اتجاهات الشباب المصرى نحو الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى وعلاقتها بثقافتهم الدينية

(دراسة ميدانية)

الباحث/ مصطفي طلعت على

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير فى الآداب/ قسم الإعلام/ شعبة الإذاعة (راديو وتلفزيون)/ تخصص تكنولوجيا الفن الإذاعى

إشراف

أ.د/ محمد عبد البديع السيد محمد
أستاذ الإذاعة والتليفزيون بقسم الإعلام
كلية الآداب جامعة بنها

د/ آيه صلاح عبد الفتاح العدوى
مدرس الصحافة بقسم الإعلام
كلية الآداب جامعة المنصورة

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الشباب المصرى نحو الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى وعلاقتها بثقافتهم الدينية، والتأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية المتكونة لدى الشباب المبحوثين من تلك الصفحات بمواقع التواصل الإجتماعى، بالإضافة لثقة المبحوثين فى هذه الصفحات والقائمين عليها، وذلك من خلال إجراء دراسة مسحية على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من الشباب المصرى الذين تتراوح أعمارهم أقل من (20) عاماً إلى (35) عاماً، بأستخدام أداة الإستبيان الإلكترونى، ويوضح الباحث أبرز النتائج التى توصلت إليها الدراسة:

- أن موقع الفيس بوك فى مقدمة مواقع الإجتماعى بنسبة بلغت (58.5%)، يليه واتس آب بنسبة بلغت (44.8%)، ثم المواقع الأخرى.
- أن مدى تعرض المبحوثين للصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى كان "أحياناً" بنسبة بلغت (51.8%)، يليه "دائماً" بنسبة بلغت (41.2%).
- أن الفيديو كان فى مقدمة المحتوى الذى يتابعه المبحوثين داخل الصفحات الدينية الشخصية بنسبة بلغت (61%)، يليه نص مكتوب بنسبة بلغت(37.3%).

- أن أفراد العينة الذين كان تقييمهم للصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى أنها ممتازة وجيدة.
- أن معدل التأثيرات المتكونة لدى الشباب عينة الدراسة كانت مرتفعة.
- وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الشباب المصرى فى المضامين المثارة على الصفحات الدينية الشخصية بمواقع التواصل الإجتماعى، وتنمية الثقافة الدينية لديهم.

الكلمات المفتاحية:

الشباب المصرى – الصفحات الدينية – مواقع التواصل الإجتماعى.

Attitudes of Egyptian Youth Towards Online Personal Religious Pages and their Effect on Religious Information: A Field Stud

Abstract

This Study aims to know the Egyptian youth's attitudes towards personal religious pages on social networking sites and their relationship to their religious culture, and the emotional, cognitive and behavioral influences formed by the young respondents from those pages on social networking sites, in addition to the respondents' confidence in these pages and those in charge of them, by conducting a survey study on a random sample of (400) single Egyptian youth, whose ages range from (20) to (35) years, using the electronic questionnaire tool. The researcher explains the most important findings of the study:

- The Facebook site is at the forefront of social sites with a rate of (58.5%), followed by WhatsApp with a rate of (44.8%), then other sites.
- The extent of the respondents' exposure to personal religious pages on social networking sites was "sometimes" with a rate of (51.8%), followed by "always" with a rate of (41.2%).
- The video was at the forefront of the content that the respondents followed within the personal religious pages, with a rate of (61%), followed by written text, with a rate of (37.3%).
- The respondents who evaluated the personal religious pages on social networking sites were excellent and good.
- The rate of effects formed among young people, the study sample, was high.
- There is a statistically significant correlation between the degree of confidence of Egyptian youth in the contents raised on personal religious pages on social networking sites, and the development of their religious culture.

key words:
Egyptian youth - religious pages - social networking.

المقدمة (Introduction):

تتميز مواقع التواصل الإجتماعى بعدة خصائص: سهولة نشر المحتوى أو الشائعة، وسرعة إرساله للجماهير المختلفة، والإنتشار السريع، وارتفاع عدد المتلقين لهذا المحتوى، وتباين المستخدمين، على اختلاف طبقاتهم وشرائحهم الإجتماعية، ومستوياتهم العلمية والعملية، وكذلك أيدولوجياتهم، وهوياتهم الثقافية، ويظهر هذا واضحاً فى الفيس بوك، فعندما تشترك فى صفحة عامة داخل محيط الفيس بوك (FACEBOOK PAGES) يعنى إنك تود أن تظهر منشورات تلك الجهة فى صفحتك الرئيسية، وهكذا مع استمرارية طلبات الصداقة المرسلة، والإشتراكات فى الصفحات والمجموعات أنت تحدد نوعية المحتوى الذى سيظهر لك فى صفحتك بشكل متتالى.

إن استخدام الوسائل الإجتماعية الرقمية التفاعلية مكن الشباب المصرى من القيام بدور أكثر نشاطاً فى عملية توصيل الأفكار والمفاهيم الدينية والقيم فى المجتمع، من حيث محو الأمية الدينية، مما ساهم فى زيادة المعرفة الدينية حول العادات والتقاليد الدينية الخاصة.

أتاحت هذه الشبكات التفاعلية مشاركة قاعدة عريضة من الشباب فى القضايا المطروحة على الساحة من منظور دينى، من خلال المزايا التفاعلية التى توفرها تلك الشبكات، مثل الإعجاب، والتعليق، والمشاركة، مما لعب دوراً فى تشكيل الهوية الدينية وتوعيتهم دينياً، فضلاً عن تكوين وتدعيم بل وتغيير ثقافتهم الدينية.

شهد المحتوى الدينى الإسلامى بإختلاف أشكاله ومسمياته عبر تطبيقات الوسائط الجديدة إنتشاراً واسعاً وإهتماماً متزيداً، ويظهر هذا من إنشاء العديد من الصفحات عبر مختلف المواقع الإجتماعية ذات طابع دينى إسلامى يركز أصحابها على الموضوعات والقضايا الدينية، وكذ القيم والأخلاق الإسلامية فتحوز بذلك على الملايين من المشتركين، كما يشرف عليها شخصيات ورواد وإعلاميين ربما يكونوا معروفين للعامة والخاصة وذوى إختصاص ويتمتعون بمؤهلات علمية دينية وفقهية، وقد يكون مغمورين وشباب ليسو من ذوى إختصاص بالدين الإسلامى، ولا يملكون إلا أسلوب متميز فى المضمون والطرح.[1]

وهنا يمكنا القول بأن الإعلام الجديد يلعب دوراً هاماً فى عملية التنشئة الإجتماعية الدينية لدى الشباب المصرى، فإستخدام مواقع التواصل الإجتماعى تتيح مشاركة الشباب فى تطوير

القيم والأفكار الدينية، وهذا يتطلب قدراً أكبر من المشاركة الفعالة وتطوير خطاب مشترك من أجل ضمان بُعد أساسى من الثقة بعيداً عن دعوات التطرف والعنف.[2]

كما تعد مواقع التواصل الإجتماعى من أهم سُبل نشر الوعى والثقافة الدينية والدفاع عن الدين الإسلامى وقضايا الأمة، وتعزيز الحوار بين الأديان والحضارات، وذلك للإمكانيات الهائلة التى تتوفر لهذه الوسائل فى الإتصال والتأثير والتى تكسبها ديناميكية حراك فريدة وجديدة.[3]

مشكلة الدراسة:

تستقطب مواقع التواصل الإجتماعى قاعدة عريضة من الجماهير وخاصة فئة الشباب الأكثر استخداماً وتأثراً بها لما يتمتعون به من عطاء وطاقة، وقدرة على التطوير والتغيير بمفردات المجتمع.

