

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب (دراسة ميدانية)

د/ أميرة محمد محمد سيد أحمد*

مقدمة

في عالم تسيطر عليه الصناعات الثقافية والإعلامية الغربية بات من الضروري والحتمي على الأمة الإسلامية أن تفكر في استغلال الإعلام الجديد لنشر الوعي الديني والثقافة الإسلامية بين شبابها، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي يمكن توظيفها لخدمته تلك الأهداف التي تصبو إليها الأمة الإسلامية؛ لدورها في تشكيل الوعي بصورة غير مباشرة، وإكسابهم العادات والسلوكيات باعتبارها من الوسائل الهامة التي يلجأ إليها الشباب لاستقاء معلومات عن كافة القضايا، حتى أصبحت الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم؛ كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع، وخاصة الشباب باعتبارهم الأكثر تأثراً في أي مجتمع بما يمثلونه من طاقة وقابلية للتغيير والتطوير.

وعلى الرغم من أن تأسيس هذه المواقع في الأساس جاء للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل العديد من الأنشطة السياسية، الدينية، الثقافية، الاقتصادية وغيرها؛ لذا بدأ الاهتمام العربي والإسلامي بأهمية الاستفادة من تلك المواقع في خدمة الوعي الديني ونشر الثقافة الإسلامية، خاصة بعد ظهور مفاهيم الجهاد الإلكتروني، وانتشار المواقع الجهادية التي تديرها التنظيمات الإرهابية؛ لجمع الأموال وتجنيد المؤيدين الحاملين للفكرة، والتي تتخذ من الإسلام شعاراً لها، وأصبحت داعية إلى الإرهاب والعنف والتدمير والتطرف، مما دفع بدوره الهيئات الإسلامية على إنشاء مواقع إلكترونية تسهل وضع مفاهيمها الوسطية لمعالجة مثل هذه القضايا، فظهرت العديد من الصفحات الدينية الرسمية وغير الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للوزارات والهيئات والمؤسسات الإسلامية والدعاه حول العالم، والتي تنوعت في التخصصات والمضامين والأساليب والتي ارتكز دورها في

* مدرس الصحافة – كلية الآداب – جامعة دمياط

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

نشر مبادئ الإسلام، وتعزيز الحوار بين الأديان والحضارات، وإظهار العقيدة الصحيحة والثقافة الإسلامية، وشرح الشريعة الإسلامية بمختلف جوانبها، وإبراز عظمة هذه الشريعة وواقعيتها في معالجة كافة مشاكل الحياة والمجتمع علي حد سواء، فضلاً عن موقف الإسلام من القضايا المطروحة على الساحة في مختلف المجالات الدينية، السياسية، الاقتصادية، الأخلاقية، العسكرية، والإنسانية، وغيرها، ودعوة الشباب المسلم للتمسك بدينه.

مشكلة الدراسة :-

أدى انتشار استخدام الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي وسهولة التواصل بين أفراد المجتمع إلى إتاحة بيئة خصبة لنشر وتبادل المعلومات الدينية بصورة غير مسبوقه، فظهرت تلك الصفحات كوسيلة وكسلاح غيراً على الدين متبنياً قضايا الأمة من منظور ديني ومدافعاً عن الدين الإسلامي، وتحسين صورة الإسلام والمسلمين بصورة حضارية والتعريف بالإسلام والرد على الصور النمطية والتشويه والتضليل والحملات الدعائية المغرضة، وكوسيلة لدفع الشباب للتعريف بأمور دينهم ودنياهم ووعيمهم بالقضايا المحيطة بهم سياسياً، اقتصادياً، اجتماعياً من منظور ديني، ومن هذا المنطلق، فإن مشكلة هذه الدراسة تتمثل في التعرف على مدى مساهمة المضمون الديني المنشور في الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب المنتمى لفصيل سياسي ديني وغير المنتمى، باعتبار أن المنتمين لفصيل لديهم معلومات وثقافة في اتجاه سياسي ديني معين - أي إطار محدد من الفكر موجه باتجاه معين، يحكم على الأشياء من منطلق الزوايا الدينية السياسية التي يتبناها، في حين أن غير المنتمين لفصيل حكمه على الأشياء ينبع من ثقافته وفكره هو، حيث لا توجد أيديولوجية فكرية توجهه، أي غير ملتزم بهذا الإطار في التفكير.

الإطار النظري للدراسة

أولاً:- مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام باعتباره يركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقي معلوماته منها، كما أنه يعد أحد المداخل التي تشكل علاقة الجمهور مع وسائل الإعلام، وتتنبق أهمية

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

استخدام ذلك المدخل من اعتماده على تحقيق الشباب لأهداف محددة نتيجة استخدامه لمصادر المعلومات المتمثلة في الصفحات الدينية على مواقع التواصل، ومنها على سبيل المثال: الأهداف المعرفية، الوجدانية، السلوكية، لذا فإن هذا المدخل يمثل الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بتأثير الصفحات الدينية على الوعي الديني لدى الشباب المنتمى لفصيل سياسى دينى وغير المنتمى، ومن المفاهيم المهمة المفسرة لكثير من جوانب هذه الدراسة مفهوم الاعتماد، حيث يوضح هذا المفهوم أنماط استخدام الشباب للصفحات الدينية على مواقع التواصل، وثقة الشباب في المضمون المثار، وتقييم دور تلك الصفحات في عملية التوعية الدينية، التأثيرات المعرفية، الوجدانية، والسلوكية، واتجاهاتهم نحو المضمون المثار على تلك الصفحات، ويعد تفسير ميلفين وروكتيش لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجالاً تطبيقياً متميزاً لتأثير الاعتماد على المواقع المتاحة على شبكة الإنترنت، حيث أنهم يفترضون قيام علاقة الاعتماد على دعامين رئيسيتين تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلبى حاجاته وتحقيق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الأهداف (1).

حيث يعتمد الأفراد على المواقع الإخبارية للحصول على المعلومات لمعرفة الأخبار الجارية، وخصوصاً إذا كانت هذه المواقع أكثر مصداقية، حيث إن هناك ارتباطاً إيجابياً بين المصداقية المدركة للإنترنت وبين الاعتماد على الإنترنت كمصدر للأخبار، فالأفراد يعتمدون على تلك المواقع الإخبارية لتحقيق أهدافهم المتنوعة في حياتهم اليومية كلما زادت ثقتهم في تلك المواقع (2)، فوسائل الإعلام تمثل مصادر أساسية يعتمد عليها الجمهور في استقاء المعلومات، وتزداد كثافة اعتماد الأفراد على مصادر المعلومات بتعرض المجتمع لحالات عدم الاستقرار مع تزايد مفاهيم الغموض والتهديد في البيئة المحيطة، مثل فترات التغيير الاجتماعي والصراع، والكوارث الطبيعية والإرهاب، الأمر الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم، حيث تسهم بدورها في إزالة المخاوف وإعادة الطمأنينة وتفسير المعلومات التي تسهل إعادة ترتيب الأوضاع الجديدة (3)، فمن ضمن الأسباب التي تدفع الأفراد للاعتماد على شبكة الإنترنت كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات المحلية والعالمية، إمكانية استدعاء

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

المعلومات في أى وقت من الشبكة، والفورية في نقل الأحداث المهمة التي تقع داخل المجتمع، والمتابعة المستمرة للأحداث والتحليلات المتعمقة للمعلومات التي تنشرها تلك المواقع، بالإضافة إلى إمكانات الإنترنت التي تتيحها للأفراد في التفاعل مع الأحداث والإدلاء بالرأى فيها⁽⁴⁾، فأحد افتراضات نظرية الاعتماد هي أنه كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات كلما كانوا أكثر استعداداً للتأثر بالرسالة الإعلامية على معتقداتهم وسلوكهم وصفات شخصيتهم، أى يصبحون أكثر قابلية لتأثير حملات الإعلام⁽⁵⁾.

وبتطبيق افتراضات هذه النظرية على الدراسة الحالية يمكن القول بأن الشباب يعتمد على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين مداركه واتجاهاته وإدراكه للواقع المحيط، وإشباع حاجاتهم للأخبار والمعلومات في مختلف المجالات الاجتماعية، الأخلاقية، المالية، السياسية من منظور ديني، وتعلم سلوكيات وصفات جديدة كالتقرب إلى الله والمشاركة في الأعمال الدينية، والتخلي عن الصفات السيئة كالفتور، العزلة، الخوف، عدم التعاون وحب الذات، فرغبة الشباب في التعرض للصفحات الدينية سواء للحصول على المعلومات الدينية أو لغيرها هي المتغير الأساسي الذي يفسر طبيعة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الصفحات.

أسباب اختيار ذلك المدخل للدراسة

ويرجع أسباب اختيار هذا المدخل لدراسة دور الصفحات الدينية في تنمية الوعي الديني لدى الشباب إلى ما يلي :

- 1- تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة دور الصفحات الدينية بمواقع التواصل في تنمية الوعي الديني لدى الشباب، وهو ما يتفق مع الهدف الرئيسي للنظرية التي تسعى إلى تفسير: لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً أثراً قوياً ومباشرة وأحياناً تأثيرات ضعيفة على الجوانب المعرفية ؟
- 2- تفترض النظرية أن الجمهور سيعتمد على وسائل الإعلام بشكل متزايد لاستقاء المعلومات والأخبار من أجل تكوين مداركه ومعرفة مضامين التوجهات إزاء ما يحدث في المجتمع في أوقات التغير التي يسود فيها الشك والغموض، ولذا تفترض الدراسة أن التحديات الراهنة التي تواجه العالم الإسلامي من ظهور

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جماعات وتنظيمات متطرفة تتخذ من الإسلام شعاراً لها ، وبالتالي ستمثل إحدى الحالات التي يعتمد فيها الشباب أكثر على الصفحات الدينية بمواقع التواصل، فمن المتوقع أن يعتمد على الصفحات الدينية التي يستخدمها في الحصول على الأخبار والمعلومات الدينية عند وقوع أحداث تهم العالم العربي والإسلامي، وبالتالي ستكون هذه النظرية مناسبة لأهداف الدراسة.

ثانياً :- العلاقة بين الإعلام الجديد والوعي الديني

إن التطور التكنولوجي في مجال الاتصال الجماهيري (كالتلفزيون الكابلي ، المدونات ومنصات الوسائط المتعددة) يعد أداة هامة في مجال التواصل ونشر الدعوة الدينية بين الحضارات والدفاع عنها⁽⁶⁾، حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً عميقاً في تشكيل الفهم الديني والهوية الدينية لدى الجمهور⁽⁷⁾، وتعد أداة تعليمية هامة في تشكيل اتجاهات الرأي العام عن المذاهب والسلطة الدينية، وتساهم في عملية التواصل الديني ونشر وتعميق المفاهيم والمبادئ والقيم الحضارية بين مختلف الجماعات الدينية⁽⁸⁾، وعاملاً وسيطاً فعالاً لتحديد العلاقة بين الدين والسياسية، وتصورات الأفراد الدينية للعلوم⁽⁹⁾.

فوسائل الإعلام بصفة عامة والإنترنت بصفة خاصة لهما دور هام في التأثير علي عقول المتلقين وعواطفهم بإمكاناتهم التي تسمح لهما بتكوين القيم التي يستهدفها النظام، بل والمساهمة في إمداد المتلقين بالمعارف الدينية ، وبهذا يمكننا القول بأن وسائل الإعلام أصبحت بلا أدنى شك من المصادر المؤثرة والفعالة في تشكيل الوعي الديني لدى الأفراد⁽¹⁰⁾.

إن استخدام التكنولوجيا الرقمية يمكن الشباب من القيام بدور أكثر نشاطاً وفاعلية في عملية إيصال الأفكار الدينية والقيم في المجتمعات الدينية، من حيث محو الأمية الدينية، مما يساهم بدوره في تعزيز المعرفة حول التقاليد الدينية الخاصة، كما أنها تمتلك القدرة على تعزيز الحوار بين مختلف الأديان والمذاهب والحضارات⁽¹¹⁾ ، ويساعد الإنترنت في تعزيز السلطة الدينية، حيث أن الغالبية العظمى من الجماعات الأصولية الدينية تستخدم الإنترنت في تعزيز هويتها الدينية⁽¹²⁾، كما وظف الدعاة مواقع التواصل الاجتماعي كتويتر والمدونات في التعبئة على نحو فعال لتعزيز السلطة الدينية وإيصال رسائلهم وتعاليمهم الدينية، ونشر ثقافة المشاركة الدينية لدى

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

الطلاب وتفسير الكتاب المقدس وتعديل نصوصه بشكل مبسط، لأن إحدى سمات هذه الشبكات التفاعلية إتاحة مشاركة أعداد كبيرة حول القضايا المطروحة من منظور ديني من خلال المزيا التفاعلية التي توفرها، كالإعجاب ، التعليق، المشاركة، فضلاً عن إعادة توظيف تلك القضايا المنشوره بطرق جديدة ومبتكرة، مما لعب دوراً في تشكيل الهوية الدينية وتوعيتهم دينياً بما جاء في الكتاب المقدس من نصوص وقوانين من خلال تزويدهم بالمعلومات الدينية، كما تسهم في تكوين وتدعيم بل وتغيير ثقافتهم الدينية.(13)

ومما سبق يمكننا القول بأن الإعلام الجديد يلعب دوراً هاماً في عملية التنشئة الاجتماعية الدينية لدى الشباب، فاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات تتيح مشاركة الشباب من مختلف المذاهب والأديان المشاركة في تطوير القيم والأفكار الدينية وتبادلها بشكل أكبر خارج المجتمعات الدينية التقليدية، وهذا يتطلب قدراً أكبر من المشاركة الفعالة وتطوير خطاب مشترك من أجل ضمان بعد أساسي من الثقة بعيداً عن دعوات وأفكار التطرف والعنف(14)، حيث أدى ظهور تويتر ووسائل التدوين الصغيرة الأخرى إلى حمل رجال الدين إلى التوجه إلى منابر الدين الجديده ، والذي يتضمن توفير وصلات إلى الرسومات والتسجيلات الصوتية التي يمكن توجيهها والرد عليها من قبل الآخرين من أجل تعميق فهم الطبيعة المتغيرة للنصوص المقدسة ودستور السلطة الدينية كإجراء يستخدمون شبكات التدوين ووسائل الإعلام الاجتماعية، بالاعتماد على تغذية تويتر من قبل كهنة الكنيسة ورجال الدين المسيحي مع النفوذ العالمي في تأليف النصوص الدينية المستوحاة من الكتاب المقدس(15)، وقد أسهمت الأديان كافة في إنشاء مواقع وصفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر) ؛ لإبراز رسالتها، والدعوة إلى عقيدتها، والرد على المخالفات التي تنتج عنها؛ بفضل الإمكانيات الهائلة التي تتوفر لهذه الوسائل في الاتصال والتأثير، فعن طريقها يستطيع الدعاة تعريف الناس بأمور دينهم وديناهم وخاصة فئة الشباب، حيث ينشط في هذه الفضاءات بشكل متزايد، ويستقي ثقافته الدينية والأخلاقية منها، وتشير الدراسات الحديثة إلى أن جيل الشباب الجديد في دول شمال أوربا يستند على وسائل الإعلام والإنترنت أكثر من الأسرة والكنيسة في الحصول على الأفكار والقيم الدينية(16).

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

كما تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم سُبل نشر الوعي الديني والدفاع عن الدين الإسلامي وقضايا الأمة ، وتعزيز الحوار بين الأديان والحضارات، وذلك للإمكانيات الهائلة التي تتوفر لهذه الوسائل في الاتصال والتأثير والتي تكسبها ديناميكية حراك فريدة وجديدة، فعن طريقها يستطيع الدعاة الدفاع ونشر الثقافة الإسلامية في جميع أنحاء العالم، وتكوين صورة إيجابية عن المجتمع الإسلامي والأمة العربية والإسلامية للعالم أجمع (17)، وسماحتها ضد الاتجاهات المتطرفة خاصة بعد ظهور مفاهيم الجهاد الإلكتروني، وانتشار المواقع الجهادية التي تديرها التنظيمات الإرهابية ؛ لجمع الأموال وتجنيد المؤيدين الحاملين للفكرة "كتنظيم داعش" والذي يسعى لاستقطاب الشباب في صفوفه ويتخذ من الإسلام منبراً لهم ، من خلال إعداد مواد وموضوعات دقيقة وأساليب مبتكرة تناسب كل فئات المجتمع بجميع اللغات ؛ لشرح تعاليم الإسلام ومبادئه السمحة الخالي من العنف والإرهاب والتطرف ، للوصول والتواصل الفعال مع أكبر عدد من المسلمين وغير المسلمين حول العالم، فضلاً عن تعزيز الحوار مع المسلمين والأقليات المسلمة بالخارج للتعرف على التحديات والمشكلات والقضايا التي تواجههم.

لقد فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم و أجناسهم وبلدانهم، وأصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الانغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول، وفي ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتقولب الداعية والعالم على قوالب جامدة، وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية والفورية والتحديث المستمر، مع كسر حاجز الوقت والزمان، والسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف (18)، فمواقع التواصل الاجتماعي كواحدة من المؤسسات الاجتماعية تلعب دوراً أساسياً في تحديد مستويات المعرفة والمعلومات التي يتلقاها الأفراد ومستوى إدراك تلك المعارف من خلال تقديمها للأفراد عن طريق الرسالة الإعلامية التي تشكل مضمون الاتصال، وبما أن المعلومات هي التي تولد المعرفة والإدراك والفهم - وهو ما يطلق عليه مصطلح الوعي - والذي يتجلى بدوره في مجموعة من السلوكيات التي تظهر في حركات الفرد ومواقفه الفردية والجماعية بما يمنحه الفرصة في نشر الوعي الديني، وبذلك تصبح

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

أداة جديدة من أدوات الإعلام الديني لكن من منظور جديد تختلف فيه شكلاً ومضموناً عن باقى وسائل الإعلام الأخرى .

الدراسات السابقة

يعد الرجوع إلى الدراسات السابقة خطوة مبدئية وأساسية من مراحل البحث، حيث تساعد الباحث في تحديد الإطار النظري العام لموضوعه، وبناء خلفيات نظرية حوله، كما تعمل على توجيهه خلال باقى خطوات البحث، ويمكن تناول ما تم التوصل إليه من دراسات قريبة من الموضوع كما يلي :-

1- دراسة (2015) *Mariam F. Alkazemi*

استهدفت الدراسة التعرف على تأثير دور وسائل الإعلام فى التواصل الديني بين المسلمين الأمريكيين، باستخدام دوامة الصمت كإطار نظري، وبالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد تم جمع بيانات الدراسة الميدانية من خلال استبانة تم تطبيقها إلكترونياً على عينة بلغ قوامها 166 مبحوث من أعضاء المنظمات الدينية والثقافية في جميع أنحاء الولايات المتحدة في صيف عام 2012م، واستجاب المبحوثون إلى الاستبيان الإلكتروني الذي تناول العديد من المتغيرات، بما في ذلك استخدام وسائل الإعلام ، التدخين، الرغبة في التواصل حول الدين ومبادئه السمة، والخلاف حول الدين، وأظهرت النتائج أن المسلمين الذين يشاهدون التلفزيون أكثر هم أقل استعداداً للتواصل الديني مع الآخرين⁽¹⁹⁾.

