: Dar Taybah Library Al-Kawthar, First Edition, 1415 AH - 1994 CE), p. 57.
- (40) Suleiman bin Hamad Al-Oudah, **"Abdullah bin Saba and His Role in Instigating Discord in Early Islam,"** (Riyadh: Dar Taybah, Third Edition, 1412 AH), p. 59.
- (41) Abu Al-Hasan Al-Nadwi, **"Al-Murtada: The Biography of Amir Al-Mu'mineen Abu Al-Hasan Ali bin Abi Talib,"** (Damascus: Dar Al-Qalam, Second Edition, 1419 AH - 1998 CE), p. 64.
- (42) **"Imamate and Refutation of the Rafidah" by Al-Hafidh Abu Nu'aym Al-Asbahani,** Edited and Commented by Dr. Ali bin Mohamed bin Nasser Al-Faqihi, Published by Maktabat Al-Uloom wal-Hikam, First Edition (1407 AH).
- (43) Abdullah bin Omar bin Suleiman Al-Dumaiji, **"The Great Imamate According to Ahl al-Sunnah wal-Jamaah,"** (Saudi Arabia: Dar Taybah, Second Edition, 1409 AH), p. 40.

- (44) Ali Al-Salabi, "**The Thought of the Kharijites and the Shia**," (Cairo: Dar Ibn Al-Jawzi, First Edition), p. 329.
- (45) Aaron Smith & Monica Anderson, "Social Media Use in 2018", pew research center, 1/3/2018, available at <https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-usein>
- (46) Doaa Ahmed Al-Banna, (2021), "Levels of Egyptian Youth Adoption of Digital Media Platforms for Sharing Entertainment Content and Its Impacts," *The Egyptian Journal of Public Opinion Research*, 20/2.
- (47) Caroline Caron, Rebecca Raby, Claudia Mitchell, Sophie Théwissen-LeBlanc & Jessica Prioletta, "From Concept To Data: Sleuthing Social Change -Oriented Youth Voices On YouTube", *Journal Of Youth Studies*, Vol 20, Issue 1, (2017).
- (48) Bessie Lee Lawton & Maria Kopacz, Talking About the YouTube Indians: Images of Native Americans and Viewer Comments on a Viral Video Site, *Howard Journal of Communications*, Vol. 24, Issue 1, 2020.
- (49) Abdulbaset Abdulwahab Al-Hattami et al., "*Uses of YouTube by Gulf and Yemeni University Students and the Gratifications Achieved – A Survey Study*," *Journal of Environmental Research and Sustainable Development*, Vol. 10, No. 2, (University of Sana'a, Faculty of Media, Yemen, 2021), pp. 98–7.
- (50) Cam Balcikanli, "Long Life, YouTube: L2 stories About You Tube In Language Learning" , E-Proceeding of the International Online Language Conference (IOLC) (U.S.A, Boca Raton, UNIVERSAL Publishers, 2017).
- (51) Norlidah Alias, Norazah Mohd Nordin" New Media Use Among Youth in Malaysia: A Media Dependency Theory Perspective" (2020) *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*.
- (52) Riham Ali Nuwair, (2020), "The Use of Egyptian Youth for Satirical Videos on YouTube and Its Relationship with Their Attitudes Toward Terrorist Organizations – An Applied Study on Youth at Cairo University," *Journal of Media Research*, Faculty of Media, Al-Azhar University, Issue 54, pp. 3464–3540.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

**Chairman: Prof. Salama Daoud** President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Mahmoud Abdelaty**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Assistant professor at Faculty of Mass Communication,  
Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Arabic Language Editors :** Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

## Correspondences

● Issue 75 July 2025 - part 1

● Deposit - registration number at Dareknotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.