نجد أن النشطاء –المعروفين إعلامياً بإسم إنفلونسر– يتواصلون مع جمهور المتابعين عبر الحسابات والصفحات الإجتماعية أنهم مواظبون على النشر على صفحاتهم، ولديهم متابعون بالآلاف بل والملايين، يناقشون قضايا فى مجالات عدة منها سياسية وإجتماعية وأخرى دينية، ولكن فيما يتعلق بالمادة الدينية المعروضة على فضاء الشبكات الإجتماعية أصحبت تواجه تحديات التحريف والتزييف بعد نشر بعض الأشخاص عبر حساباتهم وصفحاتهم الشخصية مسائل دينية وهو ليسوا من ذوى الإختصاص بالعلوم الشرعية.

تحظى منشورات هؤلاء النشطاء سواء كتابات أو صور أو فيديو بعلامات إعجاب رهيبة وحجم تفاعل وكذلك مشاركات، ساهمت فى تشكيل مساحات وتبادل للمادة الدينية من شأنها تأثر على الشباب بالإيجاب أو السلب.

ونخص بذلك صفحة ياسر ممدوح، وأمير منير، وعمر آل عوضه بالإهتمام والبحث ومناقشة ما يطرح من المضامين الدينية، واتجاهات الشباب المصرى نحوها.

الدراسات السابقة:

سيتم عرض بعض من الدراسات السابقة التى تقترب من موضوع الدراسة بصفة مباشرة أو غير مباشرة، وترتيبها ترتيباً من الأحدث إلى الأقدم، وتنقسم هذه الدراسات إلى محورين رئيسيين:

1. دراسات تناولت علاقة الشباب بمواقع التواصل الإجتماعى.
2. دراسات تنولت المضمون الدينى بمواقع التواصل الإجتماعى.

أولاً: الدراسات المتعلقة بعلاقة الشباب بمواقع التواصل الإجتماعى:

1) دراسة "هاجر حلمى" بعنوان (دور مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل وعى الشباب المصرى واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ) (2023).[4]

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل وعى الشباب المصرى واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامى عن طريق تطبيق استبانة على عينة قوامها (400) من الشباب المصرى (ريف، وحضر)؛ بسحب (219) مفردة من الذكور فى مقابل (181) من الإناث.

أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة:

- وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعى المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الإجتماعى فى التوعية بجرائم البيئية وتغيرات المناخ.
- وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الإجتماعى والتأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية الناتجة عن ذلك الإعتماد.
- وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة فى المضامين المعروضة حول الجرائم البيئة وتغير المناخ بمواقع التواصل الإجتماعى والإتجاه نحو دورها فى التوعية بجرائم البيئية وتغيرات المناخ.

2) دراسة "داليا إبراهيم المتبولى" بعنوان (العلاقة بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل الإجتماعى ومستوى الشعور بالإكتئاب والقلق المستقبلى لديهم) (2023).[5]

سعت الدراسة للكشف عن العلاقة بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل الإجتماعى، ومستوى الشعور بالإكتئاب والقلق المستقبلى لديهم، وقد اعتمدت الباحثة فى الدراسة على المنهج المسحى الكمى بإستخدام الإستبيان الإلكترونى كأداة لجمع البيانات من عينة عمدية

قوامها (400) مفردة من الشباب الذين يتعرضون أو يعتمدون على مواقع التواصل الإجتماعى فى حياتهم اليومية، والتى تتراوح أعمارهم ما (45:16) عاماً.

أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة:

- أن الغالبية العظمى من الشباب بنسبة (83%) دائماً ما يتعرضون لمواقع التواصل الإجتماعى، وأن غالبية الشباب يعتمدون على مواقع التواصل الإجتماعى بدرجة كبيرة، حيث بلغت نسبتهم (51.5%)، وأن أغلبية الشباب لديهم دوافع مرتفعة للتعرض لمواقع التواصل الإجتماعى، حيث بلغت نسبتهم (70%).
- وأن موقع الواتس آب فى مقدمة مواقع التواصل الإجتماعى التى يُفضل الشباب الإعتماد عليها بشكل أساسى فى الحياة اليومية بنسبة (85.5%)، يليه موقع الفيسبوك بنسبة (78.5%).
- وأن أغلبية الشباب يحدث لهم درجات تأثير مُتوسطة حيث بلغت نسبتهم (48%).

3) دراسة "حسناء منصور" بعنوان (تأثير تصفح تطبيق تيك توك على درجة الإنتباه والتركيز لدى الشباب السعودى) (2023).[6]

اهتمت الدراسة بتأثير تصفح تطبيق تيك توك على درجة الإنتباه والتركيز لدى الشباب السعودى بالتطبيق على عينة من طالبات كلية الإتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز بإستخدام أداة الإستقصاء، والمنهج التجريبى.

أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة:

- أن (27.1%) من عينة الدراسة يتصفحن تيك توك أكثر من 3 ساعات يومياً، وهناك (25%) يتصفحن من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات يومياً، وجاءت فئة أقل من ساعة فى المركز الأخير بنسبة (19.5%).
- فيما يتعلق بشكل تفاعل العينة مع مقاطع تيك توك أتضح أن"الإعجاب" يأتى فى المرتبة الأولى بوزن نسبى (72.27%)، ثم حفظ المنشور بوزن نسبى (62.64%)، وجاء النشر فى المرتبة الأخيرة بوزن نسبى (54.91%).

4) دراسة "كريمة كمال عبد اللطيف توفيق" بعنوان (شبكات التواصل الإجتماعى ودورها فى تعزيز قيم المواطنة والإنتماء لدى الشباب الجامعى) (2022).[7]

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الإجتماعى فى تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب المصرى، والوقوف على أبرز القضايا التى يحرص الشباب على متابعتها من خلال شبكات التواصل الإجتماعى المختلفة، من خلال إجراء دراسة مسحية على عينة من الشباب المصرى تقدر بحوالى (400) مفردة بإستخدام أداة الإستبيان.

أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة:

- تزايد زمن الإستخدام اليومى لشبكات التواصل الإجتماعى فجاءت المدة من خمس ساعات فأكثر فى الترتيب الأول بنسبة (54.3%).
- جاء موقع الفيس بوك فى الصدارة بنسبة (98.16%) من إجمالى عينة الشباب فى تقييم استخدام شبكات التواصل الإجتماعى من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة، يليه مباشرة تطبيقات مشاركة الفيديوهات (يوتيوب، وتيك توك، سناب تيوب) بنسبة (87.4%) مما يتضح معه أهمية المحتوى المرئى بوسائله الإقناعية للشباب.