2- دراسة (2014) *Jonathon K. Frosta & Norman E. Youngblood*

تفحص هذه الدراسة كيفية توظيف المؤسسات الأمريكية الدينية لشبكة الإنترنت فى الاتصال مع الآخرين كمؤسسات الاتحاد من أجل إصلاح اليهودية باعتبارها أكبر الحركات الدينية فى أوساط يهود الولايات المتحدة، ومن خلال تحليل محتوى 252 موقع للحركة اتضح أنها تشجع على تنظيم وتوفير المعلومات التنظيمية، بما فى ذلك المعلومات المتعلقة بصياغة العقيدة والهوية اليهودية ، والتوعية المجتمعية، مشجعة على العمل المدني والاجتماعي، وتبني الإيمان بروح العصر، وأهمية التطوير فى الدين ليناسب العصر، كما أن المحتوى الديني المنشور على المواقع يدعو متصفحها للانخراط فى النشاط الروحي عبر الإنترنت، والتعايش مع الدولة القومية الحديثة المطلقة مع إصرارها على أن يعيد اليهودي صياغة ذاته ورؤيته حتى يدين

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

لها وحدها بالولاء، كما أن هناك فروق في المحتوى المقدم على تلك المواقع بناء على حجم الطائفة السائدة، كما كشفت أن التجمعات الكبيرة أكثر ميلاً لاستخدام مواقع الويب للحفاظ على البناء التنظيمي للهوية الدينية وتعبئة المجتمع المدني للعمل الاجتماعي وممارسة الدين عبر الإنترنت، وتقديم الدعم اللوجستي (20).

3- دراسة Mariam F. Alkazemi (2013)

هدفت الدراسة إلى اختبار إلى أي مدى يؤثر كل من التعرض لوسائل الإعلام، والتدين في رغبة الطلاب الأمريكيين في الاتصال والنقاش حول الدين، وأجريت الدراسة على الطلاب لأنهم ينتمون إلى فئات الأصغر سناً والتي تتميز بأن لها علاقات مختلفة بعض الشيء مع الدين ووسائل الإعلام، وقد تم جمع بيانات الدراسة الميدانية من خلال استبانة تم تطبيقها إلكترونياً لمدة أسبوعين على 94 من طلاب الفرقة الرابعة بالجامعات جنوب شرق الولايات المتحدة الأمريكية، وقد ذكر 66% من عينة الدراسة أنهم ينتمون إلى الديانة المسيحية، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام تلعب دوراً في العلاقات بين الأديان من خلال خلق صورة عامة للأديان، لكن لا تزال الكثير من علامات الاستفهام حول دور وسائل الإعلام في تهيئة بيئة يتم فيها تشجيع التواصل عن الدين، وأن التعرض لوسائل الإعلام لم يؤثر على رغبة الباحثين في إجراء الاتصال حول الدين بغض النظر عن ما إذا كان التعرض لوسائل الإعلام قد حدث من خلال وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال قنوات التواصل الاجتماعي والإنترنت (21).

4- دراسة ابراهيم فؤاد الخصاونه (2013)

سعت الدراسة للتعرف على دور إذاعة القرآن الكريم في تثقيف الطلبة الجامعيين دينياً من خلال عينة تمثل طلبة الجامعات الأردنية، باستخدام المنهج الوصفي (المسح بالعينة) وبالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت لعدة نتائج مفادها أن دور إذاعة القرآن الكريم في تثقيف الطلبة الجامعيين دينياً كانت درجة متوسطة، وأفادت بأنها تغرس في أنفسهم أهمية الزكاة بدرجة ضعيفة (22).

5- دراسة Ali A. J. Al-Kandari (2011)

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

استخدمت الدراسة مدخل الاستخدامات والإشباعات لاختبار الطرق المختلفة لاستخدام الجمهور وسائل الإعلام والمدة الزمنية التي استغرقها المبحوثون في التعرض إلى المحتوى الديني المقدم في وسائل الإعلام (على سبيل المثال الراديو، الصحف، المجالات، الأقراص المدمجة، الإنترنت و التليفزيون) بالرجوع إلى نظرية صدام الحضارات التي أشار إليها Samuel Huntington في دراسته وأورد فيها أن المستقبل سيشهد صداماً بين الغرب والمسلمين، وأظهرت الدراسة الميدانية التي أجريت على 328 من طلاب الجامعات أن 55% منهم أيدوا فكرة "الصدام"، كما أن استخدام المحتوى الديني من أجل الإشباعات الدينية الاجتماعية أثر إيجابياً على قبول هذه الفكرة، بينما أثر استخدام المحتوى الديني من أجل الإشباعات الدينية المرتبطة بالفرد سلباً على قبول تلك الفكرة (الصدام)، وتتناول الدراسة ما إذا كان تصنيفات الإشباعات المرتبطة باستخدام المحتوى الديني إلى إشباعات اجتماعية أو فردية ربما تتنبأ بالمستوى الكلي للاتجاهات الاجتماعية والسياسية على الأقل فيما بين المسلمين (23).

6-دراسة علي جمعة (2011)

استهدفت الدراسة محاولة التعرف على أثر شبكة المعلومات الدولية في الوعي الديني على الشباب الجامعي ، وذلك من خلال التعرف على نوعية المحتوى الذي تهتم بعرضه مواقع الدراسة وعلى مصادر المواد المقدمة في المواقع ، وما يستجد من استمالات في عرض موضوعاتها ، ومدى تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية من خلال مجموعة من المؤشرات، باستخدام منهجى المسح الإعلامى والمقارن، بالاعتماد على أدوات تحليل المضمون والاستبيان، وتوصلت إلى عدة نتائج منها: احتلت الموضوعات السياسية الترتيب الثاني بالدراسة التحليلية في حين أنها احتلت الترتيب الخامس بالدراسة الميدانية، وانفقت الموضوعات الخاصة بالسلوكيات السلبية نفس الترتيب بالدراستين، كما احتلت أيضاً الموضوعات الإيجابية بكلتا الدراستين نفس الترتيب، وأيضاً توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض للمواقع الإسلامية ودرجة الاستفادة بالموضوعات الدينية المتاحة على المواقع الإسلامية، فى حين اتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

درجات الاستفادة من المواقع الإسلامية في الموضوعات الدينية والتأثيرات المتحققة بعد التعرض (24).

7- دراسة (2008) J. Azizi & M. R. Javadi

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى رضا الجمهور عن البرامج الدينية المقدمة في إذاعة وتلفزيون طهران بعد انتصار الثورة الإسلامية في إيران، ودورها في القضاء على النهج الديني والثقافي المخالف لتعاليم الإسلام، والاستعاضة عنها بالبرامج الدينية الإسلامية، وتوصلت إلى أن البرامج قد صممت وفق سياسات تناسب آمال ومتطلبات المجتمع الديني في إيران، وأن أكثر من 75% من المبحوثين يعتقدون أن الناس توافق على مضمون البرامج الدينية، وهذه البرامج تؤدي دوراً هاماً في التأثير على البنية الدينية لدى الناس (25).

8- دراسة محمد محمد أحمد سابق (2003)

استهدفت الدراسة قياس دور الصحافة المصرية اليومية الصباحية في توعية الشباب المصري دينياً بقضايا المرأة بهدف استجلاء معالم الصورة التي ترسمها الصحافة المصرية للمرأة وقضاياها المستهدفة في الدراسة في مقابل ما يريده الشباب من صحافتهم في تناولها لقضاياهم الاجتماعية المهمة، باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات والاعتماد على منهج المسح الإعلامي والمقارن، وأظهرت النتائج أن هناك إقبالاً ملحوظاً بين المبحوثين على قراءة الصحف يلي ذلك مشاهدة التلفزيون ثم الاستماع إلى الإذاعة، مما يشير إلى أن الصحافة هي الوسيلة الإعلامية الأكثر استخداماً من الشباب عينة البحث، وتوصلت إلى أن هناك اختلافاً في حجم الاهتمام بتناول قضايا المرأة في الصحافة المصرية اليومية الصباحية من فترة لأخرى وذلك في إطار أولويات القضايا الاجتماعية المطروحة في المجتمع، كما ظهر أن تناول الصحف اليومية لقضايا المرأة من منظور أنها قضية نوعية لها حقوق وتعاين في بعض الحالات من التمييز ضدها وكأنها صراعاً بين جنسية رجل وامرأة رغم أنها قضية وطن يحلم بالتححرر والتقدم والتنمية والانصاف لكل فئاته بصرف النظر عن النوع فهي قضية مجتمع ككل (26).

9-دراسة عيسى بوعافية (2003):

هدفت الدراسة إلى اكتشاف المحتوى الدعوي لبعض المواقع الإسلامية الموجودة على الإنترنت، وذلك من خلال الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى المقدم ، سواء فيما يتعلق بالوضوعات التي يركز عليها القائمون على تلك المواقع، أو المصادر التي يستقون منها معلوماتهم وكذلك من خلال الكشف عن فنون الإقناع المستخدمة، باستخدام منهج المسح بالعينة، وبالاعتماد على تحليل المضمون لمواقع (موقع الشبكة الإسلامية، موقع نداء الايمان، وموقع دار الإسلام)، وتوصلت لعدة نتائج مفادها :- المواقع الإسلامية تستغل خدمات الإنترنت في التعريف بتعاليم الإسلام، بدل من الانشغال بالرد على الشبهات، كما أن من إيجابياتها تنويعها لمصادر معلوماتها، وكذا تعدد اللغات التي تعرض بها محتواها، وأيضاً توصلت إلى أن المواقع الإسلامية ليست في المستوى المأمول ، وإنما محاولات ارتجالية، فهي بعيدة كل البعد عن الحقيقة(27).

التعليق على الدراسات السابقة

1. تعد الدراسات السابقة التي تم اعتمادها دراسات مشابهة للدراسة الحالية ، وذات علاقة مباشرة بها، حيث تشترك معها في متغير أساسي، ألا وهو الوعي الديني والإعلام .
2. أشارت تلك الدراسات إلى دور وسائل الإعلام في بلورة ونشر الوعي والتثقيف الديني .
3. معظمها اعتمد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المبحوثين.
4. تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في عدة نقاط :- من ناحية الموضوع - حيث يدور موضوع الدراسة الحالية حول الصفحات الدينية على مواقع التواصل ودورها في نشر الوعي الديني لدى الشباب المصري، وأيضاً من ناحية المجال المكاني والزمني لتطبيق أداة جمع البيانات ، وكذا المداخل النظرية التي تم من خلالها التطرق للموضوع، حيث اعتمدت الباحثة مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، وبناء الخلفيات النظرية والمعرفية حيال العلاقة بين الإعلام الجديد والوعي الديني.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

5. تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في بناء أداة البحث المستخدمة (الاستبيان)، كما تمت الاستفادة من نتائج هذه الدراسات في صياغة مشكلة البحث وأهدافه.

أهمية الدراسة

إن لكل دراسة علمية أهميتها التي تحث الباحث على إجرائها، وتتبع أهميتها من عدة نقاط أساسية وهي :-

1- يأتي هذا البحث كمحاولة لبناء رؤية واقعية حول مستقبل نشر الثقافة الإسلامية والوعي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب باعتبارها ساحة جديدة يمكن للعلماء والمختصين والمهتمين بالفكر الإسلامي أن يسخروها لنشر هذا الفكر للعالم أجمع.

2 - يكتسب البحث أهميته في ظل التزايد الكبير والمستمر للصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي وجماهير المستخدمين لها ، وتعدد إهتماماتهم الأمر الذي بات ظاهرة تستدعي الدراسة والبحث.

3- تزايد دعوات تجديد الخطاب الديني والوعي الديني، إذ أصبحت من أهم النقاشات المطروحة على المستويات الوطنية والإقليمية وحتى الدولية، خاصة في ظل التحديات الراهنة التي تواجه الأمة الإسلامية من ظهور جماعات إرهابية تتخذ من الاسلام شعاراً لها ،وتسعى إلى تجنيد الشباب في صفوفها .

4- محاولة وضع تصور إعلامي واتصالي يضمن التعامل الإيجابي بين الإنسان ودينه، انطلاقاً من طرق استخدامه لموقع التواصل الاجتماعي ومحاولة الارتقاء بالعلاقات الإنسانية خلال التفاعل الطبيعي والتلقائي مع الأديان الأخرى.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب، ويمكن تحقيق هذا الهدف من خلال التعرف على :

1. معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والصفحات الدينية بصفة خاصة .

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

2. مدى ثقة المبحوثين في الصفحات الدينية على مواقع التواصل كمصدر للمعلومات الدينية .
3. الدور الذي تؤديه الصفحات الدينية في عملية التوعية الدينية.
4. المجالات التي ساهمت الصفحات الدينية في تمتيتها لدى المبحوثين، ووسائل تمتيتها .
5. التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الإيجابية المتكونة لدى المبحوثين .
6. تقييم المبحوثين للصفحات الدينية .
7. مقترحات المبحوثين لتطوير دور الصفحات الدينية في التوعية الدينية .

تساؤلات الدراسة :-

تسعي الدراسة إلى طرح عدد من التساؤلات التي تقيس الإجابة عليها أبعاد الدور الذي تقوم به الصفحات الدينية على مواقع التواصل في تنمية الوعي الديني لدى الشباب ، ويمكن اختصار هذه الأسئلة في الآتي:-

1. ما معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والصفحات الدينية بصفة خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي ؟
2. ما مدى ثقة المبحوثين في تلك الصفحات كمصدر للمعلومات الدينية ؟
3. ما ملامح الدور الذي تقوم به الصفحات الدينية في توعية الشباب دينياً ؟
4. ما المجالات التي ساهمت الصفحات الدينية في تمتيتها لدى المبحوثين، ووسائل تمتيتها ؟
5. ما أهم مظاهر التأثيرات الإيجابية للصفحات الدينية في نمو الوعي الديني لدى المبحوثين؟
6. ما تقييم المبحوثين للمضمون الديني المثار على الصفحات الدينية؟
7. كيف يمكن تطوير مضمون الصفحات الدينية على مواقع التواصل لتنمية الوعي الديني لدى الشباب ؟

فروض الدراسة :-

هناك مجموعة من الفروض تسعى الدراسة في شقها الميداني إلى التحقق من صحتها أو عدم صحتها:-

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

الفرض الأول :- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الباحثين للصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي وبين معدل تنمية الوعي الديني لديهم .

الفرض الثاني :- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل ثقة الباحثين في المضمون المثار على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي وبين معدل تنمية الوعي الديني لديهم.

الفرض الثالث :- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الباحثين للمضمون المثار على الصفحات الدينية وبين التأثيرات الإيجابية المتكونة لدى الباحثين .

الفرض الرابع :- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل ثقة الباحثين في المضمون الديني على الصفحات الدينية وبين التأثيرات الإيجابية المتكونة لدى الباحثين .

مناهج الدراسة :-

في إطار المشكلة البحثية التي تعالجها الدراسة وأهدافها البحثية، فإنها تعتمد على عدة مناهج :-

منهج المسح الإعلامي :- وتم استخدامه من خلال منهج المسح بالعينة لجمهور الشباب الذي يمثل شريحة عمرية كبيرة من المجتمع المصري، كمنهج أساسي في جمع وتحليل كافة البيانات والمعلومات من قبل الباحثين ، للتعرف على معدل متابعتهم للمضمون الديني على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى مقدار ثقتهم نحو المضمون المنشور كمصدر للحصول على المعلومات الدينية، وأوجه التأثيرات الإيجابية المتحققة لديهم من متابعة تلك الصفحات، وتقييمهم للمضمون المنشور ودوره في زيادة المعارف الدينية ، ومقترحاتهم لتطوير دور تلك الصفحات لزيادة التنقيف الديني والأخلاقي لدى الشباب.

منهج دراسة العلاقات المتبادلة :- حيث لم يتم الاكتفاء بمجرد الحصول على أوصاف الظاهرة وجمع المعلومات عنها، بل سعت الدراسة إلى تتبع العلاقات بين مختلف الحقائق ، بهدف فهم أعمق للظاهرة، وكذلك بهدف التعرف على العلاقات

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة موضع البحث باستخدام إحدى الطرق الرئيسية لمنهج العلاقات المتبادلة وهي الدراسات الارتباطية.

المقارنة المنهجية :- ويقتصر استخدامها على إجراء بعض المقارنات المنهجية البسيطة بين من ينتمون لفصيل سياسى دينى وغير المنتمين لفصيل، حيث يتيح هذا المنهج معرفة أوجه التشابه والإختلاف فيما يتعلق بملامح الدور الذى تقوم به الصفحات الدينية فى توعية الشباب دينياً وأخلاقياً لدى كل منهم .

نوع الدراسة : -وفقاً لطبيعة المشكلة البحثية المقترحة تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل ظاهرة معينة وهي الصفحات الدينية على مواقع التواصل ودورها فى تنمية الوعي الديني لدى الشباب ، وتمتد مجالاتها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة محل البحث أو الدراسة .

أداة جمع البيانات :-

ولغايات تحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة تستخدم في جمع البيانات عن طريق استئارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة للحصول منهم على أفكار وحقائق وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث، وقد اشتملت الاستمارة على 16 سؤال فضلاً عن البيانات الشخصية للمبحوثين، وتضمنت أسئلة مغلقة وأسئلة متعددة الإجابات، قسمت على أربع محاور - محور معدل التعرض للصفحات الدينية ، محور تقييم المبحوثين لدورها فى زيادة المعارف الدينية والمجالات التى ساهمت فيها، محور التأثيرات الإيجابية المتكونة لدى المبحوثين ، محور تقييم المبحوثين للصفحات الدينية ومقترحاتهم لتطوير دورها فى رفع الوعي الدينى ، كل محور تتضمن عدداً من الأسئلة لقياس متغيرات الدراسة، وبما يحقق أهداف البحث المختلفة، وتم تصميم الاستمارة بالاستعانة بالإطار النظري للدراسة، والدراسات السابقة، وتم ملء الاستمارات من خلال المقابلة المباشرة مع عينة الدراسة، فى شهرى مارس وأبريل لعام 2015 م، وبعد فرز الاستمارات وجد أن هناك عدداً منها غير صالحة علمياً، بما يعادل (21) استمارة .

مجتمع الدراسة وعينته :-

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري الذين تتراوح أعمارهم ما بين (17 إلى أقل من 35 سنة)، وتم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة بحيث تلبى احتياجات الدراسة وتخدم أهدافها، وتختبر فرضياتها وتجيب عن أسئلتها، وتمثل العينة في 420 مفردة، وتم استبعاد 21 استمارة لعدم استكمال بياناتها ، وبالتالي يصبح إجمالي العينة 399 مفردة ، وتم تقسيمها بناء على متغير الانتماء السياسي الديني للتعرف على تأثيره في تنمية الوعي الديني لديهم بناء على تعرضهم للمضمون المثار على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي، ويعزى ذلك إلى أن الخلفية السياسية الدينية قد تكون عاملاً فعالاً في تفكير الناس وتوجهاتهم ، لأن المنتمى لفصيل سياسي ديني لديه معلومات وثقافة تحكمه في الاتجاه السياسي الديني الذي يتبناه ، أي أن له إطار محدد من الفكر موجه باتجاه معين، بخلاف غير المنتمى لفصيل سياسي ديني يكون عنده معلومات وثقافة في اتجاه آخر وغير ملتزم بهذا الإطار في التفكير .

ويرجع السبب في اختيار تلك الفترة العمرية إلى عدة أسباب ومنها :-

تعد شريحة الشباب من أكبر الشرائح داخل المجتمع من حيث مجموع السكان وعنصر فاعل ومهم في قضايا التنمية الدينية، ولأنهم أكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات، وردود الفعل والتعليقات والتقييمات حول معظم الأمور في الحياة اليومية- بما في ذلك الدين⁽²⁸⁾، ولكونهم مصدراً أساسياً للتغيير، والتجديد وضخ الدماء الجديدة في مختلف البنيات القائمة⁽²⁹⁾ فالشباب بطبيعتهم عنصر تغير وتجديد⁽³⁰⁾.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

ويمكن توصيف العينة في الجدول التالي :-

جدول (1) يوضح البيانات الديموغرافية لعينة البحث

المتغيرات	ذكر		انثى		الانتماء السياسي الديني						
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة					
• النوع	ينتمي	154	78.6%	42	21.4%						
	لاينتمي	85	41.9%	118	58.1%						
	المجموع	239	59.9%	160	40.1%						
• السن	من 20-17		من 25-20		من 30-35						
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة					
	ينتمي	41	21.0%	74	37.9%	18	9.2%				
	لاينتمي	15	7.4%	35	17.2%	40	19.6%				
	المجموع	56	14.0%	109	27.3%	58	14.5%				
	متوسط		جامعي		فوق جامعي						
عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة						
ينتمي	56	29.3%	115	60.2%	20	10.5%					
لاينتمي	27	13.0%	166	79.8%	15	7.2%					
المجموع	83	20.8%	281	70.4%	35	8.8%					
• الوظيفة	أكاديمي		أعمال حرة		مهني		طالب		لا يعمل		
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
	ينتمي	15	7.7%	29	14.9%	71	36.6%	62	32.0%	17	8.8%
	لاينتمي	7	3.4%	102	49.8%	28	13.7%	54	26.3%	14	6.8%
المجموع	22	5.5%	131	32.8%	99	24.8%	116	29.1%	31	7.8%	
• مستوى الدخل	لا يوجد		أقل من 2000		من 2000-3000		من 3000 إلى 4000		أكثر من 4000		
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
	ينتمي	52	26.7%	44	22.6%	32	16.4%	32	16.4%	35	17.9%
	لاينتمي	16	7.8%	18	8.8%	25	12.3%	43	21.1%	102	50.0%
المجموع	68	17.0%	62	15.5%	57	14.3%	75	18.8%	137	34.3%	

باستقراء بيانات الجدول السابق يتضح أن معظم متصفحى الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي من الذكور، ومن الشريحة العمرية التي تقع في فئة ما بين 25 إلى 30 سنة ، وذوى مستوى تعليمي جامعي ، ومن أصحاب الأعمال الحرة، ومستوى دخلهم أكبر من 4000 جنييه، وقد أشار معظم الطلاب أنهم

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

يشتغلون إلى جانب دراستهم لتوفير احتياجاتهم ، ولذلك جاء عدد الذين لا يوجد لهم دخل نسبة منخفضة إلى حد ما، وبالنسبة للانتماء السياسي الديني جاء عدد المنتمين لفصيل سياسي ديني من الذكور، ومن الشريحة العمرية التي تقع ما بين فئة (20-25) سنة ، ومن الحاصلين على مؤهل جامعي ، ومن أصحاب المهن الحرة .

حدود الدراسة:-

الحدود الموضوعية :- تقتصر الدراسة على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي الديني لدى الشباب.

الحدود الزمنية :- وتمثلت في الفترة الزمنية التي تم فيها تطبيق الاستمارة على المبحوثين، حيث شملت شهري مارس وأبريل لعام 2015م .

الحدود البشرية :- تقتصر الدراسة على الشباب المصري.

اختبار الصدق

استخدمت الباحثة الصدق الخارجي (الظاهري) Face Validity لتحديد مدى مناسبة الاستبيان لما يقيس ولمن يطبق عليهم، من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والإحصاء*** ، للقيام بتحكيماها، لمعرفة آرائهم وملاحظاتهم حول الاستبيان وفقراته من حيث مدى ملائمة الفقرات لموضوع الدراسة، وصدقها في الكشف عن المعلومات المرغوبة للدراسة، وكذلك من حيث ترابط كل فقرة بالمحور المندرجة تحته، ومدى وضوح الفقرة وسلامة صياغتها ، واقتراح طرق تحسينها بالإشارة بالحذف أو البقاء ، أو تعديل العبارات والنظر في تدرج المقياس ، ومدى ملاءمته وغير ذلك مما يروونه مناسباً، وبناء على آراء المحكمين وملاحظاتهم تم تعديل صياغة مجموعة من العبارات ليكون الاستبيان صالحاً للتطبيق في شكله النهائي، فقد أبدوا ملاحظات قيمة عن العديد من المسائل الشكلية والمضمونية للاستبيان، كما تم إجراء اختبار قبلي على عينة من مجتمع الدراسة بلغ قدرها ٥ % للتأكد من وضوح أسئلة الاستبيان، وبناء على الاختبار ورأي المحكمين تم إعادة ترتيب بعض الأسئلة في الاستبيان، كما تم غلق الأسئلة المفتوحة.

اختبار الثبات

تمت إجراءات الثبات من خلال طريقة التطبيق وإعادة التطبيق على عينة استطلاعية مكونة من 40 مبحوث مشابهين لعينة البحث للتأكد من ثبات الاستبيان ، بعد

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

أسبوعين من تنفيذ الدراسة الميدانية، وتم حساب معامل الثبات بين الإجابتين عن طريق معامل ثبات ألفا (Alpha Crunbach)، وقد أظهر اختبار كرونباخ ألفا حصول فقرات الاستبيان على معامل ثبات قيمته 88%، وهذه قيمة مرتفعة نسبياً ما دامت تزيد عن 60% وهو ما يعد مؤشراً على ثبات الأداة، ويؤكد وضوح الاستمارة وصلاحياتها لجمع البيانات المطلوبة.

المعالجات الإحصائية المستخدمة

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها، وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS 20 لإجراء المعالجات الإحصائية التالية :-

- 1- مربع كاي لاختبار مدى وجود فروق دالة إحصائية بين المتغيرات .
- 2- معامل الارتباط (بيرسون) لقياس العلاقات الارتباطية بين المتغيرات.
- 3- معامل ثبات كرونباخ ألفا (Alpha Crunbach) للتأكد من صلاحية المقياس، ويعتمد على الاتساق والتناسق في إجابات المبحوثين على كل الأسئلة الموجودة، ويعطي فكرة عن اتساق الأسئلة مع بعضها البعض ومع كل الأسئلة بصفة عامة.
- 4- النسبة الترجيحية .

مفاهيم الدراسة :-

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمراً ضرورياً في البحث العلمي، ولذا قامت الباحثة بتحديد عدد من المفاهيم المستخدمة في البحث كما يلي :-

الدور : يقصد به الوظائف التي تقوم بها الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي وتكون إيجابية عندما تكون الوظائف إقناعية، وتكون سلبية حينما تشوه ما ينبغي إيصاله إلى الفرد.

الصفحات الدينية على مواقع التواصل: الصفحات التي تتناول أمور دينية على الفيسبوك تويتر واليوتيوب، سواء للدعاة، المؤسسات والهيئات الإسلامية الرسمية وغير رسمية، صفحات دينية عامة لا تتبع أشخاص ولا جهات بعينها.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

التنمية :- التغيير الذي تحدثه الموضوعات المنشورة على الصفحات الدينية على مستوى البنية الروحية والعقلية والاجتماعية والأخلاقية والسياسية والسلوكية للشباب المصري .

الوعي الديني :- هو إمام الشباب واستيعابهم لكافة المبادئ والحقائق الدينية والقدرة على الفهم الصحيح لأمر الدين وتحديد موقفهم الصحيح تجاه القضايا المثارة على الساحة في مختلف جوانب الحياة من منظور ديني، بحيث تمكنهم من التفاعل الإيجابي مع البيئة المحيطة به، والقدرة على تحديد موقفهم الصحيح تجاه قضية من القضايا أو مشكلة من المشكلات المرتبطة بهذه الأسس من الناحية المعرفية والوجدانية والسلوكية، وحماية الشباب من التيارات والأفكار والمعتقدات بتعاليمها وقيمها المنافية لقيم الإسلام ومعتقداته والتي يمكن أن يكون لها أثر مصاد علي الشباب المسلم.

الشباب:- فئة اجتماعية تشكل قطاعاً واسعاً من سكان مصر يتراوح عمرهما بين (17- 35) سنة .

وفي هذه الدراسة يتم التحقق من نمو درجة الوعي الديني لدى الشباب من خلال متابعتهم للصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تبني المجوتين للخطوات التالية (التعرض للمحتوى الذي تعرضه الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي، التفاعل مع المحتوى المثار، مقدار الثقة في المضمون المثار على صفحات تلك المواقع، التقييم الإيجابي للمضمون المنشور، ودوره في زيادة المعارف الدينية ، التأثيرات الناتجة عن التعرض لمحتوى تلك الصفحات (معرفية - وجدانية - سلوكية)، الوصول إلى أعلى درجات الوعي الديني من خلال مقترحات الشباب لتطوير المضمون المثار على تلك الصفحات).

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

النتائج العامة للدراسة :

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الأول :

مامعدل متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والصفحات الدينية بصفة خاصة؟

جدول (1) يوضح النسبة الترجيحية وكما² لمعدل حساب عينة البحث على مواقع

التواصل الاجتماعي

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني		نعم		لا		المجموع	
		عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
1	هل لديك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي	ينتمي	181	45.3%	10	2.5%	191	47.9%	
		لاينتمي	197	49.3%	11	2.7%	208	52.1%	
		المجموع	378	94.7%	21	5.2%	399		
		2 ^ا	0.68	0.05	0.72				

قيمة كا² الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 = 3.840 دال*

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين عدد من ينتمي لفصيل سياسي ديني وعدد من لا ينتمي في إنشاء حساب على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة من لديهم حساب على مواقع التواصل الاجتماعي 94.7% من عينة البحث، بنسبة 45.3% للمنتمين لفصيل سياسي ديني، و49.3% لغير المنتمين، كما لا يوجد اختلاف دال بين عدد من ينتمي لفصيل وعدد من لا ينتمي، حيث بلغت نسبة من ينتمي 47.9% ومن لاينتمي 52.1% من العدد الكلي للعينة.

وهذا مؤشر على ارتفاع أعداد المبحوثين الذين يملكون حساب على مواقع التواصل الاجتماعي؛ نظراً للمميزات الهائلة التي توفرها تلك المواقع لمستخدميها من التواصل في أي وقت وفي أي مكان في العالم، ولسهولة استخدامها، ولتنوع الأخبار والمعلومات عليها، ولتحديثها باستمرار، ولطرحها الجريء للقضايا، ولعدم وجود رقابة عليها، ولتكوين الصداقات والتواصل معها، ولما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية مما شجع الشباب على الإقبال المتزايد عليها وخصوصاً موقع الفيس بوك، فقد أصبحت شهرتها واسعة، وكثر التعامل معها بين الناس؛ وأصبحت متنفساً لكل فئات المجتمع، متخطية نمط الاتصال التقليدي، حيث يتواصلون عبر هذه

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

المواقع للتعرف على بعضهم، وإرسال رسائل، وتلقي الأخبار والموضوعات، وكل ما هو جديد على الساحة، باعتبارها منصة اجتماعية ومعلوماتية واسعة. وقد استبعدت الباحثة عدد 21 فرد من عينة البحث؛ لعدم وجود حساب لديهم على مواقع التواصل الاجتماعي ليصبح عدد العينة 378 فرد.

جدول (2) يوضح النسبة الترجيحية وكا² لمعدل متابعة عينة البحث للصفحات الدينية على مواقع التواصل

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني		دائماً		أحياناً		نادراً		لا		كا ²	
		عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
2	هل تتابع الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي	19	10.5%	120	66.3%	31	17.1%	11	6.1%	181	47.9%	169.1*	47.9%
	لا يتابع الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي	29	14.7%	74	37.6%	57	28.9%	37	18.8%	197	52.1%	25.0*	52.1%
	المجموع	48	12.7%	194	51.3%	88	23.3%	48	12.8%	378		141.9*	
	كا ²	2.1		10.9*		7.7		14.01*		0.68			

قيمة كا² الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية 0.05 = 3.84 دال*

يتضح من الجدول السابق ارتفاع أعداد المبحوثين الذين يتابعون الصفحات الدينية على مواقع التواصل بنسبة بلغ مقدارها 78.2% للكل، تراوحت ما بين (دائماً، أحياناً، نادراً) وكانت أعلى نسبة متابعة للاختيار أحياناً بنسبة 66.3% لمن ينتمي لتيار سياسي ديني و37.6% لمن لا ينتمي من العدد الكلي للعينة، أي إن معدل متابعة تلك الصفحات يغلب عليه المتابعة بدرجة أحياناً بنسبة بلغ مقدارها 51.3% للكل، كما تبين وجود اختلافات دالة إحصائياً بين عدد من يتابع المضمون المثار على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للانتماء السياسي الديني ، حيث تبين وجود فروق في عدد من لا يتابع المضمون الديني على مواقع التواصل لصالح من لا ينتمي لفصيل سياسي ديني، فمواقع التواصل تم توظيفها في شتى المجالات، ومنها الدينية، فظهر العديد من الصفحات الدينية على الفيسبوك - تويتر - اليوتيوب، حتى أصبحت من الأولويات المهمة لدى الكثير من المؤسسات والهيئات والوزارات الدينية المختلفة حتى الدعاة من أجل إيصال رسالتها الدينية للآخرين، وتوظيفها في مجال الدعوة الإسلامية وخدمة قضايا

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

الأمة، وبالتحدث مع عينة الدراسة اتضح أن من أكثر الصفحات إقبالاً عليها: إسلام أون لاين ، وصفحة برنامج خواطر الإمام ، صفحة أهل القرآن، الإسلام اليوم ، طريق الإسلام، الشبكة الإسلامية، صفحة الداعية عمرو خالد ،صفحة نداء الإيمان ، طريق الدعوة ، شبكة نور الإسلام ،الإسلام سؤال وجواب، طريق الحقيقة،صفحة إسلاميات ، صفحة الشيخ ياسر بن راشد الدوسري ، الشيخ الدكتور غازي التوبة، الإسلام ديني ، ملتقى العقيدة والمذاهب المعاصرة ، صيد الفوائد ، وصفحات (Islamic knowledge, Der wahre Islam) باللغة الإنجليزية.

وقد استبعدت الباحثة عدد 48 فرداً من عينة البحث؛ لعدم متابعتهم الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي ليصبح عدد العينة 330 فرداً منهم 170 ينتمون لفصيل سياسي ديني و160 فرداً لا ينتمون، وهذا مؤشر على ارتفاع متابعة الصفحات الدينية على مواقع التواصل ويعزى ذلك لكثرتها من ناحية ، ولما تقدمه من مواد وموضوعات تفيد الإنسان المسلم في كافة مجالات الحياة ، ولبساطة اللغة المستخدمة ، ولعتمادها على الاستراتيجيات الاتصالية والإقناعية المبسطة التي تساعد في حل كافة المشاكل التي تواجه الإنسان ، لأنها تعالج قضايا مهمة وعصرية تمس اهتمام مختلف شرائح المجتمع ، وتعالج بعض مشكلات مختلف الفئات العمرية. وتتفق تلك النتيجة مع دراسة (علي جمعة) التي أشارت إلى زيادة حجم تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية بنسبة 81% (31).

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (3) يوضح النسبة الترجيحية وكا² لكيفية متابعة عينة البحث للمضمون

المثار على الصفحات الدينية

كيف تتابع المضمون الديني علي الصفحات الدينية بمواقع التواصل الاجتماعي ؟

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني	نعم		لا		الترتيب	الدرج	لا ينتمي	الدرج
			عدد	نسبة	عدد	نسبة				
1	التعليق على المضمون المثار على الصفحات الدينية	ينتمي	48	14.5%	112	33.9%	3	5	5	5
		لا ينتمي	26	7.9%	144	43.6%				
		المجموع	74	22.4%	256	77.6%				
		كا ²			4.00*					
2	أتابع الصفحات الرسمية لبعض الدعاة والمؤسسات	ينتمي	49	14.8%	111	33.6%	2	1	1	1
		لا ينتمي	67	20.3%	103	31.2%				
		المجموع	116	35.2%	214	64.8%				
		كا ²			0.30					
3	أشارك بعض المضامين الدينية على صفحتي	ينتمي	45	13.7%	115	35.0%	4	3	3	3
		لا ينتمي	48	14.6%	122	37.0%				
		المجموع	93	28.3%	237	71.7%				
		كا ²			0.15					
4	أسجل إعجابي بمشاركة الأعضاء من المحتوى الديني	ينتمي	51	15.5%	109	33.0%	1	2	2	2
		لا ينتمي	60	18.2%	110	33.3%				
		المجموع	111	33.6%	219	66.4%				
		كا ²			0.00					
5	كل ماسبق.	ينتمي	38	11.5%	122	37.0%	5	4	4	4
		لا ينتمي	45	13.6%	125	37.9%				
		المجموع	83	25.2%	247	74.8%				
		كا ²			0.04					

قيمة كا² الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية 0.05 = 3.84 دال*

من خلال استعراض بيانات الجدول السابق يتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين من ينتمون لفصيل سياسي ديني وبين من لا ينتمون في متابعة الصفحات الدينية على مواقع التواصل لصالح من ينتمون لفصيل، بينما كانت أهم الطرق التي يستخدمها المنتمون لفصيل سياسي ديني لمتابعة المضمون الديني هي تسجيل الإعجاب بمشاركة الأعضاء بالمحتوى الديني بنسبة 15.5% ثم متابعة الصفحات الرسمية لبعض الدعاة والمؤسسات بنسبة 14.8% ثم التعليق على المضمون المثار على الصفحات الدينية، ثم مشاركة بعض المضامين الدينية على صفحتي

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

بنسبة 13.7%، على حين احتلت فئة كل ماسبق المرتبة الأخيرة بنسبة 11.5%، بينما اهتم غيرالمنتمين لفصيل سياسى دينى بمتابعة الصفحات الرسمية لبعض الدعاة والمؤسسات بنسبة 20.3% ثم تسجيل الإعجاب بمشاركات الأعضاء بالمحتوى الدينى بنسبة 18.2% ثم مشاركة بعض المضامين الدينية على صفحتى. وبالنسبة لعينة البحث ككل كانت متابعة الصفحات الرسمية لبعض الدعاة والمؤسسات أهم طرق متابعة المضمون الدينى بنسبة 35.2%، ثم تسجيل الإعجاب بمشاركات الأصدقاء من المحتوى الدينى بنسبة 33.6%، وفى ضوء النتائج السابقة يلاحظ وجود تفاعل بين المبحوثين وبين المضمون المثار على تلك الصفحات، واختلفت درجة التفاعل طبقا لانتفاء السياسى الدينى ما بين (المتابعة للمضمون المثار على تلك الصفحات، التعليق على المضمون ، تسجيل الاعجاب ، مشاركة الحالة) ويرجع تصدر المتابعة للمضمون المثار على الصفحات الدينية فى المرتبة الأولى ؛لأن المتابعة أشمل من كافة الأشكال التفاعلية الأخرى،فهى تتيح فوائد عديدة للمتصفح ومنها: الحصول على الاستشارات الدينية،معرفة رأى الدين فى القضايا المعاصرة فى مختلف المجالات،تكوين صداقات جديدة من خلال تلك المواقع،التعرف على توجهاتها الدينية،تكوين رأى عام حول القضايا المثارة على الساحة من الزاوية الدينية ،قضاء وقت الفراغ،الاستزادة من المعلومات الدينية.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (4) يوضح النسبة الترجيحية وكا² للأوقات التي يزيد فيها استخدام المبحوثين للصفحات الدينية كمصدر للمعلومات الدينية

ما الأوقات التي يزيد فيها استخدامك للصفحات الدينية كمصدر للمعلومات الدينية ؟

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني	نعم		لا		كا ²	الترتيب	
			عدد	نسبة	عدد	نسبة		ينتمي	لا ينتمي
1	في المناسبات الدينية	ينتمي	28	8.5%	132	40.0%	2	2	2
			32	9.7%	138	41.8%			
			60	18.2%	270	81.8%			
			0.27		0.13				
2	عند وقوع أحداث تهم العالم الإسلامي	ينتمي	105	31.8%	55	16.7%	1	1	1
			111	33.6%	59	17.9%			
			216	65.5%	114	34.5%			
			0.17		0.14				
3	لا يوجد وقت محدد	ينتمي	13	3.9%	147	44.5%	3	3	3
			15	4.5%	155	47.0%			
			28	8.5%	302	91.5%			
			0.14		0.21				
4	في كل الأحوال تقريبا	ينتمي	14	4.2%	146	44.2%	4	4	4
			12	3.6%	158	47.9%			
			26	7.9%	304	92.1%			
			0.15		0.47				

قيمة كا² الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية 0.05 = 3.84 دال*

يتبين من بيانات الجدول السابق أنه يتم استخدام الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية عند وقوع أحداث تهم العالم الإسلامي بنسبة 65.5% وهو الاختيار الأول سواء لدى المنتمين لفصيل سياسي ديني أو غير المنتمين، ثم في المناسبات الدينية بنسبة 18.2%، وهذا مؤشر على أن الأحداث المهمة الدينية تعد من أكثر المناسبات لزيادة تعرض المبحوثين لمتابعة الصفحات الدينية على مواقع التواصل، ويرجع ذلك لسرعة تغطيتها للأحداث والأخبار بالشرح والتحليل، والمتابعة المستمرة لها، بالإضافة إلى إمكاناتها التي تتيحها للأفراد في التفاعل مع الأحداث والإدلاء بالرأى فيها، فيزيد من فرص الإقبال عليها، وللتعرف على وجهة نظرها في تبنى القضايا المثارة.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

وفى ضوء النتائج السابقة يتضح عدم وجود فروق بين من ينتمى أولاً ينتمى لفصيل سياسى دينى فى أوقات استخدام الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية.