ثانياً: الدراسات التى تناولت المضمون الدينى بمواقع التواصل الإجتماعى:

1) دراسة "نورا فتحى محمد السيد" بعنوان (دور الخطاب الدينى الرسمى عبر مواقع التواصل الإجتماعى فى ضبط المجال الدينى الرقمى) (2023).[8]

يهدف البحث لمعرفة اتجاهات الشباب المصرى نحو الخطاب الدينى الرقمى بشكل عام، والرسمى بشكل خاص، ويندرج البحث ضمن البحوث الكمية والكيفية، وذلك بالإعتماد على المنهج الوصفى الميدانى بإستخدام الإستبيان الإلكترونى، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها (400) مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعى من الشباب المصرى، فى الفئة العمرية من (17:39) سنة.

أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة:

- ثقة المبحوثين فى المؤسسات الدينية الرسمية عامة، والمؤسسة الأزهرية خاصة، ومن ثم تزايد الفرص أمام تلك المؤسسات الدينية للمضى قدماً فى دورها بضبط المجال الرقمى الدينى إذ كان لمصر الصدارة فى التوجه الرسمى لرقمنة الخطاب الدينى وضبط الفضاء الرقمى الدينى.

- كما جاءت اقتراحات المبحوثين لزيادة فعالية الخطاب الدينى الرسمى بموقع فيسبوك متمثلة فى تبنى القضايا بشكل أكثر موضوعية، ثم تحسين مضمون الرسالة الدينية بأسلوب مبتكر يعزز ثقافة الصورة المعبرة، فالتعريف بالحسابات الرسمية للمؤسسات الدينية بين أواسط الشباب.

2) دراسة "صبرى خالد عبدالهادى" بعنوان (دور مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو ظاهرة الإرهاب الإلكترونى) (2022).[9]

هدفت الدراسة إلى تسلط الضوء على الدور الذى تقوم به مواقع التواصل الإجتماعى وأبرز التأثيرات التى تخلقها فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو ظاهرة الإرهاب الإلكترونى، تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واعتمد فيها الباحث على منهج المسح، بإستخدام صحيفة الإستقصاء الإلكترونية للحصول على النتائج من خلال عينة عمدية من مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعى مكونة من (400) مفردة، بإستخدام نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام.

أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة:

- أن (87.8%) من عينة الدراسة يتابعون مواقع التواصل الإجتماعى لأنها تمتاز بصدق معلوماتها، بينما (84%) من عينة الدراسة أوضحت أنها تتابعها لأنها تناقش قضايا مهمة فى المجتمع بكل حرية، وجاء فى المركز الأخير كلا من لأنها تعطينى فكرة عن كل ما يحدث فى العالم، ولأنها تقدم تغطية حية من موقع الحدث بنسبة (79.8%).

- جاءت خاصية التفاعل فى مقدمة الأسباب التى يتابع بسببها عينة الدراسة أحداث الإرهاب الإلكترونى من خلال شبكات التواصل الإجتماعى بنسبة (94.1%)، بينما جاء فى المركز الثانى لأنها تغطى كافة الأحداث (88%)، وفى المركز الأخير جاء لأنها تتسم بالجرأة فى عرض الأخبار بنسبة (86.5%).

3) دراسة "فاطمة السالم" بعنوان (مواقع التواصل الإجتماعى والتطرف الفكرى) (2022).[10]

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الإجتماعى فى الترويج للتطرف الفكرى، وأبرز دوافع التطرف الفكرى من وجهة نظر طلبة جامعة الكويت، واعتمدت الدراسة

على منهج المسح من خلال أداة الإستبانة الإلكترونية، حيث طبقت على عينة بلغت(1602) من طلبة جامعة الكويت، بواقع (310) من الذكور و(1292) من الإناث جرى اختيارهم بطريقة غير إحتمالية.

أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة:

- أن غالبية أفراد العينة اتفقوا على أن الجماعات الإرهابية تنشر معتقدات خاطئة ذات صلة بالدين، وأنها تمثل انحرافاً بالدين، كما اتفق الشباب أفراد العينة على أن مواقع التواصل الإجتماعى تروّج للإنحلال الأخلاقى، وأنها مكرسة لبث الطائفية.
- وتؤكد اتفاق الشباب على أن ما تقوم به الجماعات الإرهابية والمتطرفة يعد تحريفاً للدين، وأن ما تنشره عبر هذه المواقع ما هو إلا تحريف لمفاهيم الدين ونشر الطائفية والفرقة بين أفراد المجتمع.

4) دراسة "هالة محيى الدين بكر" بعنوان (تعرض طلاب الثانوية الأزهرية للصفحات الدينية الإسلامية على مواقع التواصل الإجتماعى وعلاقته باتجاهاتهم نحو الخطاب الدينى بعد 30 يونيو) (2019).[11]

هدفت إلى التعرف على العلاقة بين تعرض طلاب الثانوية الأزهرية للصفحات الدينية على مواقع التواصل الإجتماعى واتجاهاتهم نحو الخطاب الدينى، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامى.

أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة:

- كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للصفحات الدينية الإسلامية على الفيس بوك كلما كانت توجهاتهم نحو الخطاب الدينى إيجابية وراضية عن مضمون الخطاب.
- كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للشبكات الإجتماعية كلما زادت فرص تعرضهم لمعلومات ومضامين دينية أكبر.
- كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للمضامين الدينية عبر الصفحات الإسلامية على موقع الفيس بوك كلما زادت درجة تفاعلهم معها.
-

التعليق على الدراسات السابقة:

1) تم رصد العديد من الدراسات التى تنولت مواقع التواصل الإجتماعى وعلاقة الشباب بها منها، **دراسة هاجر حلمى (2023)** التى تناولت دور مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل وعى الشباب المصرى واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، **ودراسة داليا إبراهيم المتبولى (2023)** التى وضحت العلاقة بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل الإجتماعى ومستوى الشعور بالإكتئاب والقلق المستقبلى لديهم، أكدت أغلب الدراسات السابق ذكرها المتعلق بهذا المحور على أن الشباب يستخدم مواقع الإجتماعية للتزود بالمعلومات ومتابعة الأخبار، وزيادة الثقافة العامة، ومنهم ما يستخدمها للتسلية، كما رصدت اعتماد الشباب على فضاء الشبكات الإجتماعية وما يترتب على هذا من تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية.

2) أشارت بعض الدراسات السابقة إلى أن القائمين على المادة الدينية عبر مواقع التواصل الإجتماعى يستخدمون أساليب واستراتيجيات إقناعية عاطفية للتأثير على المتلقى.

3) اتفقت دراستنا الحالية والدراسات السابقة فى استخدام منهج المسحى الإعلامى، وتم الإعتماد على الإستبانة كأداة لجمع البيانات.

الإفادة من الدراسات السابقة:

1. التعرف على أهم المناهج والأساليب المستخدمة فى الدراسات السابقة، وبالأخص الأساليب التى يستخدمها الباحث، مثل منهج الدراسات المسحية.
2. التعرف إلى نظريات الإتصال المناسبة لموضوع الدراسة حيث تم اختيار نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام لتطبيقها فى الدراسة الحالية.
3. أفادت النتائج التى توصلت إليها الدراسات السابقة الباحث فى بلورة المشكلة البحثية، وتحديد أهداف الدراسة، وفى وضع فروض الدراسة وتساؤلاتها.
4. الإستفادة من نتائج الدراسات السابقة فى مقارنتها مع نتائج الدراسة الحالية ومناقشة نتائجها وتفسيرها.