جدول (5) يوضح النسبة الترجيحية وكا² لمعدل تصفح الصفحات الدينية على

مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة البحث

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني			أكثر من ساعة		ساعة		أقل من ساعة	
		عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
1	ما معدل تصفحك للصفحات الدينية؟	ينتمى	30	9.1%	32	9.7%	98	29.7%	56.2*	2كا
		لا ينتمى	39	11.8%	33	10.0%	98	29.7%	45.5*	
		المجموع	69	20.9%	65	19.7%	196	59.4%	100.9*	
		2كا			1.2		0.02		0.0	

قيمة كا² الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية 0.05 = 3.84 ، دال* دال

يتضح من مؤشرات الجدول السابق أن أكبر معدل لتصفح الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي هو أقل من ساعة بنسبة 59.4% وبدرجة دالة إحصائياً عن باقى المعدلات لدى كل أفراد العينة، وهذا مؤشر على انخفاض الوقت الذى يقضيه المتصفح لتلك الصفحات إلى حد ما، وباستطلاع آراء بعض العينة اتضح أن ذلك يرجع إلى : عدم تحديث محتواها باستمرار، وإلى اعتمادهم على مصادر أخرى فى التعرف على المسائل الدينية إلى جانب تلك الصفحات، كالبرامج الدينية فى القنوات الفضائية، والصفحات الإسلامية فى الصحف، والمواقع الإسلامية المتاحة على شبكة الإنترنت، ولأن معظم الموضوعات المطروحة على تلك الصفحات مكررة ومتداخلة رغم اختلاف تسمياتها، وباختبار كا² يتضح عدم وجود فروقاً دالة إحصائياً بين معدل تصفح الصفحات الدينية لدى من ينتمى أو لا ينتمى لفصيل، أى إن عامل الانتماء السياسى الدينى عنصر غير مؤثر فى معدل تصفح الصفحات الدينية.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (يسرى فهمى) التى توصلت إلى تصدر فئة أقل من ساعة المرتبة الأولى من إجمالى الوقت الذى يستغرقه الشباب الجامعى فى الإطلاع على الصحف الإسلامية(32) ومع دراسة (علي جمعة) التى أشارت إلى تصدر التعرض للمواقع الإسلامية المرتبة الأولى (أقل من ساعة) من إجمالى الوقت الذى يستغرقه المبحوثون فى التعرض للمواقع الإسلامية(33).

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الثاني : -

ما مدى ثقة الباحثين في الصفحات الدينية على مواقع التواصل كمصدر للمعلومات الدينية؟

جدول (6) يوضح النسبة الترجيحية وكا² لدرجة ثقة الباحثين في الصفحات الدينية كمصدر للمعلومات

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني		بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		لا أتق	
		عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
1	ما مدى ثقتك بما تقدمه الصفحات الدينية من معلومات عن القضايا الدينية؟	ينتمي	22	6.7%	126	38.2%	12	3.6%	149.5*
		لا ينتمي	28	8.5%	123	37.3%	19	5.8%	117.2*
		المجموع	50	15.2%	249	75.5%	31	9.4%	265.1*
		كا ²			0.72		1.58		

قيمة كا² الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية 0.05 = 3.84 دال*

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق دالة بين من ينتمي لفصيل سياسى دينى وغير المنتمى فى ارتفاع أعداد الباحثين الذين يتقون فى المعلومات المنشورة على الصفحات الدينية، وتراوحت درجات الثقة ما بين بدرجة كبيرة وبدرجة متوسطة، حيث وصل عدد الباحثين الذين يتقون فى الصفحات الدينية 299 مبحوثاً بواقع 90.6% منهم 148 منتمياً لفصيل و151 غير منتمياً، بينما بلغ عدد الباحثين الذين لا يتقون فى تلك الصفحات 31 مبحوثاً بواقع 9.4%، منهم 12 مبحوثاً منتمياً لتيا رسياسى دينى و19 غير منتمياً لتيار سياسى دينى، وهذا مؤشر على أن تلك الصفحات بما تنشره من معلومات وأخبار تحظى بمصداقية لدى متصفحها؛ لاعتمادها على الأدلة والبراهين النبوية وعلى القرآن الكريم فى شرح القضايا التى تتناولها، وربطها بواقع الحياة المعاصر، مما يساهم فى فهم الرؤى الدينية الصحيحة للقضايا والأحداث.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (إسلام حجازى) التى توصلت إلى أن ثقة الباحثين فى المعلومات والبيانات الدينية المثارة على شبكة الإنترنت يتقون فيها بمعدل أحيانا ، ثم من يتقون فيها بمعدل دائماً، وأخيراً ممن لا يتقون فيها⁽³⁴⁾.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (7) يوضح النسبة الترجيحية وكا2 لأسباب عدم ثقة المبحوثين في

الصفحات الدينية كمصدر للمعلومات عن القضايا الدينية

لمن أجاب بلا:-

لماذا لا تثق فيما تقدمه تلك الصفحات من معلومات عن القضايا الدينية على مواقع التواصل؟ ن = 31

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني	نعم		لا		كا2	الترتيب	
			عدد	نسبة	عدد	نسبة		ينتمي	لا ينتمي
1	لأنها منفصلة عن الواقع وتتناول الأمور بسطحية	ينتمي	2	6.5%	10	32.3%	5.33*	4	4
			3	9.7%	16	51.6%	8.89*		
			5	16.1%	26	83.9%	14.23*		
			2.00		1.38				
2	لأنها لا تهتم بالتوازن في عرض وجهات النظر	ينتمي	8	25.8%	4	12.9%	1.33	2	2
			8	25.8%	11	35.5%	0.47		
			16	51.6%	15	48.4%	0.03		
			0.00		3.27				
3	لأنها تدعو للمذهبية والطائفية	ينتمي	10	32.3%	2	6.5%	5.33*	1	1
			11	35.5%	8	25.8%	0.47		
			21	67.7%	10	32.3%	3.90*		
			0.05		3.60				
4	لاختلاف آراء الدعاة حول الموضوع الواحد	ينتمي	8	25.8%	4	12.9%	1.33	3	3
			6	19.4%	13	41.9%	2.58		
			14	45.2%	17	54.8%	0.29		
			0.29		4.76				
5	أخرى تذكر	ينتمي	2	6.5%	10	32.3%	5.33*	4	4
			3	9.7%	16	51.6%	8.89*		
			5	16.1%	26	83.9%	14.23*		
			2.00		1.38				

قيمة كا2 الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية $0.05 = 3.84$ دال*

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أهم أسباب عدم ثقة المبحوثين فيما تقدمه الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات دينية هو دعوتها للطائفية والمذهبية بنسبة 67.7% لدى الكل وبنسبة 32.3% لمن ينتمون لفصيل سياسى دينى وبنسبة 35.5% لمن لا ينتمون، ثم لأنها لا تهتم بالتوازن في عرض وجهات النظر بنسبة 51.6% لدى الكل وبنسبة 25.8% للمنتمين وبنسبة 25.8% لغيرالمنتمين لفصيل، ثم لاختلاف آراء الدعاة حول الموضوع الواحد بنسبة 45.2% لدى الكل وبنسبة 25.8% للمنتمين وبنسبة 19.4% لغير المنتمين، تلتها

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

فنتى لأنها منفصلة عن الواقع وتتناول الأمور بسطحية، وأخرى تذكر بنسبة 16.1% في المرتبة الأخيرة ، وبالتحدث مع عينة الدراسة أشاروا إلى أن بعض الصفحات الدينية (كشبكة الإسلام الحق ،صيد الفوائد) باتت بمثابة الأرض الخصبة لترويج الإشاعات التي تتعلق بالرموز الدينية، ويغلب عليها الخلط الفكري والنقاشات الحادة والمشاحنات، حيث لا توجد وحدة فكرية أو على الأقل خطوط رئيسية مشتركة فيما يتم نشره على تلك الصفحات، وتتبع منهج الغلو والإفراط في عرض بعض القضايا الدينية، كما تتناول موضوعات بعيدة عن الواقع المعاش، ومعلوماتها سطحية، كما تقوم بنشر مواد ليست لها أية أهمية، والتحدث في أمور ليس لها قيمة ولا فائدة ، حيث يكتب في بعض الصفحات الدينية من لم يتخصص في هذا المجال ويثير الشبهات حول الدين، كما يغلب عليها العشوائية والفوضوية والارتجالية، فتلك النقاط كانت من ضمن أسباب عدم ثقة الباحثين في تلك الصفحات كمصدر للحصول على المعلومات الدينية .

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (8) يوضح النسبة الترجيحية وكا² لأسباب ثقة المبحوثين في الصفحات

الدينية كمصدر للمعلومات

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني	نعم		لا		كا ²	الترتيب
			عدد	نسبة	عدد	نسبة		
1	لتوثيق معلوماتها واستشهادها بالأدلة والبراهين النبوية	ينتمي	102	34.1%	46	15.4%	21.19	1
		لا ينتمي	96	32.1%	55	18.4%	11.13	
		المجموع	198	66.2%	101	33.8%	31.47	
		كا ²	0.18	0.80				
2	لنتناولها قضايا معاصرة في الآراء والتحليلات التي تطرحها	ينتمي	101	33.8%	47	15.7%	19.70	2
		لا ينتمي	97	32.4%	54	18.1%	12.25	
		المجموع	198	66.2%	101	33.8%	31.47	
		كا ²	0.08	0.49				
3	لاتباعها الموضوعية في التغطية الإعلامية للقضايا التي تطرحها	ينتمي	49	16.4%	99	33.1%	16.89	3
		لا ينتمي	41	13.7%	110	36.8%	31.53	
		المجموع	90	30.1%	209	69.9%	47.36	
		كا ²	0.71	0.58				
4	لجدية القضايا والأحداث التي تهتم بالتركيز عليها	ينتمي	32	10.7%	116	38.8%	47.68	4
		لا ينتمي	40	13.4%	111	37.1%	33.38	
		المجموع	72	24.1%	227	75.9%	80.35	
		كا ²	0.89	0.11				
5	أخرى تذكر	ينتمي	5	1.7%	143	47.8%	128.68	5
		لا ينتمي	4	1.3%	147	49.2%	135.42	
		المجموع	9	3.0%	290	97.0%	264.08	
		كا ²	0.11	0.06				

قيمة كا² الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية 0.05 = 3.84 دال*

باستقراء بيانات الجدول السابق يتضح أن أهم أسباب ثقة المبحوثين فيما تقدمه الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات دينية هو توثيق معلوماتها واستشهادها بالأدلة والبراهين النبوية بنسبة 66.2% لدى الكل ونسبة 34.1% لمن ينتمي لفصيل سياسي ديني ونسبة 32.1% لمن لا ينتمي، ثم لتناولها قضايا معاصرة في الآراء والتحليلات التي تطرحها بنسبة 62.2% لدى الكل ونسبة 33.8% لدى المنتمين ونسبة 32.4% لمن لا ينتمون، ثم لاتباعها الموضوعية في التغطية الإعلامية للقضايا التي تطرحها بنسبة 30.1% لدى الكل

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

وبنسبة 16.4% لدى من ينتمون لفصيل وبنسبة 13.7% لمن لا ينتمون، ثم لجدية القضايا والأحداث التي تهتم بالتركيز عليها بنسبة 24.1% لدى الكل وبنسبة 10.7% لدى المنتمين، وبنسبة 13.4% لغير المنتمين، في حين جاءت أقل فئة لصالح فئة أخرى تذكر، وباستقراء آراء المبحوثين اتضح أن تلك الصفحات ركزت على قضايا العالم الإسلامي بأسلوب متميز في الطرح والأداء، كما أولت اهتماماً بقضايا الأمة بالشرح والتحليل سواء من خلال الأخبار والتحليلات الإخبارية والمقالات والصور والبحوث والوثائق والدراسات، موثقة بالأدلة والبراهين النبوية وأقوال الصحابة، كما أنها تتبنى المنهج الشمولي في فهم الإسلام الذي يجمع بين العقيدة والشريعة والسلوك والحركة والبناء الحضاري من خلال منهج أصولي سليم، كما ساهمت في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع القائمة.

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الثالث :

مالدور الذي توديه الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية؟

جدول (9) يوضح النسبة الترجيحية وكا2 لدور الصفحات الدينية في التوعية الدينية

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني		إيجابي		متوازن		سلبى	
		عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
1	ينتمى	43	13.0%	105	31.8%	12	3.6%	84.1*	
	لا ينتمى	35	10.6%	108	32.7%	27	8.2%	70.3*	
	المجموع	78	23.6%	213	64.5%	39	11.8%	151.6*	
	كا2			0.82		0.04		5.77*	

قيمة كا2 الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية $0.05 = 3.84$ دال*

باستقراء بيانات الجدول السابق يلحظ عدم وجود فروق دالة بين من ينتمى لفصيل سياسى دينى وغير المنتمين فى ارتفاع معدل التقييم المتوازن حول دور الصفحات الدينية فى التوعية الدينية، حيث جاءت فى المرتبة الأولى فئة متوازن بدرجة دالة إحصائياً لدى الكل سواء من ينتمون أو لا ينتمون لفصيل دينى سياسى، وبنسبة 64.5%، بينما يرى 23.6% أنه دور إيجابى و11.8% أنه دور سلبى، وهذا مؤشر على لعب تلك الصفحات دوراً إيجابياً متوازناً فى عملية التوعية الدينية لدى

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

المبوحثين، ويرجع إلى المعلومات المتداولة عليها منطلقاً من تقييمها للأحداث من وجهة نظر إسلامية صحيحة، وتحليلها للأنشطة الدينية ومعالجتها من منظور حضاري، ولشموليتها حيث تجمع فيها الأخبار والتقارير والتحليلات والدعوة، والفتوى، والحوار، وشؤون الأسرة والمرأة والشباب، والمعاملات المالية، والعلاقات الاجتماعية، والتعريف بقضايا الأمة ونشر التقارير التي تساهم في شرح ونشر الإسلام من خلال حملات التوعية بالمخاطر والتحديات التي تواجه الدين والأمة الإسلامية من كافة الاتجاهات والتصدي لأشكال الفكر المتطرف الذي لا يؤدي إلا إلى تشويه صورة الإسلام السمحة، بالتسلح بالعلم النافع المبني على الحقائق الشرعية والوعي الديني والمعرفة والحوار الهادف البناء، وذلك من خلال العمل على تصحيح المفاهيم المغلوطة، وتعديل السلوك الخاطئ، حيث تساهم في إشاعة الوعي الإيجابي عند أبناء المجتمع تجاه مختلف القضايا الفردية أو الجماعية سواء كان ذلك بطريقٍ مباشرٍ أم غير مُباشرٍ.

جدول (10) يوضح النسبة الترجيحية وكا² لدور الصفحات الدينية في رفع

المستوى الثقافي والمعارف الدينية لدى المبوحثين

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني		إلى حد كبير		إلى حد ما		لا	
		عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
1	هل ساهم تعرضك لتلك الصفحات في رفع مستوى ثقافتك ومعارفك الدينية؟	ينتمي	29	8.8%	118	35.8%	13	3.9%	120.0*
		لا ينتمي	36	10.9%	107	32.4%	27	8.2%	67.8*
		المجموع	65	19.7%	225	68.2%	40	12.1%	183.2*
		كا ²		0.75	0.54	4.9*			

قيمة كا² الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية $0.05 = 3.84$ دال*

من مؤشرات الجدول السابق يتضح عدم وجود فروق دالة بين المنتمين لفصيل سياسي ديني وغير المنتمين في ارتفاع معدل مساهمة الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الثقافة والمعارف الدينية لدى المبوحثين بنسبة 87.9% بواقع 290 مبوحثاً منهم 147 منتمياً لفصيل و143 غير منتمى، وتراوحت درجة المساهمة ما بين إلى حد كبير، إلى حد ما ، واحتلت فئة (إلى حد ما) المرتبة الأولى لدى الكل بدرجة دالة إحصائياً وبنسبة 68.2% ولمن ينتمون لفصيل سياسي ديني بنسبة 35.28%، ولمن لا ينتمون بنسبة 32.4%، على حين جاءت في

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

المرتبة الأخيرة عدم مساهمة الصفحات الدينية في رفع مستوى الثقافة الدينية بنسبة 12.1% بواقع 40 مبحوثاً، وقد يعزى ذلك إلى أنها تهتم في الأساس بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن الثقافة الدينية، متناولة كافة فئات المجتمع وعناصره كالأسرة، الشباب، والمرأة، وتسعى لحل مشاكلهم والرد على استفساراتهم، والعمل على الحفاظ على التراث الإسلامي وإحيائه ونشره، فهي تعد بمثابة خزانة معلوماتية نابغة من دين وثقافة المجتمع العربي يوجد فيها الدروس العلمية، والمحاضرات المنهجية، التي تقيد متصفحها فيما يشكل عليه في أمور دينه، تجمع فكرتها ورؤيتها على أسس معلوماتية دقيقة، مع توظيفها لأكثر من وسيلة في عرض موادها، والعمل على إزالة المظاهر المخالفة للشريعة، فهي تعد مركزاً للفتوى، وداراً للشورى وتبادل الآراء، ومنبراً إعلامياً دينياً، ومكاناً لعقد الاجتماعات والندوات الدينية، ومنتدى للثقافة ونشر الوعي بين الناس، فهي بمثابة مكان للتعليم والتوعية الشاملة التي يستفيد منها جميع أفراد المجتمع على اختلاف مستوياتهم، وأعمارهم، وثقافتهم.

وتتفق تلك النتيجة مع ما أشار إليه (Lövheim, M) من أن وسائل الإعلام الجديدة تمكن الشباب من بناء هويتهم الدينية بناء على المعلومات المتاحة على الإنترنت، والتي يسعون من خلالها إلى تحقيق التوازن بين معتقداتهم الدينية وثقافتهم الشعبية، لأنها تتيح لهم التفاوض مع الآخرين في بيئة تحتوي على وجهات النظر المتنوعة، فضلاً عن سهولة الوصول إلى المعلومات، وخلق صورة عامة للأديان (35).

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (11) يوضح النسبة الترجيحية وكالعدم مساهمة الصفحات الدينية في زيادة الوعي والمعارف الدينية

من وجهة نظرك لماذا لا تساهم الصفحات الدينية في زيادة وعيك ومعارفك الدينية؟ ن = 40

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني	نعم		لا		الترتيب	لا ينتمي	الكل
			عدد	نسبة	عدد	نسبة			
1	لافتقارها لمنهجية التجديد والبحث في العمق في الموضوعات المطروحة	ينتمي	8	20.0%	5	12.5%	2	2	2
		لا ينتمي	11	27.5%	16	40.0%			
		المجموع	19	47.5%	21	52.5%			
		كالعدم	0.47		5.76				
2	لاشغالها بالشكليات والأمور الهامشية بدلاً من بلورتها رؤية دينية إعلامية حقيقية	ينتمي	12	30.0%	1	2.5%	1	1	1
		لا ينتمي	20	50.0%	7	17.5%			
		المجموع	32	80.0%	8	20.0%			
		كالعدم	2.00		4.50				
3	لميل خطابها الديني إلى رفض الحضارة الغربية ولعدم مهنية محتواها	ينتمي	8	20.0%	5	12.5%	2	2	2
		لا ينتمي	11	27.5%	16	40.0%			
		المجموع	19	47.5%	21	52.5%			
		كالعدم	0.47		5.76				
4	لبعد خطابها الديني عن الواقع الحياتي المعاصر	ينتمي	6	15.0%	7	17.5%	3	3	3
		لا ينتمي	8	20.0%	19	47.5%			
		المجموع	14	35.0%	26	65.0%			
		كالعدم	0.29		5.54				

قيمة كالعدم الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية $0.05 = 3.84$ دال

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المنتمين لفصيل سياسى دينى وغير المنتمين في ترتيب أسباب عدم مساهمة الصفحات الدينية في زيادة الوعي والمعارف الدينية لديهم ، حيث تصدر سبب انشغالها بالشكليات والأمور الهامشية بدلاً من بلورتها رؤية دينية إعلامية حقيقية المرتبة الأولى بنسبة 80% لكل، وبنسبة 30% للمنتمين لفصيل دينى ، وبنسبة 50% لغير المنتمين من إجمالي قائمة الأسباب ، يليها في المرتبة الثانية بنسبة مشتركة سبب ميل خطابها الديني إلى رفض الحضارة الغربية ولعدم مهنية محتواها، افتقارها لمنهجية التجديد والتحديث والبحث في العمق في الموضوعات المطروحة بنسبة 47.5% لكل، يليها في المرتبة الأخيرة سبب بعد خطابها الديني عن الواقع الحياتي المعاصر بنسبة 35.0% لكل، وبنسبة 15% للمنتمين و 20 لغير المنتمين .

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

وفى ضوء النتائج السابقة يتضح أن انشغال الصفحات الدينية على مواقع التواصل بالأمور الهامشية والشكليات كان من أبرز أسباب عدم قدرتها على تنمية المعارف والثقافة الدينية لدى بعض متصفحها، حيث رأى البعض أن الخطاب الديني المقدم على تلك الصفحات يقدم مفهوماً جزئياً للإسلام، يقلل من قيمة شمولية الإسلام، ويوجد سوء فهم للدين كمنهاج للحياة الاجتماعية، بالإضافة إلى تفنيد المغالاة في الفتاوي الدينية، ومحاربتها التجديد في عرض الأفكار وإغلاق باب الاجتهاد، ولانفصالها عن ظروف الواقع المعاش، وقلّة الموضوعات التي تتناولها، إذ تناول قضايا محدودة ضمن إطار محدد، ومع ذلك لا تراعي واقع الناس واهتماماته؛ إذ تدرج مواضيع قديمة لا يهتم الناس بها.

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الرابع :

ما المجالات التي ساهمت الصفحات الدينية في تنميتها لدي المبحوثين، ووسائل تنميتها؟

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (12) يوضح النسبة الترجيحية وكا² للمجالات والموضوعات التي ساهمت

الصفحات الدينية في تنميتها

ما المجالات والموضوعات التي ساهمت الصفحات الدينية على مواقع التواصل في تنميتها لديك؟ ن=290										
م	العبارة	احزاب سياسية دينية	نعم		لا		كا ²	الترتيب		
			عدد	نسبة	عدد	نسبة		ينتمي	لا ينتمي	
1	المعاملات المالية (البيع - الشراء - الاجار).	ينتمي لاينتمي المجموع كا ²	10	%3.4	137	%47.2	*109.72	10	10	10
			9	%3.1	134	%46.2	*109.27			
			19	%6.6	271	%93.4	*218.98			
			0.05		0.03					
2	الرؤية الدينية للقضايا السياسية	ينتمي لاينتمي المجموع كا ²	38	%13.1	109	%37.6	*34.29	4	3	7
			58	%20.0	85	%29.3	*5.10			
			96	%33.1	194	%66.9	*33.12			
			*4.17		2.97					
3	المضامين المتعلقة بواقع العالم المعاصر	ينتمي لاينتمي المجموع كا ²	57	%19.7	90	%31.0	*7.41	3	5	3
			40	%13.8	103	%35.5	*27.76			
			97	%33.4	193	%66.6	*31.78			
			2.98		0.88					
4	المجال الأخلاقي	ينتمي لاينتمي المجموع كا ²	81	%27.9	66	%22.8	1.53	2	2	2
			66	%22.8	77	%26.6	0.85			
			147	%50.7	143	%49.3	0.06			
			1.53		0.85					
5	العلاقات الاجتماعية (كالتعامل مع الأسرة والاصدقاء والجيران)	ينتمي لاينتمي المجموع كا ²	87	%30.0	60	%20.7	*4.96	1	1	1
			87	%30.0	56	%19.3	*6.72			
			174	%60.0	116	%40.0	*11.60			
			0.00		0.14					
6	التاريخ الإسلامي	ينتمي لاينتمي المجموع كا ²	46	%15.9	101	%34.8	*20.58	6	7	4
			34	%11.7	109	%37.6	*39.34			
			80	%27.6	210	%72.4	*58.28			
			1.80		0.30					
7	المعارف العلمية والكونية من زاوية دينية	ينتمي لاينتمي المجموع كا ²	37	%12.8	110	%37.9	*36.25	5	4	8
			47	%16.2	96	%33.1	*16.79			
			84	%29.0	206	%71.0	*51.32			
			1.19		0.95					
8	المضامين التي تعرض مبادئ العقيدة الإسلامية في وضوح ويسر	ينتمي لاينتمي المجموع كا ²	34	%11.7	113	%39.0	*42.46	8	6	9
			36	%12.4	107	%36.9	*35.25			
			70	%24.1	220	%75.9	*77.59			
			0.06		0.16					
9	إعداد المسلم إعداداً كاملاً على أسس منهجية سليمة	ينتمي لاينتمي المجموع كا ²	42	%14.5	105	%36.2	*27.00	9	9	6
			27	%9.3	116	%40.0	*55.39			
			69	%23.8	221	%76.2	*79.67			
			3.26		0.55					
10	احترام الأديان السماوية وعدم الإساءة إلى المقدسات	ينتمي لاينتمي المجموع كا ²	46	%15.9	101	%34.8	*20.58	7	8	4
			31	%10.7	112	%38.6	*45.88			
			77	%26.6	213	%73.4	*63.78			
			2.92		0.57					

قيمة كا² الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية 0.05 = 3.84 دال*

يتضح من الجدول السابق أن من أهم المجالات والموضوعات التي ساهمت الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنميتها من وجه نظر الباحثين هي :

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

في المرتبة الأولى: العلاقات الاجتماعية (كالتعامل مع الأسرة والأصدقاء والجيران) بنسبة 60% لكل ونسبة 30% لمن ينتمي ونسبة 30% لمن لا ينتمي لفصيل سياسى دينى .
في المرتبة الثانية : المجال الأخلاقي بنسبة 50.7% لكل ونسبة 24.5% لمن ينتمي ونسبة 22.8% لمن لا ينتمي لفصيل سياسى دينى .

في المرتبة الثالثة : المضامين المتعلقة بواقع العالم المعاصر بنسبة 33.4% لكل ونسبة 19.7% لمن ينتمي لفصيل سياسى دينى، وجاءت في المرتبة الخامسة لمن لا ينتمي بنسبة 13.8% وجاءت الرؤية الدينية للقضايا السياسية في المرتبة الثالثة لدى من لا ينتمي بنسبة 20%.

وتبين وجود اختلاف دال إحصائي بين من ينتمون لفصيل سياسى دينى ومن لا ينتمون لمدى مساهمة الصفحات الدينية في تنمية الرؤية الدينية للقضايا السياسية ، حيث إن من لا ينتمي يرى أنها ساهمت في تمتيتها لديهم بنسبة 20% في حين يرى من ينتمون أنها ساهمت لديهم بنسبة 13.1%، وهذا يرجع إلى أن المنتمين لفصيل سياسى دينى يتبنون القضايا السياسية بناء على حكم الخلفية الأيديولوجية السياسية الدينية المنتمين إليها . وكانت أقل المجالات والموضوعات التي ساهمت الصفحات الدينية في تمتيتها هي المعاملات المالية (البيع - الشراء - الإيجار) وجاءت في المرتبة الأخيرة لدى الكل بنسبة 6.6% ولدى من ينتمي بنسبة 3.4%، ومن لا ينتمي بنسبة 3.1%.

فمن واقع ما سبق يمكن القول أن العلاقات الاجتماعية والمجال الأخلاقي كان من أكثر المجالات التي ساهمت الصفحات الدينية في تمتيتها لدى المتصفحين، ولعل ذلك يعزى إلى اهتمام تلك الصفحات بمعالجة هذين الجانبين بشكل كبير، وذلك لمواجهة الآثار السلبية المترتبة على العولمة والتي من شأنها تهديد النظام الأخلاقي الإسلامي، والعمل على تفكيك الأسرة وإضعافها وقطع أواصرها، وتعميق مفهوم الحرية الشخصية في العلاقة الاجتماعية، إلى جانب انتشار الإباحية، والرذائل، والتحلل الخلقي، وخذش الحياء، والكرامة، والفترة الإنسانية، وفقدان التفاعل الاجتماعي وقواعد الآداب والأخلاق؛ لذا سعت هذه الصفحات لتكريس الأخبار والموضوعات التي تحض على الأخلاق الكريمة، والآداب الفاضلة، والعادات الحسنة، والتخلي بالفضائل، والتخلي عن الرذائل والانحراف والضلال، وكسب أعضاء الأسرة الخبرات الأساسية والمهارات الأولية اللازمة لتحقيق تفهم وتفاعلهم المطلوب مع الحياة ، وإكسابهم الثقة بالنفس، والقدرة على التعامل مع الآخرين ، حيث تُقدم موضوعات لحياة اجتماعية يُقبل عليها الأفراد باختيارهم وطواعيتهم ، ليتمتعوا في رفقة زملائهم وأقرانهم بجوٍ من المرح والعمل ، وتكوين العلاقات الاجتماعية مع الآخرين.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (13) يوضح النسبة الترجيحية وكا² لمدى مساهمة الصفحات الدينية في

تنمية الثقافة الدينية

سأهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافتك الدينية من خلال :- ن =290										
م	العبارة	الانتماء السياسي الديني	نعم		لا		كا ²	الترتيب		
			عدد	نسبة	عدد	نسبة		ينتمي	لا ينتمي	
1	نشرها للدعوات الإيجابية للمشاركة في الأعمال الدينية	ينتمي	57	%19.7	90	%31.0	7.41	3	3	4
			63	%21.7	80	%27.6	2.02			
			120	%41.4	170	%58.6	8.62			
			0.30		0.59					
2	إبراز حقائق الإيمان والإسلام بصورة مبسطة	ينتمي	87	%30.0	60	%20.7	4.96	1	1	1
			83	%28.6	60	%20.7	3.70			
			170	%58.6	120	%41.4	8.62			
			0.09		0.00					
3	مواجهة حملات الغزو الفكري والتصدي لها بالدراسة	ينتمي	51	%17.6	96	%33.1	13.78	4	4	5
			56	%19.3	87	%30.0	6.72			
			107	%36.9	183	%63.1	19.92			
			0.23		0.44					
4	ممارستها الآفات الاجتماعية الخطيرة وبيان خطورتها على المجتمع	ينتمي	65	%22.4	82	%28.3	1.97	5	5	3
			37	%12.8	106	%36.6	33.29			
			102	%35.2	188	%64.8	25.50			
			7.69		3.06					
5	مناقشتها القضايا الدينية بالحجج والبراهين الإقناعية بشكل مبسط	ينتمي	73	%25.2	74	%25.5	0.01	2	2	2
			68	%23.4	75	%25.9	0.34			
			141	%48.6	149	%51.4	0.22			
			0.18		0.01					
6	تجديدها للخطاب الديني ومعالجتها للقضايا من منظور حضاري	ينتمي	30	%10.3	116	%40.0	50.66	7	7	7
			27	%9.3	117	%40.3	56.25			
			57	%19.7	233	%80.3	106.81			
			0.16		0.01					
7	نشرها الأخبار والحقائق على الأفراد من أجل إحداث توعية بين هؤلاء الأفراد	ينتمي	37	%12.8	110	%37.9	36.25	6	6	6
			34	%11.7	109	%37.6	39.34			
			71	%24.5	219	%75.5	75.53			
			0.13		0.01					

قيمة كا² الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية = 0.05 = 3.84

يتضح من بيانات الجدول السابق تصدر فئة إبراز حقائق الإيمان والإسلام بصورة مبسطة المرتبة الأولى من إجمالي الأساليب التي سأهمت من خلالها الصفحات الدينية في تنمية الوعي الديني لدى المبحوثين بنسبة 58.6% لكل، وبنسبة 30%

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

للمنتمين لفصيل سياسى دينى، وبنسبة 28.6% لغير المنتمين، يليها مناقشتها القضايا الدينية بالحجج والبراهين الإقناعية بشكل مبسط بنسبة 48.6% لكل، وبنسبة 25.2% للمنتمين لفصيل سياسى، وبنسبة 23.4% لغير المنتمين لفصيل سياسى، يليها نشرها للدعوات الإيجابية للمشاركة فى الأعمال الدينية بنسبة 41.4% لكل، وبنسبة 21.7% للمنتمين لفصيل سياسى، فى حين جاءت فى المرتبة الرابعة لمن ينتمى لفصيل سياسى بنسبة 19.7%، يليها فى المرتبة الرابعة مواجهة حملات الغزو الفكرى والتصدي لها بالدراسة لكل بنسبة 36.9%، لكل ولغير المنتمين، وجاءت فى المرتبة الخامسة للمنتمين لفصيل سياسى، يليها محاربتها الأوقات الاجتماعية الخطيرة وبيان خطورتها على المجتمع 35.2%، وكانت أقل الأساليب والوسائل التى ساهمت من خلالها الصفحات الدينية فى تنمية الوعي تجديدها للخطاب الديني ومعالجتها للقضايا من منظور حضارى، وجاءت فى المرتبة الأخيرة لدى الكل بنسبة 24.5%، وبنسبة 12.8% للمنتمين لفصيل، وبنسبة 11.7% لغير المنتمين، وهذا مؤشر على أن الصفحات الدينية على مواقع التواصل تعد أداة فعالة لتنمية الثقافة الدينية لدى المبحوثين فى كافة مجالات الحياة من خلال إبرازها لحقائق الإسلام بصورة مبسطة بحيث يستطيع أى شخص فهم ما يدور على تلك الصفحات من منظور إسلامى، ونشر الصورة الحقيقية بشكل مبسط للدين وتعاملاته فى كافة مجالات الحياة من خلال نقلها المباشر للبرامج الدينية وتغطيتها بالصورة والصوت والفيديو، وبيث محاضرات وندوات ومؤتمرات لعدد من الشيوخ والدعاة والعلماء والمفكرين، كما أنها تقدم رؤية وقراءة واقعية متجددة للواقع الدينى.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الخامس :

ما للتأثيرات الإيجابية (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) لنمو الوعي الديني لدى المبحوثين؟

جدول (14) يوضح النسبة الترجيحية وكا² للتأثيرات الإيجابية التي تحدث لمتابعي الصفحات الدينية

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني	درجة كبيرة		درجة متوسطة		درجة منخفضة		النسبة الترجيحية	الترتيب
			عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة		
1	ساهمت في رفع مستوى الوعي لدى بالمفاهيم الإسلامية	ينتمي	35	10.6%	102	30.9%	23	7.0%	68.0*	2
		لا ينتمي	57	17.3%	96	29.1%	17	5.2%	55.1*	2
		المجموع	92	27.9%	198	60.0%	40	12.1%	117.9*	2
		كا ²	5.26		0.18		0.90			
2	ساهمت في رفع درجة إيماني وصلتي بالله	ينتمي	57	17.3%	81	24.5%	22	6.7%	33.0*	1
		لا ينتمي	73	22.1%	69	20.9%	28	8.5%	21.9*	1
		المجموع	130	39.4%	150	45.5%	50	15.2%	50.9*	1
		كا ²	1.97		0.96		0.72			
3	جعلتني أكثر انخراطاً في الأمور الدينية	ينتمي	28	8.5%	88	26.7%	44	13.3%	36.2*	5
		لا ينتمي	29	8.8%	95	28.8%	46	13.9%	41.4*	5
		المجموع	57	17.3%	183	55.5%	90	27.3%	77.6*	5
		كا ²	0.02		0.27		0.04			
4	زودت معرفتي الدينية لأمتك الحجة لمناقشة الآخرين	ينتمي	33	10.0%	95	28.8%	32	9.7%	48.8*	3
		لا ينتمي	46	13.9%	74	22.4%	50	15.2%	8.1*	3
		المجموع	79	23.9%	169	51.2%	82	24.8%	47.5*	3
		كا ²	2.14		2.61		3.95			
5	رسخت تعاليم الدين الإسلامي ونمت الفكر الاصلاحى والأخلاقي	ينتمي	33	10.0%	104	31.5%	23	7.0%	73.1*	4
		لا ينتمي	44	13.3%	68	20.6%	58	17.6%	5.1*	4
		المجموع	77	23.3%	172	52.1%	81	24.5%	52.5*	4
		كا ²	1.57		7.53		15.1		2	

قيمة كا² الجدولية عند 2 ، مستوى معنوية 0.05 = 5.99 دال*

من استقراء بيانات الجدول السابق يتضح عدم وجود فروق دالة بين المنتمين لفصيل وغير المنتمين في درجة التأثيرات المعرفية المتكونة من متابعة المضمون الديني المثار على تلك الصفحات، فكانت لصالح بدرجة متوسطة، حيث جاءت أعلى نسبة

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

ترجيحية لصالح ساهمت في رفع درجة إيماني وصلت إلى نسبة 74.7% وكانت الفروق دالة إحصائياً لصالح بدرجة متوسطة بنسبة استجابة 45.5% للكل، يليها لصالح ساهمت في رفع مستوى الوعي لدى بالمفاهيم الإسلامية، وجاءت في المرتبة الأخيرة جعلتني أكثر انخراطاً في الأمور الدينية بنسبة 63.3%.