أهمية الدراسة:

تأتى أهمية هذه الدراسة، من خلال العوامل الآتية:

1. ن القائمين على هذه المضامين الدينية ليسوا من ذوى الإختصاص فى العلوم الشرعية، الأمر الذى يتطلب التركيز فيه، فمصادر التشريع فى مصر ثلاثة، الأزهر الشريف، ودار الإفتاء المصرية، ووزارة الأوقاف المصرية.
2. التأكيد على دور المؤسسات الدينية الرسمية المصرية فى مناقشة المسائل والقضايا الدينية المطروحة على الساحة الدينية، وذلك عبر صفحاتها الرسمية على مواقع التواصل الإجتماعى.
3. زيادة الدعوات لتفعيل وتجديد الخطاب الدينى والوعى الدينى، لذا باتت من النقاشات المطروحة على الساحة الوطنية والإقليمية والدولية فى ظل الوضع الراهن الذى تمر به الأمة الإسلامية حول العالم من ظهور جماعات متطرفة تلبس ثوب الإسلام، وتسعى إلى السيطرة على عقول الشباب عبر المنصات الإجتماعية.
4. إكتشاف قلة الدراسات التى أهتمت بالصفحات الدينية على مواقع التواصل الإجتماعى، ودورها فى تشكيل الثقافة الدينية لدى الشباب.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسى للدراسة فى التعرف على اتجاهات الشباب المصرى نحو الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى وعلاقتها بثقافتهم الدينية، وينبثق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية على النحو التالى:

1. مدى ثقة الشباب المبحوثين فى الصفحات الدينية الشخصية، والقائمين عليها عبر مواقع التواصل الإجتماعى كمصدر للمعلومات الدينية.
2. رصد التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية المتكونة لدى الشباب المبحوثين من الصفحات الدينية الشخصية بمواقع التواصل الإجتماعى.
3. تقييم المبحوثين –عينة الدراسة– للصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى.
4. التعرف على مدى تعرض الشباب للصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى.

تساؤلات الدراسة:

1. إلى أى مدى يثق الشباب المبحوثين فى الصفحات الدينية الشخصية، والقائمين عليها عبر مواقع التواصل الإجتماعى كمصدر للمعلومات الدينية؟
2. ما أهم مظاهر التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية المتكونة لدى الشباب المبحوثين من تلك الصفحات؟
3. ما تقييم المبحوثين للصفحات الدينية الشخصية؟
4. إلى أى مدى يتعرض الشباب للصفحات الدينية الشخصية؟

فروض الدراسة:

هناك مجموعة من الفروض تسعى الدراسة الميدانية إلى التحقق من صحتها أو عدم صحتها:

1. توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الشباب المصرى فى المضامين المثارة على الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى وتنمية الثقافة الدينية لديهم.
2. توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الشباب المصرى للصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى، والتأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية المتكونة لديهم.
3. توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب عينة الدراسة للصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى وتقييمهم لها.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة فيما يلى:

- **حدود موضوعية:** تقتصر الدراسة الحالية على اتجاهات الشباب المصرى نحو الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى وعلاقتها بثقافتهم الدينية.
- **حدود مكانية:** وتتمثل فى محافظتي القاهرة من الوجه البحرى، قنا من الوجه القبلى.
- **حدود بشرية:** وتتمثل فى الشباب المصرى من الجنسين، والذى يتراوح سنهم بين أقل من (20) إلى (35) سنة.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة :

وفقاً لطبيعة المشكلة البحثية المقترحة تنتمى هذه الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية التى تستهدف تصوير وتحليل ظاهرة معينة، وهى الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى وعلاقتها بثقافة الشباب الدينية، واتجاهاتهم نحوها.

منهج الدراسة:

تم استخدام منهج المسح الإعلامى ويستخدم من خلال منهج المسح بالعينة لجمهور الشباب الذى يمثل شريحة عمرية كبيرة من المجتمع المصرى، كمنهج أساسى فى جمع وتحليل كافة البيانات والمعلومات من قبل المبحوثين، للتعرف على معدل متابعتهم للمضمون الدينى على الصفحات الدينية الشخصية عبر مواقع التواصل الإجتماعى.

مجتمع الدراسة وعينته:

يتمثل مجتمع الدراسة فى الشباب المصرى الذين تتراوح أعمارهم ما بين أقل من (20) سنة إلى (35) سنة، ويتم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة بحيث تلبى احتياجات الدراسة، وتخدم أهدافها، وتختبر فرضياتها، وتجيب عن أسئلتها، وتتمثل العينة فى (400) مفردة من الذكور والإناث بمحافظتى القاهرة كنموذج لمحافظات الوجه البحرى، وقنا لمحافظات الصعيد.

وصف عينة الدراسة:

جدول رقم (1)

وصف عينة الدراسة

البيانات الشخصية		الذكور		الإناث		الإجمالى	
		ك	%	ك	%	ك	%
النوع		248	62	152	38	400	100
السن	أقل من 20 سنة	24	9.7	37	24.3	61	15.2

	من 20 إلى 25 سنة	110	44.4	57	37.5	167	41.8
	من 25 إلى 30 سنة	67	27	38	25	105	26.2
	من 30 إلى 35 سنة	47	19	20	13.2	67	16.8
	الإجمالى	248	62	152	38	400	100
الحالة الإجتماعية	أعزب/ عزباء	135	54.4	88	57.9	223	55.8
	متزوج/ متزوجة	108	43.5	58	38.2	166	41.5
	مطلق/ مطلقة	3	1.2	5	3.3	8	2
	أرمل/ أرملة	2	0.8	1	0.7	3	0.7
	الإجمالى	248	62	152	38	400	100
محل الإقامة	ريف	108	43.5	57	37.5	165	41.2
	حضر	140	56.5	95	62.5	235	58.8
	الإجمالى	248	62	152	38	400	100
المستوى التعليمى	أقل من المتوسط	3	1.2	0	0	3	0.8
	تعليم متوسط	15	6	7	4.6	22	5.4
	فوق متوسط	40	16.1	31	20.4	71	17.8
	جامعى	148	59.7	81	53.3	229	57.2
	فوق الجامعى	42	16.9	33	21.7	75	18.8
	الإجمالى	248	62	152	38	400	100
الدخل الشهرى	أقل من 3000 جنيه	100	40.3	65	42.8	165	41.2
	من 3000 إلى 6000 جنيه	92	37.1	55	36.2	147	36.8
	من 6000 إلى 9000 جنيه	30	12.1	17	11.2	47	11.8
	من 9000 فأكثر	26	10.5	15	9.9	41	10.2
	الإجمالى	248	62	152	38	400	100

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الديموجرافية لأفراد عينة الدراسة؛ حيث جاءت على النحو التالى:

- **من حيث النوع:** بلغت نسبة الذكور (62%)، بينما بلغت نسبة الإناث (38%).
- **من حيث العمر:** تراوحت أعمار غالبية المبحوثين بين (25:20) عاماً، حيث بلغت نسبتهم (41.8%)، منهم (44.4%) من الذكور، والإناث (37.5%)، تلاهم من تراوحت أعمارهم بين (30:25) عاماً، بنسبة بلغت (26.2%)، منهم (27%) من الذكور، والإناث (25%)، ثم يليهم من تراوحت أعمارهم بين (35:30) عاماً، حيث بلغت نسبتهم

(16.8%)، منهم (19%) من الذكور، والإناث (13.2%)، وجاء فى الترتيب الأخير من تراوحت أعمارهم إلى أقل من (20) عاماً، بنسبة بلغت (15.2%)، منهم (9.7%) من الذكور، والإناث (24.3%).

- **من حيث بالحالة الإجتماعية:** يأتى فى الترتيب الأول أعزب/ عزباء بنسبة (55.8%)، منهم (54.4%) من الذكور، والإناث (57.9%)، وجاء فى الترتيب الثانى متزوج/ متزوجة بنسبة (41.8%)، منهم (43.5%) من الذكور، والإناث (38.2%)، تلاهم بفارق نسبى كبير مطلق/ مطلقة بنسبة (2%)، منهم (1.2%) من الذكور، والإناث (3.3%)، وأخيراً أرمل/ أرملة بنسبة (0.7%)، منهم (0.8%) من الذكور، والإناث (0.7%).

- **من حيث محل الإقامة:** جاء غالبية المبحوثين من سكان الحضر بنسبة بلغت (58.8%)، منهم (56.5%) من الذكور، والإناث (62.5%)، يليهم سكان الريف بنسبة بلغت (41.2%)، منهم (43.5%) من الذكور، والإناث (37.5%).

- **من حيث المستوى التعليمى:** كان أغلبهم من جامعيين بنسبة بلغت (57.2%)، منهم (59.7%) من الذكور، والإناث (53.3%)، تلاهم الحاصلون على دراسات عليا بنسبة بلغت (18.8%)، منهم (16.9%) من الذكور، والإناث (21.7%)، وجاء فى الترتيب الثالث الحاصلون على تعليم فوق المتوسط بنسبة بلغت (17.8%)، منهم (16.1%) من الذكور، والإناث (20.4%)، تلاهم بفارق نسبى كبير الحاصلون على تعليم متوسط بنسبة بلغت (5.4%)، منهم (6%) من الذكور، والإناث (4.6%)، ثم الحاصلون على تعليم أقل من المتوسط بنسبة بلغت (0.8%)، منهم (1.2%) من الذكور، والإناث (0%).

- **من حيث متوسط الدخل الشهرى للأسرة:** فجاءت نسبة من يقل دخلهم عن 3000ج فى الترتيب الأول بنسبة بلغت (41.2%)، منهم (40.3%) من الذكور، والإناث (42.8%)، فى حين بلغت نسبة من يتراوح دخلهم بين (3000:6000ج) (36.8%)، منهم (37.1%) من الذكور، والإناث (36.2%)، وجاء ثالثاً من يترواح دخلهم بين (6000:9000ج) بنسبة بلغت (11.8%)، منهم (12.1%) من الذكور، والإناث

(11.2%)، وأخيراً بلغت نسبة من يرتفع دخلهم عن (9000ج) (10.2%)، منهم (10.5%) من الذكور، والإناث (9.9%).

يرى الباحث من خلال النتائج السابقة تفوق الذكور على الإناث؛ حيث تم الإعتماد على عينة عشوائية من مجتمع الدراسة؛ لذلك كانت الأعداد متفاوتة بين الذكور والإناث.

أدوات جمع البيانات:

تتحدد أدوات جمع البيانات، التى اعتمدت عليها الدراسة محل البحث، على استمارة الإستبيان الإلكترونى، حيث قام الباحث بتصميم استمارة استبيان إلكترونى حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة.

إجراءات الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الإستبيان فى جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالى:

أ. **اختبار الصدق (Validity):**

ويعنى الصدق الظاهرى صدق المقياس المستخدم ودقته فى قياس المتغير النظرى أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم فى البحث، تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الإستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين فى مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

ب. **اختبار الثبات (Reliability):**

ويقصد به الوصول إلى إتفاق متوازن فى النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أى محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التى تؤدى لظهوره فى كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالى:

قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم صحيفة الإستبيان، والذى وصل إلى (86.3%)، مما يؤكد ثبات الإستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

التحليل الإحصائى للبيانات:

قام الباحث بالإستعانة ببرنامج التحليل الإحصائى (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة فى الدراسة الحالية فى كافة اختبارات الفروض والعلاقات الإرتباطية ومعامل الإنحدار فى قبول نتائج الإختبارات الإحصائية عند درجة ثقة(95%) فأكثر، أى عند مستوى معنوية(0.05) فأقل.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أولاً: المقاييس الوصفية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابى.
- الإنحراف المعيارى، وهو الذى يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابى.
- الوزن النسبى الذى يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
- كا2 (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الأسمية.
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف إختصاراً بإسم (ANOVA).

ثالثاً: معاملات الإرتباط (Correlation):

- معامل إرتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

الإطار النظرى للدراسة:

نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory):

لقد ظهرت نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام نتيجة اهتمامات البحوث فى كل من علم النفس (Psychology)، وعلم الإجتماع (Sociology)، وعلاقات الإعتماد تم مناقشتها لأول مرة على يد عالم الإجتماع (Emerson) عام (1962)، حيث اختبر العلاقة بين

الإعتماد والسلطة (Power)، فلاحظ أن قوة العامل (أ) متوقفة على المصادر التى يمتلكها العامل (أ) والتى يتطلبها العامل (ب)، حيث أن العامل (ب) لديه علاقة اعتماد بالعامل (أ). ثم قدما كل من بول روكيتش وديفلير (Ball Rokeach and Defleur) عام (1976) نسخة مبكرة من نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام فى نموذج الإعتماد والتأثيرات الإعلامية (Model of media effects)، حيث أرادوا فهم التأثيرات الإعلامية من خلال تحليل النظام الإعلامى والنظام الإجتماعى والجمهور، فقد أكدا أن الإهتمام بالنظام الإجتماعى مهم لفهم تأثيرات وسائل الإعلام، حيث تمتلك وسائل الإعلام المعلومات (Holding information)، التى ربما لا يستطيع الأفراد الحصول عليها من مصدر آخر[12]، كما قدمت فيما بعد بول روكيتش (Ball Rokeach) ورقة بعنوان مفهوم المعلومات (The information perspective)، والتى دعت فيها إلى تغيير النظرة لوسائل الإعلام بأنها وسائل إقناعية إلى كونها نظاماً للمعلومات (An information system).[13]

وتتنبأ نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام بأن الفرد يعتمد على المعلومات التى تقدمها وسائل الإعلام وتحقيق أهداف معينة؛ ولكن الفرد لا يعتمد على وسائل الإعلام كلها بشكل متساوٍ، وهناك عاملان يحددان كيف يكون اعتماد الفرد على وسائل الإعلام هما:[14]

- **العامل الأول:** أن الفرد يصبح أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام التى تغطى مجموعة من احتياجاته فى حين لا يعتمد على وسائل الإعلام التى تشبع احتياجات محددة لديه، فوسائل الإعلام يمكنها أن تقوم بعدد من الوظائف مثل تقديم التقارير الإخبارية والمحتوى الترفيهى ولبعض الأفراد تكون تلك الوظائف أكثر أهمية من الأخرى، ويكون اعتماد الفرد على وسائل الإعلام لنيل المعلومات إذا كانت المعلومات التى تقدمها ذات أهمية محورية بالنسبة لهذا الفرد.
- **العامل الثانى:** يتمثل فى الإستقرار الإجتماعى والصراع فعندما يكون التغيير الإجتماعى أو الصراع مرتفعاً؛ فإن المؤسسات والمعتقدات والممارسات تجبر على إعادة تقييم وإيجاد اختيارات جديدة متمثلة فى استهلاك وسائل الإعلام.

إن الفكرة الجوهرية للنظرية تقوم على أساس أن المتغير الأساسى لفهم كيف، ومتى، ولماذا تؤثر الوسائل الإعلامية فى معتقدات الجمهور وأحاسيسهم أو سلوكهم، هو درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، والاعتماد عليها وفقاً لهذا الإطار يعرف كعلاقة يستطيع من خلالها الأفراد إنجاز أهدافهم بناءاً على مصادر معلومات النظام الإعلامى.[15]

توظيف هذه نظرية فى تفسير موضوع الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة فى إطارها النظرى على مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام بإعتباره يركز على الوسيلة وهى الصفحات الدينية الشخصية عبر مواقع التواصل الإجتماعى، ودرجة أهميتها لدى الفرد لكى يستقى معلوماته الدينية منها، كما أنه يعد أحد المداخل التى تشكل علاقة الجمهور مع وسائل الإعلام، وتأتى أهمية الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى فى تنمية الثقافة الدينية لدى الشباب المصرى، واستخدام ذلك المدخل من اعتماده على تحقيق الشباب أهداف محددة نتيجة استخدامه لمصادر المعلومات المتمثلة فى الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل، ومنها على سبيل المثال: الأهداف المعرفية، الوجدانية، السلوكية؛ لذا فإن هذا المدخل يمثل الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بتأثير الصفحات الدينية الشخصية على الثقافة الدينية لدى الشباب.

وبتطبيق افتراضات هذه النظرية على الدراسة الحالية يلجأ الشباب إلى وسائل الإعلام المتمثلة هنا فى الصفحات الدينية الشخصية عبر الفضاء الإجتماعى للحصول على معلومات تلبى حاجاته، وأهدافه الشخصية الإجتماعية؛ لتنمية ثقافته الدينية، وهذا ما يفسر العلاقة الوطيدة بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور.

وأنه كلما زاد اعتماد الأفراد على الصفحات الدينية الشخصية وتأثروا بما تقدمه، زاد الدور الذى يمكن أن تلعبه هذه الصفحات فى حياتهم، وكلما زاد المجتمع تعقيداً زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية والإجتماعية التى تتطلب الوصول إلى مصادر المعلومات من خلال الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

اتجاه: تعرف الإتجاهات إنها المواقف التى يتخذها الإنسان نحو البيئة سواء كانت أشياء ملموسة أو غير ملموسة.

الشباب: يعرف الباحث الشباب إجرائياً بأنهم القطاع الأكبر من المجتمع المصرى، وتتراوح أعمارهم ما بين أقل من (20) إلى (35) سنة، وتتميز هذه الفئة بالطاقة والعطاء، ودخ دماء جديدة داخل المجتمع، وقدرتها على التطوير والتغيير فهم وقود العمل.

مواقع التواصل الإجتماعى: هى مواقع المنتشرة على الشبكة الدولية، حيث ظهرت على شبكة الإنترنت مع ما يعرف بالجيل الثانى للويب (WEB2)، بهدف ربط الأفراد ببعضهم البعض وجعلهم يتواصلون فيما بينهم.

الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى: يعرفها الباحث إجرائياً الصفحات التى تتناول المسائل والقضايا الدينية المطروحة على الفيس بوك، وتويتر، والإنستغرام، إلخ...، وهى صفحات دينية غير رسمية تتبع أشخاص بعينهم ولا تتبع جهات رسمية بعينها، مثل الصفحة الخاصة بالداعية عمر آل عوضه، والصفحة الخاصة بالداعية ياسر ممدوح، والصفحة الخاصة بالداعية أمير منير.

الثقافة الدينية: مجموعة المعارف والمعلومات النظرية، والخبرات العملية، التى يكتسبها الإنسان، ويحدد على ضوئها طريقة تفكيره، ومنهج سلوكه فى الحياة.[16]

الإطار المعرفى:

مفهوم شبكات التواصل الإجتماعى[17]:

تنوعت المفاهيم والتعريفات التى تناولت الشبكات الإجتماعية؛ وذلك للتغيرات السريعة التى باتت سمة هذه الشبكات يوماً بعد يوم، فبينما ينظر لها البعض على أنها خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والإهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين، يعرفها آخرون على أنها "عبارة عن تطبيقات تكنولوجية الكترونية قائمة على نظم الجيل الثانى للويب لتحقيق التواصل والتفاعل بين مختلف الأفراد المنتشرين حول العالم بالمراسلات المكتوبة والمسموعة والمرئية مع تحقيق الإتصال الفورى والمرجأ بما يحقق أكبر فائدة لتجميع الشعوب فى موقع للتواصل من بعد.

وبالنظر إلى التطور المستمر فى هذه الشبكات ودورها المتنامى فى عالم الإتصال نلاحظ تعدد وتنوع التعريفات التى تناولت هذه الشبكات، ولكن بالتدقيق نلحظ وجود عناصر مشتركة متعددة بين هذه التعريفات وذلك من قبيل:

1- وجود ملفات شخصية تعريفية بالمستخدم (Profiles).

2- تنوع أساليب وطرق التواصل داخل هذه الشبكات، فهى إما كتابية أو صوتية أو صورية أو تجمع بينهما بإستخدام الوسائط المتعددة.

3- وجود طرق وبرمجيات متعددة للربط بين المستخدمين بناء على المعلومات الشخصية المقدمة.

4- توفر إمكانات متعددة لهذه الشبكات من حيث التحكم بالخصوصية أو النشر وغير ذلك.

أقسام مواقع التواصل الإجتماعى[18]:

يمكن تقسيم مواقع التواصل الإجتماعى على النحو الآتى:

1. شبكة الأنترنت (Online) وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الإلكترونى، فهى بالنسبة للإعلام تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث.

2. تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة، ومنها أجهزة الهاتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها، وتعد الأجهزة المحمولة منظومة خامسة فى طور التشكل.

3. أنواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون "مواقع التواصل الإجتماعى للقنوات والإذاعات والبرامج" التى أضيفت إليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والإستجابة للطلب.

مفهوم الثقافة الدينية:

إن الثقافة الدينية تعرف بأنها: المعارف التى كانت العقيدة الإسلامية سبباً فى بحثها، كعلم التوحيد، والنقد، والتفسير، والحديث، وعلوم القرآن، وعلوم الحديث، وعلوم اللغة العربية،

ومصطلح الحديث، وعلم الأصول، فهذه كلها ثقافة إسلامية؛ لأن العقيدة الإسلامية هى السبب فى نشوئها وبحثها.

والثقافة الإسلامية بهذا المفهوم تنبع من الدين، فالدين الإسلامى مصدرها، وهذه الثقافة تعتمد على الشريعة المتمثلة فى كتاب الله، وسنة الرسول محمد -عليه صلاة والسلام-، وأن الجانب المعيارى فى هذه الثقافة هو: جانب الشريعة، وهو جانب إلهى ثابت يصف ما يجب أن تكون عليه الحياة على الأرض بمن عليها، وما عليها، ولذلك فهو جانب مطلق وملزم، أما جانبها التطبيقى العملى فهو لازم لزوماً حتمياً للجانب المعيارى.[19]

والثقافة الإسلامية بالمفهوم السابق تؤكد الصلة الدائمة بين المسلم وربه، وذلك من خلال تمرسه بها يومياً، وهى ثقافة عابدة، لأنها تجعل الإنسان يفرد ربه بالعبودية، ويخصه بالحاكمية.[20]

أهداف الثقافة الإسلامية:

1. تكوين الشخصية الإسلامية: المتميزة فى معارفها، المطبقة لثوابت معتقداتها وشرائع ربها، المعتزة بإسلامها، المطلعة على ثقافة عصرها، المتبنية لقضايا أمتها.
2. عرض الإسلام عرضاً مبسطاً يتلاءم مع روح العصر، وأساليب منابره الدعائية والإعلامية.
3. إلقاء الضوء على التحديات التى تواجه المسلمين، وترسم لهم طريق الخلاص وسبيل النجاة.[21]

أساليب الثقافة الدينية:[22]

تعتمد الثقافة الدينية على مجموعة من الأساليب كأساليب تربوية لتنمية الشخص تنمية متكاملة ونستطيع إيجاز أهم هذه الأساليب فيما يلى:

1. أسلوب القدوة الحسنة.
2. أسلوب الترغيب والترهيب.
3. أسلوب التوجيه والموعظة الحسنة.
4. أسلوب القصة.

5. أسلوب المناقشة والحوار والإقناع.
6. استخدام الأساليب الحسنة.
7. أسلوب استثمار وقت الفراغ.
8. أسلوب المشاركة.
9. أسلوب النماذج الأمثلة.
10. استخدام الأساليب الحسية.
11. أسلوب استخدام الأحداث والظروف والمواقف فى مجال التعليم.

النتائج العامة للدراسة:

- أن مدى متابعة مواقع التواصل الإجتماعى بشكل عام جاء فى المقدمة "دائماً" بنسبة بلغت (62.3%)، يليه "أحياناً" بنسبة بلغت (29.5%)، وأخيراً "نادراً" بنسبة بلغت (8.2%).
- أن موقع "الفيس بوك" جاء فى طليعة مواقع التواصل الإجتماعى المستخدمة بكثرة يومياً بنسبة بلغت (58.5%)، يليه فى الترتيب الثانى تطبيق المراسلة "واتس آب" بنسبة بلغت (44.8%)، ثم موقع "اليوتيوب" بنسبة بلغت (35.5%)، يليه تطبيق "الإنستاجرام" بنسبة بلغت (33.3%)، وأخيراً موقع التيك توك بنسبة بلغت (32.3%).
- أن معدل تصفح الشباب المصرى لمواقع التواصل الإجتماعى يومياً "ثلاث ساعات فأكثر يومياً" بنسبة بلغت (40.2%)، يليه "من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً" بنسبة بلغت (22.8%)، ثم "من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً" بنسبة بلغت (22.2%)، وأخيراً "أقل من ساعة يومياً" بنسبة بلغت (14.8%).
- أن دوافع استخدام الشباب المصرى مواقع التواصل الإجتماعى جاء فى الترتيب الأول "متابعة الأخبار لمعرفة ما يدور حولى من أحداث" بنسبة بلغت (52.5%)، وفى الترتيب الثانى جاء "التواصل مع الآخرين" بنسبة بلغت (45.5%)، وجاء فى الترتيب الثالث "تنمية المعارف والإدراك وتوسيع الثقافة" بنسبة بلغت (43.3%)، وحَل رابعاً " التسلية والترفية" بنسبة تقدر بـ (42%)، %)، وفى الترتيب الخامس جاء "التعلم والتعليم" بنسبة تقدر بـ (34.3%)، وجاء "مشاركة ملفات ومستندات وتبادل صور وفيديوهات مع الآخرين" سادساً

بنسبة بلغت (32%)، وجاء فى الترتيب السابع "التصفح الدينى" بنسبة بلغت (23.3%)، وفى الترتيب الأخير جاء " طبيعة عملى تتطلب استخدام مواقع التواصل الإجتماعى" بنسبة بلغت (20.8%).

- جاءت طبيعة تفاعل المبحوثين مع مضامين المواقع الإجتماعية "مرتفعة" فى المقدمة بنسبة بلغت (63%)، ثم "متوسطة" بنسبة بلغت (34.3%)، فى حين كانت "منخفضة" فى الترتيب الأخير بفارق نسبى كبير بلغ (2.7%).
- أن مدى تعرض الشباب المصرى للصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى جاء "أحياناً" بنسبة بلغت (51.8%)، ثم فى الترتيب الثانى جاء "دائماً" بنسبة بلغت (41.2%)، وجاء فى الترتيب الأخير من ذكر "نادراً" بنسبة بلغت (7%).
- كانت اتجاهات الشباب المصرى نحو الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى "مرتفعة" بنسبة بلغت (58.8%).
- يشترك الشباب المصرى عينة الدراسة فى أكثر من ثلاث صفحات على مواقع التواصل الإجتماعى بنسبة بلغت (37%).
- يتابع الشباب المصرى عينة الدراسة الفيديو أولاً بنسبة بلغت (61%)، ثم نص مكتوب بنسبة بلغت (37.3%) داخل الصفحات الدينية الشخصية بمواقع التواصل الإجتماعى.
- يستخدم القائمين على الصفحات الدينية الشخصية عينة الدراسة أسلوب التفسير والإيضاح أولاً بنسبة بلغت (58.5%)، ثم أسلوب عرض الأدلة والبراهين بنسبة بلغت (45.8%).
- يعتمد القائمين على الصفحات الدينية الشخصية عينة الدراسة على القرآن الكريم كمصدر أولى للمحتوى بنسبة بلغت (53.8%)، ثم "السنة الشريفة" بنسبة بلغت (25.2%).
- كانت اتجاهات الشباب المبحوثين نحو المضامين الدينية المقدمة على الصفحات الدينية الشخصية بمواقع التواصل الإجتماعى مرتفعة بنسبة بلغت (54.4%).
- يتفاعل الشباب المبحوثين مع المضمون الدينى الذى يطرح على الصفحات عينة الدراسة بعلامة الإعجاب.

- جاءت طريقة الطرح العنصر الأكثر جذب للشباب المصرى فى المضمون الدينى الذى يطرح على الصفحات عينة الدراسة.
- جاءت الأخلاق والمعاملات فى مقدمة الموضوعات المطروحة على الصفحات عينة الدراسة.
- يقدم المحتوى الدينى داخل الصفحات عينة الدراسة على شكل أقوال وحكم.
- يتابع الشباب المصرى الصفحات عينة الدراسة للحصول على تفسير للآيات القرآنية المباركة.
- كان تقييم الشباب المصرى للصفحات عينة الدراسة مابين جيدة وممتازة.
- جاءت التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية المتكونة لدى الشباب مرتفعة.
- وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الشباب المصرى فى المضامين المثارة على الصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى وتنمية الثقافة الدينية لديهم.
- وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض عينة الدراسة للصفحات الدينية الشخصية على مواقع التواصل الإجتماعى، وتقييمهم لها.
- وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب للمضامين المثارة على الصفحات الدينية الشخصية بمواقع التواصل الإجتماعى ودرجة الثقة فى تلك الصفحات.

التوصيات

- حديث العلماء والدعاة المسلمين المتخصصين بالعلوم الشرعية فى مواقع التواصل الإجتماعى عن المشاكل التى تواجه المجتمع الإسلامى المصرى، وأن تكون أكثر شدة، وأن تلعب على ثقة الجمهور أكثر من ذلك.
- نشر المحتوى المتعلق بالأمور الدينية على الصفحة الرسمية التابعة للأزهر الشريف أو الإتحاد العالمى لعلماء المسلمين بلغات مختلفة حول العالم، وإطلاق ثقافة التعايش والحوار بين الأديان والثقافات المختلفة؛ ليستطيع أبناء مختلف الحضارات الإنسانية التواصل فيما بينهم حول القضايا الدينية.

- إقامة حوار مجتمعى بصفة دائمة بين الجيل الرقمى الجديد وعلماء الأزهر الشريف؛ للتعريف بالدين الإسلامى ومنهجه ووسطيته، وكذلك محاربة العناصر المتطرفة التى تتخذ من مواقع التواصل الإجتماعى منبراً لها لنشر أفكارهم الهدامة بين الشباب.
- تفسير وإعطاء الرأى الدينى الصحيح للمسائل المستحدثة فى المجتمع حتى لايقع المجتمع فى آراء عدم التخصص، من خلال سرعة الرد على الصفحات التابعة للمؤسسات الدينية الرسمية، والتوضيح الكامل للمعلومات التى تصدرها الصفحة.
- توصى الدراسة تسهيل عمل الدعاة، والإستفادة من التقنيات الحديثة والتكنولوجيا فى الإتصال المتوفرة الآن دون تضييق أو تحجيم وتوفيرها للأئمة والدعاة بتكلفة مناسبة، ، أو إعطائها لهم فى شكل مكتبة تكنولوجية رقمية يقوم من خلالها الأئمة والدعاة بنشر تعاليم الدين الإسلامى وقيمه السامية، والتواصل مع الشباب لإبعادهم عن طرق الإنحراف عن المسار الصحيح، وحمايتهم من الإنضمام إلى الجماعات المتطرفة.

المراجع

([1]) أمانى بن ناصر؛ نجاة بن سعود.(2019). *المحتوى الدينى الإسلامى لغير المختصين عبر مواقع التواصل الإجتماعى*. **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة قاصدى ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، قسم الإعلام والإتصال.

([2]) Mia Lovheim. (2012). *Religious Socialization in A Media Age*. **Nordic Journal of Religion and Society**, Vol 25, Issus 2, p.151.

([3]) Merlyna Lim.(2012). *life Is Local in the Imagined Global Community: Islam and Politics in the Indonesian Blogosphere*, **Journal of Media and Religion**, Vol. 11, Issus 3, pp. 127:140.

([4]) هاجر حلمى. (2023). *دور مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل وعى الشباب المصرى واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ*. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، 64 (1)، ص ص 460:397.

([5]) داليا إبراهيم المتبولى. (2023). *العلاقة بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل الإجتماعى ومستوى الشعور بالإكتئاب والقلق المستقبلى لديهم*. **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، جامعة القاهرة، 22 (1)، 454:383.

([6]) حسناء منصور. (2023). *تأثير تصفح تطبيق تيك توك على درجة الإنتباه والتركيز لدى الشباب السعودى*. **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، جامعة القاهرة، 22 (1)، 381:345.

([7]) كريمة كمال عبد اللطيف توفيق. (2022). *شبكات التواصل الإجتماعى ودورها فى تعزيز قيم المواطنة والإنتماء لدى الشباب الجامعى*. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، العدد 81، الجزء الثالث، ص ص 374:337.

([8]) نورا فتحى محمد السيد. (2023). *دور الخطاب الدينى الرسمى عبر مواقع التواصل الاجتماعي فى ضبط المجال*

الدينى الرقمى. **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، أكاديمية الشروق، 23 (23)، ص ص 524:436.

([9]) صبرى خالد عبدالهادى. (2022). *دور مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو ظاهرة الإرهاب الإلكترونى*. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، 2 (80)، ص ص 915:877.

([10]) فاطمة السالم. (2022). *مواقع التواصل الإجتماعى والتطرف الفكرى*. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، العدد 79، ص ص 643:611.

([11]) هالة محيى الدين أبو بكر. (2019). *تعرض طلاب الثانوية الأزهرية للصفحات الدينية الإسلامية على مواقع التواصل الإجتماعى وعلاقته باتجاهاتهم نحو الخطاب الدينى بعد 30 يونيو*. **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية.

([12]) Jennifer Harman Meadows. (1996). *Body Image, Woman and Media; a Media System Dependency Theory Perspective. Dissertation Presented to the Faculty of the Graduate School of the University of Texas Austin in Partial.* **Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy**, pp.20.

([13]) Kendall Guthrie; Grant August; Sandra Ball-Rokeach. (December, 1991). *Television Shopping and Media System Dependency Perspective*, **Communication Research**, Vol. 18, No. 6, pp.775.

([14]) Stephen W. Littlejohn; Karen A. Foss. (2008). *Theories of Human Communication 9th Edition.* Australia; **Thomson Wadsowrth**, pp. 302:203.

([15]) Pablo Halpern.(1994). *Media Dependency and political perception in an Authoritarian Political system*, **Journal of Communication**, Vol. 14, No. 3, p.60.

([16]) فتحى محمد الزغبى؛ مصطفى مسلم.(2007). *الثقافة الإسلامية: تعريفها مصادرها مجالاتها* تحدياتها. الطبعة الأولى، عمان، الأردن: **دار إثراء للنشر والتوزيع**.

([17]) فلاح سلامة حسن الصفدى. (2015). *استخدامات القائم بالإتصال فى الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعى والإشباعات المحققة*. **رسالة ماجستير غير منشورة**، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم الصحافة.

([18]) أسعد بن ناصر بن سعيد الحسين. (2016). *أثر وسائل التواصل الإجتماعى على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية*. **مجلة كلية التربية**، جامعة الأزهر، 35 (169 جزء 3)، ص ص 359:325.

([19]) على أحمد مدكور. (1989). *الثقافة والحضارة فى التصور الإسلامى*. **مجلة دارة السعودية**، 14 (4)، ص 87.

([20]) على أحمد مدكور. *الثقافة والحضارة فى التصور الإسلامى*. **مرجع سابق ذكره**، ص 34.

([21]) مصطفى مسلم؛ فتحى محمد الزغبى. (2007). *الثقافة الإسلامية: تعريفها، مصادرها، مجالاتها، تحدياتها*. الطبعة الأولى، عمان، الأردن: **دار إثراء للنشر والتوزيع**.

([22]) عبد الفتاح تركى موسى. أثر المواقع الإلكترونية على الثقافة. **مرجع سابق ذكره**، ص ص 340:279.