وفي ضوء النتائج السابقة يمكن القول بأن درجة التأثير المعرفي المتحققة لدى المبحوثين كانت متوسطة، وهذا يدل على أن تلك الصفحات ساهمت في تعزيز الجانب المعرفي ومعالجة القضايا المعاصرة بدرجة إيجابية معتدلة إلى حد ما سواء من خلال التذكير ببعض المعلومات الدينية الأساسية لدى الفرد المسلم كأصول الإيمان وأحكام العبادات، والاعتماد على الأساليب الإقناعية كالاستشهاد بالقرآن الكريم والأحاديث النبوية، وتزويدهم بالمعلومات والمهارات الإضافية التي تهتم المتصفح في كافة جوانب الحياة، والتي من شأنها صقل الجانب المعرفي لدى متصفحها، والمساهمة في تكوين المواطن المنتمي والقادر على تحمل المسؤولية تجاه نفسه ودينه ومجتمعه.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (15) يوضح النسبة الترجيحية وكا2 للتأثيرات الإيجابية التي تحدث

لمتابعى الصفحات الدينية

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة		كا2	النسبة الترجيحية	الترتيب
			عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة			
1	عززت لدى مبدأ قبول الآخر	ينتمى	61	18.5%	78	23.6%	21	6.4%	32.1*	75.0%	2
		لاينتمى	75	22.7%	72	21.8%	23	7.0%	30.1*	76.9%	2
		المجموع	136	41.2%	150	45.5%	44	13.3%	60.3*	76.0%	2
		كا2	1.44		0.24		0.09				
2	عززت لدى قيم المشاركة الإيجابية فى بناء الوطن وتميئتها والتأكيد على تحصيل الهوية الإسلامية	ينتمى	61	18.5%	65	19.7%	34	10.3%	10.7*	72.3%	4
		لاينتمى	53	16.1%	78	23.6%	39	11.8%	13.8*	69.4%	5
		المجموع	114	34.5%	143	43.3%	73	22.1%	22.5*	70.8%	5
		كا2	0.56		1.18		0.34				
3	تخفيف الشورى بالضيق والتخلص من المشاعر المؤلمة والاحباط	ينتمى	52	15.8%	78	23.6%	30	9.1%	21.7*	71.3%	3
		لاينتمى	69	20.9%	65	19.7%	36	10.9%	11.4*	73.1%	3
		المجموع	121	36.7%	143	43.3%	66	20.0%	28.6*	72.2%	3
		كا2	2.39		1.18		0.55				
4	زادت من شعورى بالإيمان والراحة والاطمئنان	ينتمى	68	20.6%	66	20.0%	26	7.9%	21.1*	75.4%	1
		لاينتمى	89	27.0%	53	16.1%	28	8.5%	33.2*	78.6%	1
		المجموع	157	47.6%	119	36.1%	54	16.4%	49.3*	77.1%	1
		كا2	2.81		1.42		0.07				
5	التحرر من الشعور بالذنب وتعزيز ثقفى بنفسى	ينتمى	54	16.4%	75	22.7%	31	9.4%	18.2*	71.5%	5
		لاينتمى	63	19.1%	65	19.7%	42	12.7%	5.7*	70.8%	4
		المجموع	117	35.5%	140	42.4%	73	22.1%	21.1*	71.1%	4
		كا2	0.69		0.71		1.66				

قيمة كا2 الجدولية عند 2 ، مستوى معنوية 0.05 = 5.99 دال*

من استقراء بيانات الجدول السابق يتضح أن درجة التأثيرات الوجدانية المتحققة لدى المنتمين لفصيل سياسى دينى وغير المنتمين نتيجة للتعرض للمضمون المثارعلى الصفحات الدينية تراوحت ما بين بدرجة كبيرة ومتوسطة ، فكانت أعلى نسبة ترجيحية لصالح زادت من شعورى بالإيمان والراحة والاطمئنان بنسبة 77.1% وكانت الفروق دالة إحصائياً لصالح بدرجة كبيرة بنسبة استجابة 47.6% ، يليها بنسبة 76% عززت لدى مبدأ قبول الآخر وهى دالة إحصائياً لصالح بدرجة متوسطة ، يليها بنسبة 72.2%

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

تخفيف الشعور بالضيق والتخلص من المشاعر المؤلمة والاحباط ، يليها بنسبة 71.1% التحرر من الشعور بالذنب وتعزيز ثقتي بنفسى، وهى دالة إحصائياً لصالح بدرجة متوسطة بنسبة استجابة 42.4% فقد احتلت المرتبة الرابعة بالنسبة لأفراد العينة ككل، وبالنسبة لغير المنتمين لفصيل سياسى ،فى حين احتلت المرتبة الخامسة لغير المنتمين، يليها بنسبة 70.8% عززت لدى قيم المشاركة الإيجابية فى بناء الوطن وتميئتها والتأكيد على تحصين الهوية العربية الإسلامية، وهى دالة إحصائياً لصالح بدرجة متوسطة، وقد احتلت تلك الفئة المرتبة الرابعة بالنسبة للمبحوثين ذوى الانتماء السياسى الدينى، على حين احتلت المرتبة الخامسة لغير المنتمين لفصيل، وفى ضوء النتائج السابقة يمكن القول بأن درجة التأثير الوجدانى المتكون لدى المبحوثين كانت متوسطة، ولعل ذلك يرجع إلى طبيعة تلك الصفحات والتي يغلب على محتواها الحث على فعل الخير والتقرب إلى الله، والأدعية النبوية، ونشر آيات من القرآن الكريم، وتوضيح الحلال من الحرام؛ لأن الصفحات الدينية تتسم بالتحلى بالفضيلة، وبالتالي فالتأثيرات الوجدانية ترتفع لدى المستخدمين لحب التقرب إلى عمل الخير، كما أن نسبة تحقيق تلك التأثيرات تكونت بشكل أكبر بالنسبة للمنتمين لفصيل سياسى دينى عن غير المنتمين لفصيل، ما عدا تأثير (عززت لدى قيم المشاركة الإيجابية فى بناء الوطن وتميئتها والتأكيد على تحصين الهوية العربية الإسلامية) تم تحقيقه بشكل أكبر بالنسبة للمنتمين لفصيل سياسى دينى عن غير المنتمين ، فتلك الصفحات تكون بمثابة داعمًا للتنمية الحياتية محققة للاستقرار النفسى والاجتماعي.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (16) يوضح النسبة الترجيحية وكا2 للتأثيرات الإيجابية التي تحدث

لمتابعى الصفحات الدينية

م	العبرة	الانتماء السياسي الدينى	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة		كا2	النسبة الترجيحية	الترتيب
			عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة			
1	زيادة تمسكى بأخلاقيات وتعاليم الدين	ينتمى	53	%16.1	76	%23.0	31	%9.4	19.0	%71.3	1
		لاينتمى	66	%20.0	74	%22.4	30	%9.1	19.4	%73.7	1
		المجموع	119	%36.1	150	%45.5	61	%18.5	37.1	%72.5	1
		كا2	1.42		0.03		0.02				
2	التمسك بالحفاظ على هويتى العربية والإسلامية ومواجهة العنف والتطرف الدينى	ينتمى	51	%15.5	77	%23.3	32	%9.7	19.1	%70.6	2
		لاينتمى	70	%21.2	61	%18.5	39	%11.8	9.0	%72.7	2
		المجموع	121	%36.7	138	%41.8	71	%21.5	22.1	%71.7	2
		كا2	2.98		1.86		0.69				
3	تبني قضايا الأمة الإسلامية والدفاع عنها	ينتمى	42	%12.7	77	%23.3	41	%12.4	15.8	%66.9	3
		لاينتمى	46	%13.9	78	%23.6	46	%13.9	12.0	%66.7	3
		المجموع	88	%26.7	155	%47.0	87	%26.4	27.6	%66.8	3
		كا2	0.18		0.01		0.29				
4	زادت من رغبتى فى الانضمام للمعمل الدعوي	ينتمى	24	%7.3	72	%21.8	64	%19.4	24.8	%58.3	4
		لاينتمى	29	%8.8	63	%19.1	78	%23.6	22.2	%57.1	4
		المجموع	53	%16.1	135	%40.9	142	%43.0	44.5	%57.7	4
		كا2	0.47		0.60		1.38				
5	دفعتنى إلى المشاركة الإيجابية والفعالة فى ندوات وحلقات نقاشية لمناقشة أهم القضايا من منظور دينى محليا المثارة وإقليميا وعالميا	ينتمى	24	%7.3	71	%21.5	65	%19.7	24.5	%58.1	5
		لاينتمى	23	%7.0	66	%20.0	81	%24.5	32.0	%55.3	5
		المجموع	47	%14.2	137	%41.5	146	%44.2	54.5	%56.7	5
		كا2	0.02		0.18		1.75				

قيمة كا2 الجدولية عند 2 ، مستوى معنوية $0.05 = 5.99$ دال*

من واقع بيانات الجدول السابق يتضح أن درجة التأثيرات السلوكية المتكونة لدى المبحوثين ككل نتيجة لتعرضهم للمضمون المثارة على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي تراوحت ما بين بدرجة متوسطة ومنخفضة، وهذا يعنى أن تأثير

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

تلك الصفحات على الجوانب السلوكية لدى المبحوثين كانت ضعيفة إلى حد ما ، فكانت أعلى نسبة ترجيحية لصالح زيادة تمسكى بأخلاقيات وتعاليم الدين الإسلامي بنسبة 72.5% وكانت الفروق دالة إحصائياً لصالح بدرجة متوسطة بنسبة استجابة 45.5% لكل، وبنسبة 23% للمنتمين لفصيل، 22.4% لغير المنتمين، يليها التمسك بالحفاظ على هويته العربية والإسلامية ومواجهة العنف والتطرف الديني، يليها تبني قضايا الأمة الإسلامية والدفاع عنها بنسبة ترجيحية 66.8%، على حين جاءت الفروق في كل من فئتي زادت من رغبتني في الانضمام للعمل الدعوي، دفعتني إلى المشاركة الإيجابية والفعالة في ندوات وحلقات نقاشية لمناقشة أهم القضايا من منظور ديني المثارة محلياً وإقليمياً وعالمياً لصالح بدرجة منخفضة، وفي ضوء النتائج السابقة يتضح أن نسبة تحقيق تلك التأثيرات لدى المنتمين لفصيل سياسي تحققت بشكل أكبر عن غير المنتمين لفصيل.

وهذا يعني أن التأثيرات الوجدانية تحققت بشكل أكبر لدى المبحوثين ، ثم التأثيرات المعرفية ، يليها السلوكية.

عرض ومناقشة نتائج التساؤل السادس :

ما تقييم المبحوثين للمضمون المثار على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (17) يوضح النسبة الترجيحية وكا² لموقف المبحوثين من متابعة المضمون

الديني للصفحات الدينية

في ضوء متابعتك للمضمون الديني حدد موقفك من العبارات التالية

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني	موافق		محايد		معارض		كا ²	النسبة الترجيحية	الترتيب
			عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة			
1	طرحت المواقع حلولاً واقعية وشاملة للمشاكل والأفات الخطيرة التي يعاني منها الأمة العربية من منظور ديني	ينتمي	57	%17.3	79	%23.9	24	%7.3	28.7	%73.5	5
		لاينتمي	56	%17.0	75	%22.7	39	%11.8	11.4	%70.0	5
		المجموع	113	%34.2	154	%46.7	63	%19.1	37.8	%71.7	5
		كا ²	2		0.10		3.57				
2	ساهمت تغذيتها للأحداث في إحداث حالة حراك جماهيري ديني	ينتمي	59	%17.9	78	%23.6	23	%7.0	29.3	%74.2	2
		لاينتمي	62	%18.8	74	%22.4	34	%10.3	14.9	%72.2	4
		المجموع	121	%36.7	152	%46.1	57	%17.3	42.7	%73.1	4
		كا ²	2		0.11		2.12				
3	لعبت دورها التنويري والتنموي في سبيل تطوير ورفي المجتمع الإسلامي دينياً	ينتمي	54	%16.4	86	%26.1	20	%6.1	40.9	%73.8	4
		لاينتمي	72	%21.8	83	%25.2	15	%4.5	47.0	%77.8	3
		المجموع	126	%38.2	169	%51.2	35	%10.6	85.1	%75.9	3
		كا ²	2		0.05		0.71				
4	تعد وسيلة اتصالية هامة في تغيير الواقع، وتوفر قنوات لتبادل المعلومات والمعرفة والآراء المختلفة	ينتمي	67	%20.3	80	%24.2	13	%3.9	47.3	%77.9	1
		لاينتمي	95	%28.8	52	%15.8	23	%7.0	46.3	%80.8	1
		المجموع	162	%49.1	132	%40.0	36	%10.9	78.8	%79.4	1
		كا ²	2		4.84		2.78				
5	تحولت لواجهة ومنبر يستخدم في التغلب على إحياء الحياة	ينتمي	62	%18.8	72	%21.8	26	%7.9	22.0	%74.2	2
		لاينتمي	85	%25.8	64	%19.4	21	%6.4	37.6	%79.2	2
		المجموع	147	%44.5	136	%41.2	47	%14.2	54.7	%76.8	2
		كا ²	2		0.47		0.53				
6	وجود تضارب في الفتاوى المنشورة وخاصة المتعلقة بقضايا الشباب المستحدثه	ينتمي	30	%9.1	63	%19.1	67	%20.3	15.5	%59.0	8
		لاينتمي	27	%8.2	69	%20.9	74	%22.4	23.5	%57.5	10
		المجموع	57	%17.3	132	%40.0	141	%42.7	38.7	%58.2	9
		كا ²	2		0.16		0.35				
7	تفتقر إلى إقامة علاقات تفاعلية جيدة مع زائريها	ينتمي	21	%6.4	77	%23.3	62	%18.8	31.5	%58.1	9
		لاينتمي	39	%11.8	80	%24.2	51	%15.5	15.7	%64.3	7
		المجموع	60	%18.2	157	%47.6	113	%34.2	42.9	%61.3	7
		كا ²	2		0.06		1.07				
8	تروج للأفكار الهدامة والتطرف والغلو الديني لدى الشباب	ينتمي	25	%7.6	65	%19.7	70	%21.2	22.8	%57.3	10
		لاينتمي	34	%10.3	61	%18.5	75	%22.7	15.3	%58.6	9
		المجموع	59	%17.9	126	%38.2	145	%43.9	37.1	%58.0	10
		كا ²	2		0.13		0.17				
9	يستخدم بعضها لغة تخالف الأعراف القيمة والأخلاقية	ينتمي	35	%10.6	62	%18.8	63	%19.1	9.5	%60.8	7
		لاينتمي	34	%10.3	74	%22.4	62	%18.8	14.9	%61.2	8
		المجموع	69	%20.9	136	%41.2	125	%37.9	23.5	%61.0	8
		كا ²	2		1.06		0.01				
10	تعتمد في معالجتها للقضايا على علماء لا أتق فيهم	ينتمي	38	%11.7	60	%18.4	61	%18.7	6.4	%61.8	6
		لاينتمي	42	%12.9	77	%23.6	48	%14.7	12.6	%65.5	6
		المجموع	80	%24.5	137	%42.0	109	%33.4	15.0	%63.7	6
		كا ²	2		2.11		0.20				

قيمة كا² الجدولية عند 2 ، مستوى معنوية 0.05 = 5.99 دال*

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

ومن مؤشرات الجدول السابق يتضح أن الاتجاه العام المتكون لدى المبحوثين سواء من المنتمين لفصيل وغير المنتمين تجاه العبارات الخاصة بتقييم المضمون المنشور على الصفحات الدينية تراوحت ما بين المحايدة والموافقة على العبارات الإيجابية، والمحايدة والرفض نحو العبارات السلبية، وهذا يعنى أن الاتجاه العام للمبحوثين نحو المضمون المنشور على الصفحات الدينية بمواقع التواصل يميل إلى التقييم الإيجابي، ولعل ذلك يعزى إلى أنها تهتم بطرح القضايا الدعوية والفكرية في إطار حضاري إسلامي يهدف إلى تعميق وتأسيس الرؤية الإسلامية لقضايا التغيير والتجديد والصلاح، فجاء اتجاه المحاييد في فئات (طرحت المواقع حلولاً واقعية وشاملة للمشاكل والأفات الخطيرة التي تعاني منها الأمة العربية من منظور ديني، ساهمت تغطيتها للأحداث في إحداث حالة حراك جماهيري ديني، لعبت دورها التنويري والتموي في سبيل تطوير ورقي المجتمع الإسلامي دينياً، تعتمد في معالجتها للقضايا على علماء لا أثق فيهم ، يستخدم بعضها لغة تخالف الأعراف القيمة والأخلاقية، تفتقر إلى إقامة علاقات تفاعلية جيدة مع زائريها)، في حين جاءت فئات (تعد وسيلة اتصالية هامة في تغيير الواقع، وتوفر قنوات لتبادل المعلومات والمعرفة والآراء المختلفة، تحولت لواجهة ومنبر يستخدم في التغلب على إحباط الحياة) في فئة الموافق، بينما جاءت فئات (تروج للأفكار الهدامة والتطرف والغلو الديني لدى الشباب ، وجود تضارب في الفتاوي المنشوره وخاصه المتعلقة بقضايا الشباب المستحدثه) في فئة المعارض.

عرض ومناقشة نتائج التساؤل السابع :

كيف يمكن تطوير مضمون الصفحات الدينية على مواقع التواصل لتنمية الوعي الديني لدى الشباب؟

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (18) يوضح النسبة الترجيحية وكا² لمقترحات المبحوثين لتطوير دور

الصفحات الدينية في تنمية الحس الديني

ما مقترحاتكم لتطوير دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل في تنمية الحس الديني لدى الشباب؟ ن = 330

م	العبارة	الانتماء السياسي الديني	نعم		لا		الترتيب	الكل
			عدد	نسبة	عدد	نسبة		
1	تكثيف حملات التوعية الدينية على صفحاتها بحيث تقوم باستقطاب واستيعاب الفئات الشبابية الكبيرة	ينتمي	105	31.8%	55	16.7%	1	3
		لا ينتمي	94	28.5%	76	23.0%		
		المجموع	199	60.3%	131	39.7%		
		كا ²	0.61	3.37				
2	تحسين مضمون الرسالة الدينية، وتبادل الأفكار بأسلوب مبتكر يعزز ثقافة الصورة المعيرة لنشر الثقافة والوعي الديني بأسلوب حصري	ينتمي	94	28.5%	66	20.0%	2	4
		لا ينتمي	86	26.1%	84	25.5%		
		المجموع	180	54.5%	150	45.5%		
		كا ²	0.36	2.16				
3	احداث إجراءات ملموسة لتجديد الخطاب الديني بتشريعات جديدة وحملات إعلامية مستنيرة للوعي المجتمعي	ينتمي	54	16.4%	106	32.1%	3	6
		لا ينتمي	79	23.9%	91	27.6%		
		المجموع	133	40.3%	197	59.7%		
		كا ²	4.70	1.14				
4	أن تعزز في رسائلها الإعلامية مفاهيم الدقة والموضوعية والمسؤولية والأخلاق	ينتمي	86	26.1%	74	22.4%	3	5
		لا ينتمي	84	25.5%	86	26.1%		
		المجموع	170	51.5%	160	48.5%		
		كا ²	0.02	0.90				
5	إنشاء صفحات دينية بلغات العالم المختلفة ليستسنى لأبناء مختلف الحضارات التواصل حول القضايا الكبرى التي تشغل بال الإنسان المعاصر تحت شعار التعاون والتعارف والتنوع والتعدد الثقافي	ينتمي	80	24.2%	80	24.2%	5	1
		لا ينتمي	99	30.0%	71	21.5%		
		المجموع	179	54.2%	151	45.8%		
		كا ²	2.02	0.54				
6	ربط خطابها الديني بواقع الحياة المعاصرة	ينتمي	85	25.8%	75	22.7%	4	1
		لا ينتمي	99	30.0%	71	21.5%		
		المجموع	184	55.8%	146	44.2%		
		كا ²	1.07	0.11				
7	أخرى تذكر	ينتمي	12	3.6%	148	44.8%	7	7
		لا ينتمي	4	1.2%	166	50.3%		
		المجموع	16	4.8%	314	95.2%		
		كا ²	4.00	1.03				

قيمة كا² الجدولية عند 1 ، مستوى معنوية 0.05 = 3.84 دال*

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

يتضح من مؤشرات الجدول السابق تصدر اقتراح تكثيف حملات التوعية الدينية على صفحاتها بحيث تقوم باستقطاب واستيعاب القدرات الشبابية الكبيرة المرتبة الأولى بنسبة 60.3% للكل، ونسبة 31.8% للمنتمين لفصيل سياسى دينى، 28.5% لغير المنتمين ، يليه اقتراح ربط خطابها الديني بواقع الحياة المعاصرة بنسبة 55.8% للكل ، ونسبة 25.8% للمنتمين لفصيل ، و30% لغير المنتمين لفصيل، يليه تحسين مضمون الرسالة الدينية، وتبادل الأفكار بأسلوب مبتكر يعزز ثقافة الصورة المعبرة لنشر الثقافة والوعي الديني بأسلوب حصري بنسبة 54.5%، يليها إنشاء صفحات دينية بلغات العالم المختلفة ليتسنى لأبناء مختلف الحضارات التواصل حول القضايا الكبرى التى تشغل بال الإنسان المعاصر تحت شعار التعاون والتعارف والتنوع والتعدد الثقافى بنسبة 54.2%، يليها أن تعزز في رسائلها الإعلامية مفاهيم الدقة والموضوعية والمسؤولية بنسبة 51.5%، يليها إحداث إجراءات ملموسة لتجديد الخطاب الديني بتشريعات جديدة وحملات إعلامية مستنيرة للوعي المجتمعي بنسبة 40.3%، على حين جاءت فئة أخرى تذكر فى المرتبة الأخيرة بنسبة 4.8% بواقع 16 مبحثاً ، باستطلاع آراء العينة أضافوا اقتراحات تمثلت فى (اعطاء الصفحات الدينية فرصة لتبادل الآراء مع تصحيح الآراء والمفاهيم الخاطئة للدين فى كل الأمور سواء معاملات أو عبادات، التركيز على العقيدة بشكل مكثف لحماية الشباب من أفات العصر، ضرورة طرح الأمور بموضوعية وتوحيد الأفكار، تفعيل مبدأ قبول الآخر وفتح صفحات حوارية لزيادة التفاعلية بين الشباب، عدم مناقشة الأمور الدينية العميقة التى لا يوجد فيها خلاف بين الفقهاء حتى لا يتشتت متصفحها، الاستعانة بشيوخ وعلماء يكونون على قدر عالى من المصداقية ويقوموا على نشر تعاليم الإسلام السمحة دون تشويش لعقول الشباب .

وفى ضوء النتائج السابقة يمكن القول بأن هناك درجة من الاختلاف بين درجات ترتيب المبحوثين من ذوى الانتماء السياسى الدينى وغير المنتمين لفصيل فى مقترحات تطوير دور الصفحات الدينية فى تنمية الوعي الدينى ، وذلك لاختلاف التوجه لفكرى والعبادي والثقافي ، والتوجه السلوكي .

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

ثانياً: فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين للمضمون الديني على مواقع التواصل الاجتماعي وبين معدل تنمية الوعي الديني لديهم .

جدول (19) يوضح العلاقة بين معدل متابعة المضمون الديني على الصفحات

الدينية وبين معدل تنمية الوعي الديني

المتغيرات	الانتماء	تقييم دور تلك الصفحات في التوعية الدينية	مساهمة التعرض لتلك الصفحات في رفع مستوى الثقافة والمعارف الدينية	قيمة الجدولية
متابعة المضمون الديني على الصفحات الدينية	ينتمي	0.109	*0.274	0.157
	لاينتمي	*0.287	*0.189	0.152
	الكل	*0.220	*0.224	0.108
معدل تصفح تلك الصفحات	ينتمي	-0.081	0.077	0.157
	لاينتمي	0.056	0.060	0.152
	الكل	-0.012	0.065	0.108

دال *

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين متابعة المضمون الديني المثار على الصفحات الدينية بمواقع التواصل الاجتماعي وبين تقييم دور تلك المواقع في التوعية الدينية لدى كل من لا ينتمي لفصيل سياسي ديني ولدى الكل، بينما لا توجد علاقة دالة إحصائياً لدى متابعة المضمون الديني وتقييم دور تلك المواقع في التوعية الدينية لدى من ينتمون لفصيل، وقد يرجع ذلك لتمييزهم باتجاه فكري معين يؤثر على قدرتهم على تقييم تلك المواقع، بينما توجد علاقة طردية دالة إحصائياً بين متابعة المضمون الديني ومساهمة التعرض لتلك المواقع في رفع مستوى الثقافة والمعارف الدينية لدى جميع أفراد عينة البحث ممن ينتمي أو لا ينتمي لفصيل سياسي ديني، مما يشير إلى أن زيادة معدل التعرض للمضمون الديني من خلال متابعته يؤدي إلى زيادة معدل تنمية الوعي الديني من خلال زيادة الثقافة والمعارف الدينية و التقييم الإيجابي لدور تلك الصفحات، بينما لا توجد علاقة بين معدل تصفح تلك المواقع وبين معدل تنمية الوعي الديني لدى الأفراد والذي اشتمل على محورين هما (تقييم دور تلك المواقع في التوعية الدينية ومساهمة تلك المواقع في رفع مستوى الثقافة والمعارف الدينية) نظراً لأن معدل التصفح قد لايعنى متابعة

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

المضمون بشكل دقيق، حيث لا يشير لنوع الصفحات ولا للمحتوى الذي يتصفحه الفرد، ولكنه معدل مطلق لعدد الساعات التي يقضيها الفرد على هذه المواقع بدون متابعة لموضوعات معينة ، لذا فإن متابعة مضمون الصفحات يؤثر في رفع المستوى الثقافي والديني ، ولا يعتمد ذلك على معدل تصفح تلك الصفحات، لذا فالمعيار الحقيقي للاستفادة من تصفح تلك الصفحات هو متابعة المضمون الديني، ودرجة الثقة في هذا المضمون، وبالتالي يمكن قبول هذا الفرض جزئياً القائل بوجود علاقة ارتباطية بين معدل متابعة المبحوثين للمضمون المثار على الصفحات الدينية وبين معدل تنمية الوعي الديني لديهم.

وتتفق تلك النتيجة مع دراسة (على جمعة) التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للموضوعات الدينية المتاحة على المواقع الإسلامية، ودرجة الاستفادة بالموضوعات الدينية المتاحة على المواقع الإسلامية (36) ومع دراسة (Loomis, K.D) التي توصلت إلى أن التعرض لوسائل الإعلام يسهم في تشكيل الخبرة الدينية لدى الشباب (37)، في حين تختلف مع دراسة (Mariam F. Alkazemi (2013)) التي توصلت إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب لوسائل الإعلام وبين النمو الديني لديهم (38).

الفرض الثاني :- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل ثقة المبحوثين في المضمون الديني على الصفحات الدينية وبين معدل تنمية الوعي الديني لديهم

جدول (20) يوضح العلاقة بين ثقة المبحوثين في المضمون الديني على الصفحات

الدينية وبين معدل تنمية الوعي الديني لديهم

المتغيرات	الانتماء السياسي الديني	تقييم دور تلك الصفحات في التوعية الدينية	ساهم تعرضك لتلك الصفحات في رفع مستوى ثقافتك ومعارفك الدينية	قيمة ر الجدولية
مدى ثقتك بما تقدمه تلك الصفحات من أخبار ومعلومات عن القضايا الدينية	ينتمي	*0.224	*0.381	0.157
	لا ينتمي	*0.422	*0.547	0.152
	الكل	*0.335	*0.480	0.108

دال *

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة طردية دالة إحصائياً بين ثقة المبحوثين في الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي وبين معدل تنمية الوعي الديني لدى الأفراد والذي اشتمل على محورين هما (التقييم الإيجابي لدور تلك الصفحات في التوعية الدينية ومساهمة تلك الصفحات في رفع مستوى الثقافة والمعارف الدينية) لدى جميع أفراد عينة البحث ممن ينتمى أو لا ينتمى لفصيل سياسى دينى ، وهذا دليل على أن معدل الثقة في المواد المنشورة والمواضيع يكون عاملاً فعالاً ومهماً في عملية التوعية والتثقيف الديني لدى متصفحها، مما يشير إلى أن زيادة معدل الثقة فيما تقدمه الصفحات الدينية يؤدي إلى زيادة معدل تنمية الوعي الديني من خلال زيادة الثقافة والمعارف الدينية والتقييم الإيجابي لدور تلك المواقع ، وبالتالي تقبل الدراسة صحة هذا الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين معدل ثقة المبحوثين فيما تقدمه الصفحات الدينية من معلومات عن القضايا المنشورة عليها وبين معدل تنمية الوعي الديني لديهم، وهذا يتفق مع فرض نظرية الاعتماد بأن هناك ارتباطاً إيجابياً بين المصادقية المدركة للإنترنت وبين الاعتماد على الإنترنت كمصدر للأخبار؛ فالأفراد يعتمدون على المواقع الإخبارية لتحقيق أهدافهم المتنوعة في حياتهم اليومية كل ما زادت ثقتهم في تلك المواقع.

الفرض الثالث :- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين للمضمون الديني وبين التأثيرات الإيجابية المتكونة لدى المبحوثين .

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

جدول (21) يوضح العلاقة بين معدل متابعة المبحوثين للمضمون الديني على الصفحات الدينية وبين التأثيرات الإيجابية المتكونة

الجانب	المتغيرات	متابعة المضمون الديني على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي			معدل تصفح تلك المواقع		
		ينتمي	لا ينتمي	الكل	ينتمي	لا ينتمي	الكل
المعرفي	سأهت في رفع مستوى الوعي لدى بالمفاهيم الإسلامية	0.111	0.105	0.097	0.029	0.056	0.050
	سأهت في رفع درجة إيماني وصلتي بالله	0.006-	0.054-	0.037-	0.094-	0.065	0.005-
	جعلتني أكثر انخراطاً في الأمور الدينية	0.065	0.106	0.087	0.035-	0.109	0.041
	زادت معرفتي الدينية لاملاك الحجة لمناقشة الآخرين	*0.178	0.092	*0.127	0.011	*0.285	*0.164
	نمت الفكر الإصلاحي الديني	0.034	0.085	0.073	0.004	0.011	0.002
الوجداني	عززت لدى مبدأ قبول الآخر	0.084	0.066-	0.006-	0.027	0.020-	0.004
	عززت لدى قيم المشاركة الإيجابية في بناء الوطن وتنميتها والتأكيد على تحصيل الهوية العربية الإسلامية	0.105	0.008-	0.045	0.120-	0.089-	0.106-
	تخفيف الشعور بالضيق والتخلص من المشاعر المؤلمة والإحباط	0.060	0.027	0.038	*0.203-	0.051	0.062-
	زادت من شعوري بالايمان والراحة والاطمئنان	0.049	0.090-	0.036-	0.120-	0.150-	*0.132-
	التحرر من الشعور بالذنب وتعزيز ثقتي بنفسى	0.013	0.017-	0.004-	0.085-	0.007-	0.043-
السلوكي	زيادة تمسكى بأخلاقيات وتعاليم الدين الإسلامى	0.059	0.001-	0.021	0.012-	0.094-	0.053
	التمسك بالحفاظ على هويتى العربية والإسلامية ومواجهة العنف والتطرف الدينى	0.119	0.001	0.046	0.029	0.066-	0.021
	تبني قضايا الأمة الإسلامية والدفاع عنها	0.014-	0.081	0.040	0.039-	*0.174	0.074
	زادت من رغبتى في الانضمام للعمل الدعوي	0.032	0.114	0.082	0.003-	*0.279	0.148*
	دفعتنى إلى المشاركة الإيجابية والفعالة في ندوات وحلقات نقاشية لمناقشة أهم القضايا من منظور ديني المثارة محليا وإقليميا وعالميا	0.047	0.017	0.034	0.019-	*0.160	0.072
قيمة ر الجدولية عند 0.05		0.157	0.152	0.108	0.157	0.152	0.108

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

يتضح من مؤشرات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين كل من معدل المتابعة للصفحات الدينية وبين كل من التأثيرات الوجدانية والسلوكية، في حين وجد ارتباط إيجابي دال بين معدل المتابعة وبين إحدى التأثيرات المعرفية المتمثلة في زيادة المعارف الدينية لامتلاك الحجة لمناقشة الآخرين لدى كل من المنتمين لفصيل ولدى الكل، في حين وجد ارتباط دال إحصائي بين معدل تصفح الصفحات الدينية وبين بعض من التأثيرات المعرفية والسلوكية المتمثلة في (زودت معرفتي الدينية لأمتك الحجة لمناقشة الآخرين، زادت من رغبتني في الانضمام للعمل الدعوي لدى الكل ولغير المنتمين، المشاركة الإيجابية والفعالة في الندوات والحلقات نقاشية، تبنى قضايا الأمة الإسلامية والدفاع عنها لدى غير المنتمين لفصيل)، في حين وجد ارتباط عكسي بين معدل التصفح وبعض التأثيرات الوجدانية المتمثلة في تخفيف الشعور بالضيق والتخلص من المشاعر المؤلمة والاحباط لدى المنتمين لفصيل، وزيادة الشعور بالايامن والراحة والاطمئنان لدى الكل).

وتشير النتائج السابقة إلى أنه تم تحقق من الفرض الثالث جزئياً حيث يؤثر معدل متابعة الباحثين للمضمون المثار على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في ارتفاع بعض التأثيرات الإيجابية لدى الباحثين، وهذا يرجع إلى أن مجرد التعرض للصفحات الدينية قد يحدث على سبيل الصدفة أو لمجرد وجود عادة اتصالية، دون أن تعتبر تلك الصفحات مصدراً للمعلومات ومرجعاً لإتخاذ القرارات.

وتتفق نتائج تلك الدراسة مع دراسة (2013 Mariam F. Alkazemi) التي توصلت إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الباحثين لوسائل الإعلام ورغبتهم في التواصل حول الدين (39)، في حين تختلف تلك النتيجة مع دراسة (على جمعة) والتي أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الباحثين للمضمون الديني وبين كل من التأثيرات المعرفية، الوجدانية، والسلوكية (40).

وطبقاً لنظرية الاعتماد؛ فكما اعتمد الفرد على وسائل الإعلام لإشباع حاجاته المعرفية، قامت الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية، وبالتالي يزداد تأثيرها.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

الفرض الرابع :- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل ثقة المبحوثين في المضمون الديني على الصفحات الدينية وبين التأثيرات الإيجابية المتكونة لدى المبحوثين

جدول (22) يوضح العلاقة بين معدل ثقة المبحوثين في المضمون الديني على

الصفحات الدينية وبين التأثيرات الإيجابية

الجانب	المتغيرات	مدى ثقته بما تقدمه تلك الصفحات من أخبار ومعلومات عن القضايا الدينية		
		معاملات الارتباط	لا ينتمي	الكل
المعرفى	ساهمت في رفع مستوى الوعي لدى بالمفاهيم الإسلامية	0.189*	0.344*	0.271*
	ساهمت في رفع درجة إيماني وصلتي بالله	0.283*	0.289*	0.286*
	جعلتني أكثر انخراطا في الأمور الدينية	0.123	0.152*	0.139*
	زودت معرفتي الدينية لأمتك الحجة لمناقشة الآخرين	0.189*	0.034	0.098
	نمت الفكر الإصلاحى الديني	0.241*	0.171*	0.198*
الوجدانى	عززت لدى مبدأ قبول الآخر	0.092	0.150	0.123*
	عززت لدى قيم المشاركة الإيجابية في بناء الوطن وتنميتها والتأكيد على تحصين الهوية العربية الإسلامية	0.188*	0.004	0.088
	تخفيف الشعور بالضيق والتخلص من المشاعر المؤلمة والإحباط	0.185*	0.240*	0.216*
	زادت من شعورى بالإيمان والراحة والأطمئنان	0.159*	0.267*	0.218*
	التحرر من الشعور بالذنب وتعزيز ثقتي بنفسى	0.258*	0.303*	0.284*
السلوكى	زيادة تمسكى بأخلاقيات وتعاليم الدين الإسلامى	0.223*	0.173*	0.194*
	التمسك بالحفاظ على هويتى العربية والإسلامية ومواجهة العنف والتطرف الدينى	0.266*	0.265*	0.265*
	تبنى قضايا الأمة الإسلامية والدفاع عنها	0.170*	0.183*	0.177*
	زادت من رغبتى في الانضمام للعمل الدعوى	0.107	0.100	0.104
	دفعتنى إلى المشاركة الإيجابية والفعالة في ندوات وحلقات نقاشية لمناقشة أهم القضايا من منظور دينى المثارة محليا وإقليميا وعالميا	0.109	-0.031	0.033
قيمة ر الجدولية عند 0.05		0.157	0.152	0.108

يتضح من مؤشرات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الثقة فيما تقدمه الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات عن القضايا الدينية وبين ارتفاع بعض التأثيرات الإيجابية (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) لدى المبحوثين والمتمثلة في ارتفاع مستوى الوعي بالمفاهيم الإسلامية والمساهمة في رفع درجة إيمان وصلة الأفراد بالله وتنمية الفكر الإصلاحى الدينى، وتخفيف الشعور بالضيق والتخلص من المشاعر المؤلمة والإحباط، والزيادة بالشعور والإيمان والراحة والطمأنينة والتحرر من الشعور بالذنب، وتعزيز الثقة

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

بالنفس وزيادة التمسك بأخلاقيات وتعاليم الدين الإسلامي والتمسك بالحفاظ على هويتى العربية والإسلامية ومواجهة العنف والتطرف الدينى وتبنى قضايا الأمة الإسلامية والدفاع عنها ، مما يشير إلى أنه كلما زادت ثقة المبحوثين فيما تقدمه تلك المواقع من أخبار ومعلومات عن القضايا الدينية كلما زادت التأثيرات الإيجابية المتكونة لدى المبحوثين ،بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الثقة فيما تقدمه تلك الصفحات من أخبار ومعلومات عن القضايا الدينية وبين ارتفاع بعض التأثيرات الإيجابية لدى المبحوثين والمتمثلة في الرغبة للانضمام للعمل الدعوى، والمشاركة الإيجابية والفعالة في ندوات وحلقات النقاش لمناقشة أهم القضايا المثارة من منظور ديني ، في حين توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الثقة فيما تقدمه الصفحات الدينية من أخبار ومعلومات عن القضايا الدينية وبين ارتفاع بعض التأثيرات الإيجابية لدى المبحوثين والمتمثلة في تعزيز قيم المشاركة الإيجابية فى بناء الوطن وتتميتها والتأكيد على تحصين الهوية العربية الإسلامية لدى من لديهم انتماء سياسى دينى.

وتشير النتائج السابقة إلى أنه تم تحقق من الفرض الرابع جزئياً، حيث تؤثر الثقة فيما تقدمه الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات عن القضايا الدينية فى ارتفاع بعض التأثيرات الإيجابية لدى المبحوثين.

الخلاصة

يمكننا أن نوجز خلاصة النتائج التي توصل إليها البحث حول دور الصفحات الدينية فى تنمية الوعي الدينى لدى الشباب فى النقاط الآتية:-

1- تبين ارتفاع معدل استخدام المبحوثين سواء من المنتمين لفصيل سياسى دينى وغير المنتمين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والصفحات الدينية بصفة خاصة ، وأن أعلى معدل لتصفح الصفحات الدينية على مواقع التواصل هو أقل من ساعة ،ومن أكثر المناسبات لزيادة التعرض عند وقوع أحداث تهم العالم الإسلامى، ومتابعة الصفحة الرسمية لبعض الدعاة أهم الطرق لكيفية متابعة المضمون الدينى المثار على الصفحات الدينية.

2- زيادة أعداد المبحوثين الذين يتقنون فى المعلومات المنشورة على الصفحات الدينية، وتراوحت درجات الثقة ما بين درجة كبيرة وبدرجة متوسطة، وجاءت

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

- درجة الثقة بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى لدى كل من المنتمين لفصيل سياسى دينى وغير المنتمين، وهذا مؤشر يدل على أن تلك الصفحات بما تنشره من معلومات وأخبار تحظى بمصداقية لدى متصفحها لاعتمادها على الوسائل الإقناعية من الأدلة والبراهين النبوية وعلى القرآن الكريم فى شرح القضايا التى تتناولها، وربطها بواقع الحياة المعاصر .
- 3- تصدر درجة التقييم المتوازن للمبجوثين حول دور الصفحات الدينية فى التوعية الدينية بدرجة دالة إحصائياً لدى المنتمين لفصيل سياسى دينى وغير المنتمين؛ وهذا يرجع إلى المعلومات المتداولة عليها منطلقاً من تقييمها للأحداث من وجهة نظر إسلامية صحيحة، ولشموليتها، ولاعتمادها على أسلوب الحوار المنطقى، ولتحرى الدقة والموضوعية فى المعالجة .
- 4- ارتفاع معدل مساهمة الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي فى رفع مستوى الثقافة والمعارف الدينية للمبجوثين سواء للمنتمين لفصيل سياسى دينى أو لغير المنتمين، وتراوحت درجة المساهمة ما بين إلى حد كبير وإلى حد ما؛ وهذا يعزى إلى غنائها بالمعلومات، ولثراء مضمونها من حيث كميتها، ونوعيتها، وشموليتها، ولتبنيتها المنهج الوسطى للإسلام، فهى تبحث فى شتى المجالات الإسلامية والفكرية والثقافية، موظفة العديد من الوسائل الإقناعية ما بين الكلمة المكتوبة والصوت والصورة والفيديو فى وسيلة واحدة .
- 5- العلاقات الاجتماعية والمجال الأخلاقى كان من أكثر المجالات التى ساهمت الصفحات الدينية فى تنميتها لدى المتصفحين سواء من المنتمين لفصيل سياسى دينى أو لغير المنتمين، فى حين جاءت فى المرتبة الثالثة المضامين المتعلقة بواقع العالم المعاصر لدى الكل ولدى المنتمين لفصيل سياسى، وجاءت فى المرتبة الخامسة لمن لا ينتمى، وجاءت الرؤية الدينية للقضايا السياسية فى المرتبة الثالثة لدى من لا ينتمى بنسبة 20%، وتبين وجود اختلاف دال إحصائى بين من ينتمى لفصيل سياسى دينى ومن لا ينتمى لمدى مساهمة الصفحات الدينية فى تنمية الرؤية الدينية للقضايا السياسية؛ وهذا يرجع إلى حكم الخلفية السياسية الأيدلوجية الدينية التى تحكم

- المنتمين لفصيل وغير المنتمين، في حين جاءت المعاملات المالية (البيع-
الشراء-الإيجار) في المرتبة الأخيرة لدى الكل.
- 6- معدل التأثيرات المعرفية المتحققة لدى المبحوثين من المنتمين لفصيل سياسى
وغير المنتمين كانت متوسطة ، فجاءت في المرتبة الأولى ساهمت في رفع
درجة ايمانى وصلتى بالله، يليها ساهمت في رفع مستوى الوعي لدى بالمفاهيم
الإسلامية، ثم زودت معرفتى الدينية لأمتك الحجة لمناقشة الآخرين، يليها
زودت معرفتى الدينية لأمتك الحجة لمناقشة الآخرين، في حين جاءت في
المرتبة الرابعة رسخت تعاليم الدين الإسلامى ونمت الفكر الاصلاحى
والأخلاقى، يليها جعلتني أكثر انخراطاً في الأمور الدينية، حيث ساهمت في زيادة
معدل المعرفة بالقضايا والموضوعات الدينية الفقهية والعقائدية والشرعية والقيم
والآداب الدينية من خلال وسائل الدعوة المتنوعة والفعاليات والأنشطة
كالندوات والخطب.
- 7- تراوحت درجة التأثيرات الوجدانية المتحققة لدى المنتمين لفصيل سياسى دينى
وغير المنتمين نتيجة للتعرض للمضمون المثار على الصفحات الدينية ما بين
بدرجة كبيرة ومتوسطة، فكانت أعلى نسبة ترجيحية لصالح زادت من شعورى
بالايمان والراحة والاطمئنان وهى دالة إحصائياً لصالح بدرجة كبيرة ، يليها
عززت لدى مبدأ قبول الآخر وهى دالة إحصائياً لصالح بدرجة متوسطة، ثم
تخفيف الشعور بالضيق والتخلص من المشاعر المؤلمة والاحباط ، يليها
التحرر من الشعور بالذنب وتعزيز ثقتى بنفسى، فقد احتلت المرتبة الرابعة
بالنسبة لأفراد العينة ككل، وبالنسبة لغير المنتمين لفصيل سياسى، في حين
احتلت المرتبة الخامسة للمنتمين لفصيل سياسى دينى، يليها عززت لدى قيم
المشاركة الإيجابية فى بناء الوطن وتميبتها والتأكيد على تحصين الهوية
العربية الإسلامية، وقد احتلت تلك الفئة المرتبة الرابعة بالنسبة للمبحوثين ذوى
الانتماء السياسى الدينى .
- 8- أن درجة التأثيرات السلوكية لدى المنتمين لفصيل سياسى تحققت بشكل أكبر
عن غير المنتمين لفصيل سياسى دينى نتيجة لتعرضهم للمضمون المثار على
الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتراوحت درجة تلك

التأثيرات ما بين بدرجة متوسطة ودرجة منخفضة ؛ وهذا يعنى أن تأثير تلك الصفحات على الجوانب السلوكية لدى المبحوثين كانت ضعيفة إلى حد ما، فكانت أعلى نسبة ترجيحية لصالح زيادة تمسكى بأخلاقيات وتعاليم الدين الإسلامى، يليها التمسك بالحفاظ على هويتى العربية والإسلامية ومواجهة العنف والتطرف الدينى، يليها تبنى قضايا الأمة الإسلامية والدفاع عنها، وكانت الفروق دالة إحصائياً لصالح بدرجة متوسطة، على حين جاءت الفروق فى كل من فئتى زادت من رغبتى فى الانضمام للعمل الدعوى ، دفعتنى إلى المشاركة الإيجابية والفعالة فى ندوات وحلقات نقاشية لمناقشة أهم القضايا من منظور دينى المثارة محلياً وإقليمياً وعالمياً لصالح بدرجة منخفضة .

9- الاتجاه العام للمبحوثين لدى كل من المنتمين لفصيل سياسى دينى وغير المنتمين نحو المضمون المنشور على الصفحات الدينية بمواقع التواصل يميل إلى التقييم الإيجابى .

10- تصدر اقتراح تكثيف حملات التوعية الدينية على صفحاتها بحيث تقوم باستقطاب واستيعاب القدرات الشبابية الكبيرة المرتبة الأولى من إجمالى اقتراحات المبحوثين لتطوير الصفحات الدينية لتنمية الوعي الدينى لدى الشباب ، يليه اقتراح ربط خطابها الدينى بواقع الحياة المعاصرة ، يليه تحسين مضمون الرسالة الدينية وتبادل الأفكار بأسلوب مبتكر يعزز ثقافة الصورة المعبرة لنشر الثقافة والوعي الدينى بأسلوب حصري، يليها إنشاء صفحات دينية بلغات العالم المختلفة ليتسنى لأبناء مختلف الحضارات التواصل حول القضايا الكبرى التى تشغل بال الإنسان المعاصر تحت شعار التعاون والتعارف والتنوع والتعدد الثقافى، يليها أن تعزز فى رسائلها الإعلامية مفاهيم الدقة والموضوعية والمسؤولية، يليها إحداث إجراءات ملموسة لتجديد الخطاب الدينى بتشريعات جديدة وحملات إعلامية مستنيرة للوعي المجتمعي، كما أن هناك درجة من الاختلاف بين درجات ترتيب المبحوثين من ذوى الانتماء السياسى الدينى وغير المنتمين لفصيل فى مقترحات تطوير دور الصفحات الدينية فى تنمية الوعي الدينى، وذلك لاختلاف التوجه الفكرى .

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

- 11- قبول الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية بين معدل متابعة المبحوثين للمضمون المثار على الصفحات الدينية وبين معدل تنمية الوعي الديني لديهم.
- 12- قبول الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية بين معدل ثقة المبحوثين فيما تقدمه الصفحات الدينية من معلومات عن القضايا المنشورة عليها وبين معدل تنمية الوعي الديني لديهم.
- 13- قبول الفرض الثالث جزئياً القائل بوجود علاقة ارتباطية بين معدل متابعة المبحوثين للمضمون الديني المثار على الصفحات الدينية وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتكونة، حيث يؤثر معدل متابعة المبحوثين للمضمون المثار على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في ارتفاع بعض التأثيرات الإيجابية لدى المبحوثين.
- 14- قبول الفرض الرابع جزئياً القائل بوجود علاقة ارتباطية بين معدل ثقة المبحوثين في المضمون الديني المثار على الصفحات الدينية وبين التأثيرات المتكونة، حيث تؤثر الثقة فيما تقدمه الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات عن القضايا الدينية في ارتفاع بعض التأثيرات الإيجابية لدى المبحوثين.

التوصيات

تقترح الباحثة في ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج مجموعة من التوصيات، وفيما يلي أهم التوصيات على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي:-

✍ إثراء محتواها بلغات العالم المختلفة وتحسين مضمون رسالتها الدينية بشكل أنى، وإشاعة ثقافة التعايش والحوار بين الأديان والثقافات ليتسنى لأبناء مختلف الحضارات التواصل حول القضايا الكبرى التي تشغل بال الإنسان المعاصر.

✍ إحداث إجراءات ملموسة لتجديد الخطاب الديني بتشريعات جديدة وحملات إعلامية مستنيرة للوعي المجتمعي من خلال تلمس نقاط الضعف ونقاط القوة المستتقة من آراء واقتراحات متصفحى تلك الصفحات.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

☞ أن تبدي اهتماماً أكبر للشباب وقضاياهم، والعمل على توعيتهم بالمفاهيم والقيم الإسلامية في شتى مجالات الحياة ، ومن ثم الإسهام في تكوين المواطن القادر على تنمية مجتمعه مع تغذية روح المواطنة.

☞ إرساء حوار دائم بين الجيل الرقمي العالمي للتعريف بالإسلام ووسطيته ومواجهة العناصر المتطرفة التي تتخذ من الإسلام منبراً لهم ، والتثقيف على قيم احترام الحريات وقيم التسامح والعيش المشترك.

☞ الاهتمام بطرح القضايا الدعوية والفكرية في إطار حضاري إسلامي يهدف إلى تعميق وتأسيس الرؤية الإسلامية لقضايا التغيير والتجديد والصلح والدعوة إلى بناء حضاري إسلامي متكامل يعيد للأمة مجدها.

☞ إقامة علاقات تفاعلية جيدة مع زائريها والتكامل والدمج مع نظائرها من المواقع الدعوية الأخرى، وبناء قاعدة معلوماتية استراتيجية تقوم على المنهج الوسطي ونبذ الخلافات المذهبية والدينية.

المراجع والهوامش :-

- 1 - محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت (القاهرة: عالم الكتب، 2007، ص 257).
- 2 - Jin yang & padmini patwardhan, "Determinants of Internet News Use: A Structural Equation Model Approach", *on line @ <http://www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/vol08/8-1a.html>*
- 3- Matthew Loveless, "Media Dependency: Mass Media as Sources of Information in the Democratizing Countries of Central and Eastern Europe", *Democratization*, Vol.15, Issue 1, 2008, pp.162–183.
- 4- حنان جنيد، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 18، يناير – مارس 2003، ص 69-72.
- 5- Charles R. Wright, "Mass Communication: A Sociological Perspective", 3rded (New York: Random House,1986) P.26.
- 6- David Domke &Kevin Coe, "The God Strategy : How Religion Became a Political Weapon in America"(USA: Oxford: University Press,2010).
- 7 - Michael Brady Munnik," What Counts as a "Muslim Story?", *Paper presented at ISMRC Conference Media, Religion and Culture in a Networked World* (The University of Kent, from 4 to 6 August 2014) .
- 8- Elaine Graham, "Religious Literacy and Public Service Broadcasting: Introducing a Research Agenda", In: Gordon Lynch, & et.al (Eds), "Religion, Media and Culture: A Reader" (London: Routledge,2011)pp228-235.
- 9-Billy W. Collins & Amanda Sturgill, "The Effects of Media Use on Religious Individuals' Perceptions of Science", *Journal of Media and Religion* , Vol. 12, Issue 4, 2013 ,PP 217.
- 10- محمد محمد عبد ربه ، أثر المدرسة ووسائل الإعلام في الثقافة الدينية للطلاب ، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر ، العدد 76 ، فبراير 1999، ص13.
- 11- Mia Lövheim, "Religious Socialization In A Media Age", *Nordic Journal of Religion and Society* ,Vol. 25 ,No.2, 2012,Pp162-163.
- 12- Steven Knowles, "Rapture Ready and the World Wide Web: Religious Authority on the Internet", *Journal of Media and Religion* , Vol .12, Issue 3, 2013 ,p128.
- 13- Pauline H. Cheong," Tweet the Message? Religious Authority and Social Media Innovation", *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, Vol. 3, Issue 3 ,December 2014,pp2-8.
- 14-Mia Lövheim, "Religious Socialization In A Media Age" ,op.cit,p163.
- 15- Pauline H. Cheong, op.cit,P1
- 16 - Mia Lövheim," Religious Socialization In A Media Age", op.cit.,P151.

- 17 - Merlyna Lim, "Life Is Local in the Imagined Global Community: Islam and Politics in the Indonesian Blogosphere", *Journal of Media and Religion* , Vol. 11, Issue 3, 2012 ,pp127-140.
- 18- حمزة أبو شنب، تقنيات التواصل الاجتماعي .. الاستخدامات والمميزات، مقال منشور على بوابة الألوكة الثقافية، متاح على :-
<http://www.alukah.net/culture/0/59302>
- 19- Mariam F. Alkazemi, " Mediating Silence: The Media's Role in Silencing Religious Dialogue Among U.S. Muslims", *Journal of Media and Religion*, Vol. 14, Issue 1, 2015 , Pp 29-45.
- 20- Jonathon K. Frost & Norman E. Youngblood* , "Online Religion and Religion Online: Reform Judaism and Web-Based Communication", *Journal of Media and Religion*, Vol. 13, Issue 2, 2014, Pp 49-66.
- 21--Mariam F. Alkazemi, "Students' Spiraling Silence and Willingness to Communicate about Religion in the United States: An Exploration of the Media's Role in Stigmatizing Religion", *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, Vol. 2, Issue. 1 , June 2013, , Pp 1-17, accessed from <http://jrmdc.com>
22. إبراهيم فؤاد الخصاونه، دور إذاعة القرآن الكريم في تثقيف الطلبة الجامعيين دينياً، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 17، كانون الأول، 2013، ص534-578.
- 23- Ali A. J. Al-Kandari, "The Use and Impact of Religious Media in Kuwait", *Journal of Media and Religion* , Vol. 10, Issue 4, 2011 , Pp206-223.
24. علي حمودة جمعة ، أثر شبكة المعلومات الدولية في الوعي الديني للشباب الجامعي في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 2011).
- 25 - M. R. Javadi Yeganeha & J. Azizi, "A Survey Study of Audience Satisfaction with the Religious Programs of Radio-Television in Tehran", *Journal of Media and Religion*, Vol.7, Issue 1-2, 2008, Pp 70-83 .
- 26- محمد محمد أحمد سابق ، دور الصحافة المصرية اليومية في تشكيل الوعي الديني بقضايا المرأة لدى الشباب : دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2003).
- 27- عيسى بوعافية : الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية : كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية ، 2003).
- 28 - Mia Lövheim, "Religious Socialization In A Media Age" ,op.cit.,P162.
- 29 - عبد القادر أزداد، ثقافة التغيير عند الشباب على ضوء ثقافة الربيع العربي ، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر فيلادلفيا الدولي السابع عشر، تحت عنوان : ثقافة التغيير : الأبعاد الفكرية - العوامل - التمثلات (الأردن : جامعة فيلادلفيا، من الفترة 6 إلى 8 نوفمبر 2012) ص 14.
- 30- يامين بودهان ، اتجاهات الشباب العربي نحو مضامين شبكة الإنترنت ، مجلة الإذاعات العربية ، العدد الثالث ، السنة 2010، ص100.

دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب

- 31- علي حمودة جمعة (2010م، ص253).
- 32- يسرى فهمي على ، دور الصحف الإسلامية في تنمية الوعي الديني لدى الشباب الجامعي : دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر :كلية الإعلام ، 2015) ص223.
- 33- علي حمودة جمعة ، مرجع سابق، ص256.
- 34- إسلام عاطف حجازي ،العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية على الإنترنت ومستوى معرفته لديه بالقضايا الدينية المعاصرة ،رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنوفية : كلية الآداب ،2010) ص225.
35. Mia Lövheim , "Young people, religious identity and the internet". In Lorne L. Dawson , Douglas E. Cowan (Eds)," Religion online: Finding faith on the internet"(New York, NY: Routledge,2004)Pp59-74.
- 36 - علي حمودة جمعة ،مرجع سابق، ص350.
- 36-Kenneth D. Loomis , " Spiritual students and secular media", *Journal of media and religion*, Vol. 3,No.3, 2004,Pp151-164.
- 37- Mariam F. Alkazemi , " Spiraling Silence and Willingness to Communicate about Religion in the United States: An Exploration of the Media's Role in Stigmatizing Religion",op.cit,p17.
- 38- Iblid, Pp17-18.
- 40 - علي حمودة جمعة ،مرجع سابق، ص351.
- *****محكمي استمارة استبيان :-
- د/ ايهاب البراوي: أستاذ الإحصاء المساعد - كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة .
- أ.د - ثريا البدوي :- أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .
- أ.د - سليمان صالح :- أستاذ الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- أ.د - وائل عبد الباري: أستاذ الإعلام بكلية البنات - جامعة عين شمس.
- أ.د - محمد سعد :- أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام- كلية الآداب - جامعة المنيا.
- أ.د - محمد رضا سليمان :- أستاذ الإعلام- كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة .