

اتجاهات طالبات الجامعات البحرينية نحو التسامح الديني وعلاقته باستخدامهن للمقاطع الدينية على اليوتيوب

* د. فهيمة عبد الله محمد

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدام طالبات الجامعة للمضامين الدينية على موقع اليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو التسامح الديني ، التطبيق على عينة عمدية قوامها 259 مفردة من طالبات الجامعات العربية المختلفة. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : كشفت نتائج الدراسة عن كثافة استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية من خلال موقع اليوتيوب ، حيث لا يستخدمه سوى نسبة قليلة جدا من الطالبات. كشفت نتائج الدراسة عن دوافع استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية من خلال موقع اليوتيوب والتي تمثلت في : للتعرف على مختلف القضايا الدينية ، للتعرف على موقف الدين من مختلف القضايا الحياتية ، للتعرف على السيرة النبوية والتاريخ الإسلامي ، معرفة الأخبار والحداث الجارية. كشفت نتائج الدراسة أن موقع اليوتيوب يلعب دوراً كبيراً في نشر التسامح الديني ومن هذه الأدوار : تعرض الآراء الدينية التي تحض على التسامح وقبول الآخر ، ترسيخ قيم الإنسانية بين أصحاب العقائد المختلفة ، تشجيع نبذ العنف والتعصب الديني ، عرض نماذج القدوة الدينية التي تشجع على التسامح وقبول الآخر ، نشر الأخلاق الإسلامية السمحة.

أستاذ مساعد بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين*

Attitudes of Bahraini female students towards religious tolerance and its relationship to their use of religious clips on YouTube

Abstract

The study aims to identify the usage of female students to religious content on YouTube and its relationship to their attitudes towards religious tolerance, applying to a sample of 259 female students from different Arab universities.

The study reached many results, the most important of which are:

- The results revealed the intensity of female students' use of religious videos through YouTube, as only a very small percentage of them did not use it.
- The results revealed the motives of female students' use of religious videos through YouTube were: To learn about various religious issues, to identify the position of religion on various life issue, to learn about the Prophet's biography and Islamic history, and provided us with knowledge of current news and events.
- The results revealed that YouTube plays a major role in spreading religious tolerance, and these roles included: presenting religious views that encourage tolerance and acceptance of the other, consolidating human values among people of different faiths, encouraging the renunciation of violence and religious intolerance, displaying religious role models that encourage tolerance and acceptance, and spreading tolerant Islamic morals.

مقدمة:

في ظل الثورة الاتصالية التي ساهمت في صناعتها شبكة الإنترنت، والتي فتحت آفاق جديدة للتواصل ألغت من خلالها الحدود الزمنية المكانية، ظهرت أشكال جديدة من المواقع أصبحت من أكثر المواقع تأثيراً في العالم وتسمى بمواقع التواصل الاجتماعي، والتي تقدم العديد من الخدمات الاتصالية، وباتت تنافس وسائل الاتصال التقليدية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون لما لها من خصائص تفاعلية آنية وبأشكال وطرق متعددة. ويعد موقع اليوتيوب مصدراً هاماً في نقل ثقافة المجتمعات وتكوين الأذهان والتأثير على النواحي النفسية والاجتماعية والثقافية وغيرها؛ وذلك بسبب انتشارها الواسع في وقتنا الراهن وقدرتها على الإبهار واستيلائها على أوقات المستخدمين، كما أنها المستخدمين بالنقص الناتج عن عدم حصولهم على المعلومات المختلفة من مصادرها الأصلية، كما أن نوعية المعلومات والأخبار والثقافات المقدمة لهم وتنوعها بشكل مستمر يجعل موقع اليوتيوب قوة حقيقية بإمكانها صنع الصورة النمطية وصياغتها عند الجمهور وتلبية حاجاته المختلفة.

وأصبح موقع اليوتيوب موقِعاً يلبي إحتياجات ورغبات الملايين من رواد هذا الموقع من مختلف الأعمار، فتتنوع الموضوعات من دينية فنية وثقافية ورياضية وإخبارية، وفي ظل هذا ظهرت وجود المضامين الدينية لتبشر بمنابر جديدة لنشر المعرفة والثقافة والفكر الديني بين المستخدمين، ولكن هذا في ظل غياب الرقابة من المؤسسات المعنية من خلال الأرقام القياسية التي سجلها الموقع لأعداد مستخدميه. فالمضامين الإسلامية أصبحت في تزايد مستمر، كما تزايد الإهتمام الجماهيري بالمشاركة فيها والتفاعل مع مضمونها، خاصة ونحن نعيش في مجتمع يهتم بالتنقيف الديني، وفي ظل تعرض المجتمع لتيارات وأفكار متباينة قد تتعارض في كثير من القيم والاتجاهات مع قيمنا الدينية الأصيلة، وأصبح الطريق مفتوحاً للتعرف على كافة المضامين والقضايا الدينية من خلال موقع اليوتيوب.

وفي ضوء ما سبق تسعى الدراسة إلى التعرف على استخدام طالبات الجامعة للمضامين الدينية على موقع اليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو التسامح الديني.

مشكلة الدراسة :

يعتبر موقع اليوتيوب من أهم مواقع ملفات الفيديو، كما أن هناك انتشاراً واسعاً لاستخدام هذا الموقع بين الشباب في جميع المجالات؛ وبالتالي فإن موقع اليوتيوب من الممكن أن يكون مصدراً يساهم في نشر بعض المفاهيم الدينية السليمة ومن الممكن أن يكون مصدراً من مصادر التطرف حسب استخدام المستخدم له، حيث أن المستخدم يتحكم

في طبيعة المضمون الذي يشاهده وعلى الرغم من المنافع العديدة لموقع اليوتيوب حيث إنه وسيلة مهمة لتوثيق الأحداث الجارية ، ومشاهدة الموضوعات المتنوعة ، ولكنه يجنح أحياناً إلى ما هو خارج عن دائرة الدين والأخلاق مثل عرض المواد المخلة ، ونشر الفضائح والتشهير بالآخرين ، وإثارة الشائعات والفتن، ونشر بعض المفاهيم الدينية الخاطئة .

ومما لاشك فيه أن موقع اليوتيوب أحدث أثراً في الاتجاهات والقيم ، حيث إنها تقوم بدور ملموس في تكوين الآراء والاتجاهات ، وأكثر مما تساهم في تغيير الآراء ، كما أن هناك اتجاهاً طبيعياً للجمهور لحماية أنفسهم من خلال التعرض الانتقائي ، والإدراك ، والتذكر الانتقائي، فالجمهور يميل إلى تعريض نفسه للرسائل التي تتفق مع أفكاره ومعتقداته واتجاهاته، والإعلام هو أحد العوامل التي تساهم في التأثير في الرأي العام إلى جانب عوامل أخرى متعددة منها الثقافة العامة في المجتمع ، والقيم السائدة ، والعلاقات الاجتماعية القائمة ، وهذا يشير إلى تغيير شكل وثقافة المجتمع بتغيير وسائل الإتصال داخل هذا المجتمع ، فمع ظهور الإنترنت ومواقع الشبكات فقد بدأت البيئة الاتصالية في مجال الاتصال في التأثير ، وبدأ الحديث عن تأثير موقع اليوتيوب في تشكيل المجال العام عبر الفضاء الإلكتروني ، والتساؤل عن مدى قدرته في التأثير في هذا المجال، والحد من دور الإعلام في تشكيل وعي وإدراك واتجاهات الجماهير.

فقد تحول موقع اليوتيوب إلى أداة للتأثير على الشباب وتشكيل شخصياتهم وثقافتهم وسلوكهم الإجتماعي بما تقدمه من أفلام ومواد مختلفة، تتضمن معارف ومعلومات ونماذج إنسانية يتعايش معها الشباب ويحاكيها لما تملكه من الصور النقية والإثارة الصوتية وبت المضامين الدينية المختلفة ، ويعد موقع اليوتيوب أهم مصادر التوعية، فهو يساعد الشباب على الإلمام بالحقائق التي تساعد على تنمية مداركهم وإنضاج وعيهم الديني، ، وبالتالي فهناك ضرورة بحثية للتعرف على دوافع استخدام طالبات الجامعة لموقع اليوتيوب ؛ للتوصل إلى قاعدة معلوماتية تدعياً للإيجابيات الخاصة باستخدام الموقع بين طالبات الجامعة فيما يتعلق بالمضامين الدينية والتحذير من السلبيات المترتبة على هذا الاستخدام، وعلاقة ذلك باتجاهاتهم نحو التسامح الديني.

أهمية الدراسة :

- تتبع أهمية هذه الدراسة في محاولة إثراء الدراسات والبحوث التي أجريت على موقع اليوتيوب ، والتي تعد قليلة إلى حد ما- لا سيما في المجتمعات العربية - بالمقارنة بالدراسات عن المجتمعات الغربية .

- كما تنبع أهمية هذه الدراسة ايضاً في تناولها بالدراسة والبحث لشريحة مهمة من شرائح المجتمع، وهي شريحة "طالبات الجامعة" في المجتمع البحريني، وهي شريحة لا يمكن التغاضي عن دورها في المجتمع البحريني.

- أهمية الدور الكبير الذي يقوم به موقع اليوتيوب في تعريف الجمهور بأمر دينهم، ومواجهة المشكلات الدينية التي قد تواجههم وتصحيح المعلومات الخاطئة والراسخة في أذهان الجمهور عن موضوع أو قضية معينة.

الدراسات السابقة :

دراسة فودة محمد علي عيشة ، 2021 (1).

مستوى استخدام أئمة وخطباء المساجد لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى متابعتهم لها، وأهم الموضوعات والقضايا الدينية التي تعرض لها أئمة وخطباء المساجد على مواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع استخدام أئمة وخطباء المساجد لهذه المواقع، والإشباع التي حققها لهم هذا الاستخدام، ودرجة تفاعل الدعاة وأئمة وخطباء المساجد مع ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت النتائج إلى أن نسبة 91% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائماً، ونسبة 9% منهم يستخدمونها أحياناً، بينما أكدت الدراسة عدم وجود مفردات من العينة لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة هاني إبراهيم السمان ، 2021 (2).

سعت الدراسة إلى التعرف على دور اليوتيوب في توعية الشباب الجامعي بمخاطر الإرهاب الإلكتروني، ورصد اتجاهات الشباب الجامعي في الصعيد مصر نحو معالجة اليوتيوب لظاهرة الإرهاب الإلكتروني، ومدى متابعته للمضامين المتعلقة به، ودوافع تعرضهم لها، ورصد التأثيرات الناجمة عن تعرضهم للموضوعات المتعلقة بالإرهاب الإلكتروني على موقع اليوتيوب، ، وأجريت الدراسة على عينة حصرية قدرها 300 مفردة من شباب جامعات جنوب الصعيد من خلال ثلاث جامعات هي: (جامعة أسوان، وجامعة سوهاج، وجامعة جنوب الوادي)، وتوصلت إلى عدة نتائج، أهمها: أن فيديوهات الإرهاب الإلكتروني تسهم في توعية الجمهور بخطورة الإرهاب الإلكتروني، وأن اليوتيوب يقدم حلولاً واقعية لكيفية النجاة من هجمات القرصنة الإلكترونية، كما أن اختراق معلومات الأمن السيبراني مرتبط دائماً بمنظمات إرهابية هدفها الحصول على المعلومات، وجاءت أهم أسباب التعرض للفيديوهات المتعلقة بمعلومات حول الإرهاب الإلكتروني لحماية أنفسهم وحساباتهم من هجمات الهاكرز المختلفة.

دراسة ريهام علي نوير ، 2020 (3)

ستهدف البحث التعرف على مدى استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية، وكذلك رصد وتحليل دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو المنظمات الإرهابية، تم اختيار عينة الدراسة الراهنة بطريقة عشوائية، حيث تم تصميم استبانة طبقت على (300) مفردة من طلاب البكالوريوس بجامعة القاهرة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن الشباب المصري يستخدمون موقع اليوتيوب في الإطلاع على الأحداث السياسية العالمية، أن الشباب المصري يستخدمون موقع اليوتيوب في التعرف على المعلومات عن الجماعات الإرهابية، أن الشباب المصري يجذبون للفيديوهات الساخرة التي يقدمها اليوتيوب عن الجماعات الإرهابية، أن الشباب المصري مشاركون فعالون جداً وذلك بنسبة 90%، الغالبية من الشباب المصري يستخدمون موقع اليوتيوب بدافع التعرف على مشكلات وقضايا المجتمع، أن موقع اليوتيوب يزود الشباب بالمعلومات عن العالم من حولهم بدون رقابة وذلك بنسبة 86%، يليها الحرية في مشاهدة أية مادة إعلامية وذلك بنسبة 46%، في حين أن الأقلية من المشاركين اعتقدوا أن موقع اليوتيوب يعد مضیعة للوقت وذلك بنسبة مقدارها 39%، أن السخرية يمكن أن تمثل قوة ناعمة يمكن أن تحطم هيبة الإرهاب وتقلل من أثاره السلبية، وكذلك أن الفيديوهات الساخرة تمثل حرب نفسية مضادة تقوم على المواجهة الإعلامية وذلك بنسبة بلغت 50%، أن فيديوهات اليوتيوب هي أعلى أشكال السخرية في تحقيق استجابة واسعة النطاق بين الشباب وذلك بنسبة 30%.

دراسة محمود فتحي عبد الرحمن سيد ، 2019 (4).

سعت الدراسة إلى التعرف على دور الصحف الدينية المصرية في تشكيل الوعي الديني لدى الشباب بعد ثورتي يناير ويونيو من خلال التعرف على القضايا والمضامين الديني المقدم في الصحف الدينية محل الدراسة ودوره في تشكيل وتنمية الوعي الديني لدى الشباب وذلك من خلال حصر القضايا والموضوعات الدينية المقدمة في هذه الصحف كماً وكيفاً وطريقة تقديمها، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: انخفاض نسبة قراءة الشباب المسلم للصحف الدينية الإسلامية في مقابل ارتفاع نسبة قراءة الشباب المسيحي للصحف الدينية المسيحية، حيث بلغت نسبة من يقرأون الصحف الدينية المصرية بصفة منتظمة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 18.50%، موزعة بين 9.00% من إجمالي مفردات عينة المبحوثين المسلمين في مقابل 28.00% من إجمالي مفردات عينة المبحوثين المسيحيين، وبلغت نسبة من يقرأونها بصورة غير

منتظمة (أحياناً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة 33.00% موزعة بين 25.00% من إجمالي مفردات عينة المبحوثين المسلمين في مقابل 41.00% من إجمالي مفردات عينة المبحوثين المسيحيين، بينما بلغت نسبة من لا يقرأون الصحف الدينية المصرية مطلقاً من إجمالي مفردات عينة الدراسة 48.50% موزعة بين 66.00% من إجمالي مفردات عينة المبحوثين المسلمين في مقابل 31.00% من إجمالي مفردات عينة المبحوثين المسيحيين.

دراسة Anastasia Arsenyeva & Anna Morozova ، 2019 (5)

سعت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم التعصب الديني ، بالتطبيق على عينة قوامها 406 من طلاب الجامعات الروسية ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أن الشباب ينظر إلى المنشورات التي تتعلق بالتعصب الديني نظرات سخرية من محتواها ، ولا يؤمنون بما هو موجود بها ، إلا نسبة غير المتسامحين تزيد بنسب مرتفعة داخل المجتمع الروسي ، وكشفت النتائج أن الدعاية الدينية مقبولة بشكل إيجابي ، خاصة فيما يتعلق بالمسيحيين والمسلمين. ربما لم يثق المبحوثون بصورة الكنيسة الأرثوذكسية بسبب النكات السخرية الماضية حول ضباط الكنيسة ، لكن المستخدمين يخشون القانون عند إلقاء النكات حول هذا الموضوع.

دراسة داليا حسن سلامة، فوزى عبدالرحمن الزعبلوى ، 2018 (6)

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت بنشر ثقافة وتعاليم الدين الإسلامي، من خلال ما تقدمه من معلومات دينية وفتاوى وأحاديث وما تعرضه من صوتيات ومرئيات وما تقدمه من أدلة وبراهين وتحليلات في ضوء القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، بالإضافة إلى رصد وتحليل مضمون وشكل الموضوعات والتعاليم الدينية التي تناولتها خلال فترة الدراسة التحليلية ، وأسفرت نتائج الدراسة عن أن المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت تستهدف الجمهور العام في المرتبة الأولى، عن طريق تقديم الموضوعات الدينية العامة التي تهم مختلف فئات الجمهور من حيث النوع والفئة العمرية، والبيت تعمل على زيادة الوعي والتثقيف الديني لديهم، ومن أمثلة هذه الموضوعات: تفسير القرآن الكريم، الأحاديث النبوية الشريفة، والفتاوى، وأحكام الصلاة والصوم ، كما اعتمدت المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت عينة الدراسة على شكل المقال في تناول الموضوعات الدينية التي تستهدف نشر ثقافة وتعاليم الدين الإسلامي، لما يمتاز به المقال من الشرح والتفسير والتحليل لمختلف عناصر الموضوع، بالإضافة إلى القدرة على عرض الاقتباسات من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة.

دراسة أميرة مصطفى البطريق؛ غادة مصطفى البطريق ، 2017 (7).

تناولت الدراسة تحليل الخطاب الإعلامي لتنظيم داعش الإرهابية على موقع اليوتيوب من حيث الشكل والمضمون معاً، وخاصة في قضية مهمة كالتالي نحن بصدها الآن وهي ظاهرة "الإرهاب الإلكتروني" مستخدمة في ذلك أحدث الأساليب التكنولوجية وهي موقع "يوتيوب" في بث جرائمها البشرية والجهر بأساليبها البربرية في ارتكاب أعمال القتل وسفك الدماء والتنويع في أساليب ارتكاب تلك الجرائم من حرق وذبح مصاحب برسائل شديدة اللهجة محملة بالتهديد والتخويف والوعيد، مصاحبة بأحدث تكتيكات التصوير وضبط زوايا الكاميرات والإخراج ومدعمة بالموثرات الصوتية اللازمة؛ لكي تصل رسائلهم الإرهابية إلى العالم والتي تحمل شعار "بالدم والدمار سنغزو العالم"، بذلك أضحت مواقع يوتيوب هي إحدى أبرز الفاعلين الجدد في مجال الإعلام التي تم استخدامها في مجال الإرهاب الإلكتروني بشكل أدى إلى ضرورة إخضاع هذه المواقع إلى الدراسة والتحليل ، وكشفت النتائج عن انتشار انتشار مقاطع اليوتيوب على مستوى العالم عموماً، والعالم العربي خصوصاً من جهة ، وخطورة المضمون المقدم من جانب التنظيم الإهاري من جهة أخرى أدى إلى نشوء جدل سياسي، وثقافي، بل وإعلامي حول طبيعة الخطاب الإعلامي الموجه عبر مواقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب" من قبل جماعة داعش الإرهابية، مما يحتم ضرورة دراسة هذا الخطاب الإعلامي والتعرف على آلياته ومسارات إقناعه، وأبرز المقولات والأفكار التي تحاول أن تروجها مثل هذه الجماعات، وذلك في ضوء مدخل تحليل الخطاب.

دراسة Stephen·Pihlaja ، 2016 (8)

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدام الجمهور الأمريكي لموقع اليوتيوب في تفسير وقراءة الكتاب المقدس ، من أجل إقناع الآخرين بصحة عقائدهم وتطوير مستوى تفاعلهم مع الآخرين ، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 342 مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أن قراءة وتفسير الكتب المقدسة توفر وسيلة قوية للمطالبة بالسلطة للمسيحيين الإنجيليين في المجتمع، وأشارت نتائج الدراسة أيضاً أن استخدام موقع اليوتيوب يوفر للمستخدمين بيئة خصبة من المعلومات يستطيعون بها التأثير في الآخرين بصحة معتقداتهم.

دراسة صابر أبو بكر ، 2016 (9)

سعت الدراسة إلى التعرف على علاقة المضامين المقدمة عبر موقع اليوتيوب بنشر ثقافة السلام لدى المراهقين ، وقام الباحث بتطبيق دراسته التحليلية على عينة عشوائية

منتظمة بنسبة 10% تتمثل في مضامين ثقافة السلام " نبذ العنف- التسامح- التعايش السلمي مع الآخر" بموقع اليوتيوب ، كما قام الباحث بإجراء الدراسة الميدانية على عينة عمدية من المراهقين المصريين من مستخدمي موقع اليوتيوب قوامها 400 مفردة من جامعتي "عين شمس- 6 أكتوبر" ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : جاءت نسبة المقاطع الاحترافية بموضوعات الدراسة 87.1% بينما جاءت نسبة المقاطع الجماهيرية 12.9% ، وكشفت نتائج الدراسة أن " الأديان السماوية " جاءت في الترتيب الأول كأهم المصادر التي يكتسب من خلالها المبحوثون مفهوم ثقافة السلام بوزن مئوي بلغت نسبته 30.97% ، كما كشفت نتائج الدراسة أنه توجد علاقة ارتباطية بين درجة متابعة المبحوثين لمقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب ومقياس اتجاهاتهم نحو مضامين ثقافة السلام "نبذ العنف - التسامح- التعايش السلمي مع الآخر".

دراسة ناصر المجيب ، 2014⁽¹⁰⁾

سعت الدراسة إلى التعرف على دور قنوات اليوتيوب في تشكيل الرأي وتغيير السلوك في المجتمع السعودي بالتطبيق على عينة قوامها 2502 مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن قنوات اليوتيوب تعتبر ثاني أكبر مؤثر إيجابي بنسبة 2.13% بعد الأيديولوجية بنسبة 4.12% في التأثير على الأفكار والآراء للخمسة قضايا، كما كشفت نتائج الدراسة أن فتاوى وآراء هيئة كبار العلماء تعتبر أكبر مؤثر سلبي في تشكيل آراء المجتمع في القضايا الخمس بنسبة 13.7%، كما كشفت نتائج الدراسة أن إن جميع من شارك في الدراسة لديهم وجهات نظر أقرب لرفض الوضع القائم والرغبة في تصحيحه إلا أن مشاهدوا قنوات اليوتيوب الخليجية كانوا أكثر رغبة في رفض الوضع القائم.

دراسة Stephen Pihlaja ، 2014⁽¹¹⁾

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدام المسيحيين لموقع اليوتيوب في مناقشة القضايا الدينية مع الآخرين ، وقد استخدم الباحث أداة تحليل المضمون لموقع اليوتيوب والتعليقات عليه من قبل المستخدمين ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أظهرت النتائج كثافة التعليقات على مقاطع الفيديو المتضمنة للقضايا المسيحية الحياتية بنسبة 91.5% مقابل 8.5% ممن لا يعلقون على هذه المواقع ، كما كشفت نتائج الدراسة أن أهم المضامين التي تتضمنها مواقع الفيديو تمثلت في الترانيم المسيحية ، تعاليم الإنجيل والسيد المسيح ، قضايا صلب المسيح .

دراسة Guo, Lei; Harlow, Summer، 2014⁽¹²⁾

سعت الدراسة إلى التعرف على الصورة النمطية للأمريكيين من أصل أفريقي أو آسيوي أو من أمريكا اللاتينية على مقاطع الفيديو بموقع اليوتيوب ، وقام الباحثان بتحليل مضمون 445 من مقاطع الفيديو على الموقع خلال ديسمبر 2011 ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن نسبة السود جاءت في مقدمة الأجناس في موقع اليوتيوب بنسبة 17% ونسبة البيض 12% ، وأجناس متنوعة بنسبة 71% ، ونسبة الذكور 46% والإناث 55% ، وكشفت نتائج الدراسة أن نسبة 28% من هذه المواقع تعتمد على الترفية ، ونسبة 31% تعتمد على الكوميديا ، ونسبة 9% للأخبار السياسية ، كما كشفت نتائج الدراسة أن مقاطع الفيديو كرسست للصورة النمطية عن العنصرية من قبل البيض تجاه السود وأن مقاطع الفيديو عبر هذا الموقع تستخدم بدرجة كبيرة لعرض صور نمطية معينة عن السود من خلال التعليقات التي يبديها المستخدمون حول السود مثل الكراهية والتعصب تجاههم .

دراسة صابر أبو بكر، 2013⁽¹³⁾

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه. وذلك من خلال التعرف على أنماط استخدام المراهقين لملفات الفيديو على موقع اليوتيوب من حيث التعرض لها، وأماكن التعرض، ومدى مشاركة الآخرين لهم في التعرض ، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 400 مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أن نسبة 49.5% تستخدم موقع اليوتيوب بصفة دائمة ، 41% أحياناً ، ونادراً بنسبة 9.5% ، وكشفت نتائج الدراسة أن الموضوعات الفنية جاءت في مقدمة المضامين التي يفضل المراهقين متابعتها على الموقع بنسبة 32.2% ، الرياضية 21.3% ، الموضوعات الدينية بنسبة 13.8% ، كما كشفت نتائج الدراسة أن دوافع استخدام موقع اليوتيوب تمثلت في : الشعور بالوحدة ، معرفة الأخبار والحدوث الجارية ، وسيلة مسلية تملأ وقت فراغي .

دراسة ماجدة مراد ، 2013⁽¹⁴⁾

سعت الدراسة إلى التعرف على قدرات التحكم الذاتي لدى الشباب المصري الجامعي وعلاقتها بالتعرض للتلفزيون و موقع يوتيوب YouTube ، بالتطبيق على عينة حصصية مكونة من 200 مفردة من شباب الجامعات المصرية وذلك بالتوزيع المتساوي بين الجامعات الحكومية والخاصة ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين مستوى التحكم الذاتي لدى افراد العينة و مستوى التحكم في استخدام موقع يوتيوب ، كما ثبت وجود علاقة بين مستوى التحكم

الذاتي و مستوى التحكم في استخدام محتوى الموقع مما يؤكد تزايد قدرات المستخدمين للموقع عبر خصائصه من التطبيع والتفاعلية ، كما كشفت نتائج الدراسة عن أنه لم يثبت وجود علاقة بين مستوى التحكم الذاتي لدى افراد العينة واي نوع من الانشطة التي يقومون بها على الموقع حيث جاءت مشاهدة الفيديو هي الاغلب بنسبة 91% ممن يقومون باستخدام الموقع يليها وضع فيديو بنسبة 17.5% من مستخدمي الموقع يليها ارسال تعليق 15.3% وهي ما يوضح ان مستخدمى الموقع من افراد العينة من الشباب الجامعى مازالوا يستخدمونه فى اطار المشاهدة التقليدية لوسائل الاعلام المرئية.

دراسة وديع العززي ، 2013⁽¹⁵⁾

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات طلبة جامعة صنعاء لليوتيوب ، والإشباع المتحققة لهم، بالتطبيق على عينة عشوائية متعددة المراحل قوامها 200 مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : يستخدم طلبة جامعة صنعاء لموقع اليوتيوب دائماً بنسبة 16,9% ، ونسبة من يستخدموه غالباً 22,1% ، ونسبة من يستخدموه أحياناً 33,1% ، ونسبة من يستخدموه نادراً 27,9% ، كما كشفت نتائج الدراسة أن معظم طلبة جامعة صنعاء تستخدم اليوتيوب من ساعتين فأقل بنسبة 82,4% ، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن نسبة كبيرة (76%) من طلبة جامعة صنعاء بمختلف الكليات والمستويات التعليمية ليس لديهم المعرفة الكافية بخدمات اليوتيوب وأن معرفتهم بتلك الخدمات محدودة.

دراسة Andrew J. Weaver & et al ، 2012⁽¹⁶⁾

سعت الدراسة إلى التعرف على العنف المتضمن في مقاطع الفيديو الترفيهية بموقع اليوتيوب ، وقام الباحثون بتحليل 2,520 من مقاطع الفيديو وفقاً للأعلى مشاهدة ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أن مشاهد العنف بموقع اليوتيوب أقل من المشاهد التي تعرض على شاشات التلفزيون ، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن مشاهد العنف بموقع اليوتيوب كانت أكثر واقعية وأكثر سلبية من المشاهد التي تعرض على شاشات التلفزيون ، كما كشفت نتائج الدراسة أن العنف المتضمن في مقاطع الفيديو لم يكن عاملاً رئيسياً في كثافة المشاهدة لهذه المقاطع.

دراسة فاتن يتييم ، 2012⁽¹⁷⁾

هدفت الدراسة إلى معرفة استخدامات الشباب السعودى لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه ، واستخدمت الدراسة منهج المسح و اعتمدت على إستخدام نظرية الأستخدامات و الإشباعات على عينة عشوائية بسيطة قوامها 600 مفردة من الشباب السعودى ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أن اليوتيوب يستخدم

بشكل دائم وأن الذكور يستخدمونه أكثر من الإناث , بينما تقوم الإناث برفع أفلام على اليوتيوب أكثر من الذكور ، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن الأغاني الخليجية و العربية هي المفضلة على اليوتيوب وتجد نسبة مشاهدة كبيرة, يليها البرامج الفكاهية وجاءت البرامج الدينية فى المرتبة الثالثة والأفلام الأجنبية فى المرتبة الرابعة، وحصلت أفلام الفيديو التى تكون من إنتاج أشخاص عاديين على المرتبة الخامسة ، وعن مدى إنتاج مقاطع الفيديو على اليوتيوب أكد ما يقارب 24% على أنهم يقومون إنتاج مقاطع الفيديو على الموقع مقابل 76% يفعلون ذلك ويكتفون بالمشاهدة فقط .

دراسة اسماء مسعد عبدالمجيد ، 2011(18)

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الشباب المصرى على مضامين ملفات الفيديو على الانترنت فى متابعة الأحداث المحلية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد ، واعتمدت الباحثة فى عينة البحث على عينة عمدية سواء للدراسة التحليلية من خلال تحليل ملفات الفيديو بعدة مواقع كاليوتيوب والياهو وجوجل أو الميدانية من خلال رصد تأثير الشباب بتلك المواقع، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها :ان موقع يوتيوب على الريادة فى تفضيلات الجمهور لمتابعة ملفات الفيديو 53.5% تلاه موقع جوجل ثم الياهو فى المرتبة الثالثة ، وكشفت نتائج الدراسة أن نتيجة عدد الملفات الخاصة بالتحرش جاءت قليلة بالنسبة للملفات الأخرى ويراعى عدم الالمام بكل الملفات على مواقع ملفات الفيديو سواء المنتشرة على الانترنت او مواقع (اليوتيوب وجوجل فيديو وياهو فيديو) .

دراسة عمرو محمد أسعد ، 2011(19)

سعت الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدامات الشباب المصري لواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية و علاقتها بقيمهم الاجتماعية من ناحية أخرى بالتركيز على موقعي لفييس بوك و اليوتيوب تحديدا باعتبارهما من اهم مواقع الشبكات الاجتماعية التي جذبت الشباب المصري اليها، و شمل مجتمع الدراسة التحليلية على جميع مواقع الشبكات الاجتماعية في الانترنت و مجتمع الدراسة الميدانية على عينة قوامها (400) طالب من الجامعات المصرية في المستويات الدراسية و العمرية المختلفة ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها ، أن هناك علاقة ارتباطية دالة احصائية بين معدل استخدام طلاب الجامعة لموقعي اليوتيوب و الفيس بوك و قيمهم المجتمعية، كما كشفت نتائج الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية طردية دالة احصائيا بين دوافع استخدام الطلاب الجمعي لموقع اليوتيوب و لفييس بوك و قيمهم المجتمعية، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً

أنه لم تؤثر ثقة طالبات الجامعة في موقعي اليوتيوب و الفيس بوك و مستخدميهم في العلاقة الارتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعة للموقين وقيمهم المجتمعية.

دراسة حنان سليم ، 2011⁽²⁰⁾

سعت الدراسة إلى التعرف على اثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو احداث الثورة المصرية ، بالتطبيق على 34 طالبة من طالبات الماجستير بقسم الاعلام بجامعة الملك سعود ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أنه تباينت الآراء حول عدد الساعات التي تقضيها المبحوثات في التعرض لموقع youtube وان اتفقن على كثافة الاستخدام للموقع حيث تراوحت مدة التعرض للموقع من قبل الطالبات عينة الدراسة ما بين 30 دقيقة الى 7 ساعات يومياً، كما انهن يدخلن على الموقع بمعدل 3 مرات يومياً خلال اوقات الصباح او فترتي المساء والسهرة ، كما كشفت نتائج الدراسة أن نسبة 86% ترى موقع youtube اكثر الوسائل الاعلامية التي امدتهن بالمعلومات حول احداث الثورة المصرية.

دراسة van Zoonen, Liesbet;& et al، 2010⁽²¹⁾

سعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين الهوية الدينية الإسلامية واليوتيوب من خلال تحليل مضمون مقاطع الفيديو والتعليقات عليها من قبل المستخدمين والتي تحتوي على عداء صريح للإسلام ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أن مقاطع الفيديو توضح الدين الإسلامي أنه دين عنف على الرغم من الصورة التي يحاول المسلمون أن يعطوها للآخرين من أنه دين للسلام والتعايش السلمي ونبذ العنف ، وكشفت نتائج الدراسة أن تعليقات القراء تنوعت ما بين الدفاع عن الإسلام وأنه لا علاقة بالدين بالعنف أو الهجوم على الدين الإسلامي والسخرية والتهكم عليه ، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن الفكر المتشدد الذي يحتويه مقاطع الفيديو له تأثير على الهوية الدينية الإسلامية سواء للمنتمين للدين الإسلامي أو من المعادين له.

دراسة رضا أمين ، 2009⁽²²⁾

هدفت الدراسة إلى معرفة خصائص مستخدمي موقع يوتيوب على الإنترنت من الشباب الجامعي ومعرفة أنماط الاستخدام وأسس ومدى انتشاره بين هذه الفئة العمرية الهامة، وإسهامهم في انتاج الرسائل الاعلامية التي تبث من خلال الموقع، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (122) مفردة من الطلبة الدارسين في جامعات مملكة البحرين العامة والخاصة ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أن الشباب الجامعي في مملكة البحرين، يستخدمون الانترنت بشكل كثيف، وأن كل الشباب الجامعي من عينة الدراسة في البحرين يعرفون تلك المواقع التي تسمح لمستخدميها مشاهدة وإرفاق

مقاطع الفيديو وتبادل مشاهدتها على الانترنت والذي يأتي في مقدمتها موقع (يوتيوب)، كما بينت الدراسة أن الوسائل التي عرف بها الشباب الجامعي موقع (يوتيوب) كانت: المواقع الالكترونية الاخرى، ثم الاصدقاء، ثم الصحف الورقية، وأخيرا التلفزيون، وهو ما يشير إلى أهمية الانترنت كمصدر رئيسي في الحصول على المعلومة، خاصة لدى الشباب ، وقد تمثلت دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع (يوتيوب) في الرغبة بإمدادهم بالآخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، ثم التسلية والترفيه والفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد، أما فيما يتعلق بالاشباع المتحققة، فقد جاءت الاشباع المعرفية في مقدمة الاشباع التي تحققت لعينة الدراسة تلاها تحقيق إشباع الترفيهية وشغل أوقات الفراغ عند هؤلاء الطلبة.

التعليق على الدراسات السابقة :

- أظهرت نتائج الدراسات السابقة أن موقع يوتيوب حصل على الريادة في تفضيلات الجمهور لمتابعة ملفات الفيديو ؛ نظراً لاعتبار موقع يوتيوب هو الأكبر على مستوى العالم في احتواء عدد كبير من ملفات الفيديو ، كما أظهرت أن الجمهور موقع اليوتيوب للتسلية أو بحكم التعود ، أو للحصول على بعض المعلومات ، ولكن من الملاحظ أنَّ الوعي بالتغيرات المجتمعية جعل الجمهور يستخدم هذا الموقع بشكل أوسع في حياتهم، إلا أنَّ وجود شريحة من هذا الجمهور ضمن فئة الشباب وخصوصاً الشباب الجامعي جعل هناك نمطاً مختلفاً من الاستخدام والتعامل مع تلك المواقع؛ وذلك على اعتبار أنها أصبحت أدوات عصرية في تأهيلهم نحو التعرف على كافة المستجدات في كافة المجالات بصفة عامة والمجالات الدينية التي تهم حياتهم بصفة خاصة .

- تنوعت الموضوعات التي تناولتها الدراسات السابقة فيما يتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع اليوتيوب بصفة خاصة ، فمنها ما تناول استخدام أئمة وخطباء المساجد لمواقع التواصل الاجتماعي (دراسة فودة محمد علي عيشة ، 2021) ، دور اليوتيوب في توعية الشباب الجامعي بمخاطر الإرهاب الإلكتروني (دراسة هاني إبراهيم السمان ، 2021)، استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية (دراسة ريهام علي نوير ، 2020)، تشكيل الوعي الديني لدى الشباب (دراسة محمود فتحي عبد الرحمن سيد ، 2019)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم التعصب الديني (دراسة Anastasia Arsenyeva & Anna Morozova ، 2019)، اهتمام المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت بنشر ثقافة وتعاليم الدين الإسلامي (دراسة داليا حسن سلامة، فوزى عبدالرحمن الزعبلوى ، 2018)، تحليل

الخطاب الإعلامي لتنظيم داعش الإرهابية على موقع اليوتيوب(دراسة أميرة مصطفى البطريق؛ غادة مصطفى البطريق ، 2017)، في التعرف على تفسير الكتاب المقدس (دراسة Stephen،Pihlaja ، 2016)، ونشر ثقافة السلام (دراسة صابر أبو بكر ، 2016) ، وتغيير السلوك (دراسة ناصر المجيب ، 2014) ، مناقشة القضايا الدينية (دراسة Stephen Pihlaja، 2014)، الصورة النمطية لبعض الجنسيات (دراسة Guo, Lei; Harlow, Summer. ، 2014) ، قدرات التحكم الذاتي (دراسة ماجدة مراد ، 2013)، العنف (دراسة Andrew J. Weaver& et al ، 2012)، متابعة الأحداث المحلية (دراسة أسماء مسعد عبدالمجيد ، 2011) ، القيم الاجتماعية (دراسة عمرو محمد أسعد ، 2011)، أحداث الثورة المصرية (دراسة حنان سليم ، 2011)، الهوية الدينية الإسلامية (دراسة van Zoonen, Liesbet;& et al ، 2010).

- اعتمدت الدراسات السابقة على منهج المسح ، ولكن العينات تنوعت في هذه الدراسات بناء على طبيعة كل دراسة على حدة ، فمنها ما استخدم العينات الاحتمالية مثل العينة العشوائية متعددة المراحل (دراسة وديع العززي ، 2013) ، العينة العشوائية البسيطة (دراسة فانتن يتيم ، 2012) ، العينة العشوائية المنتظمة (دراسة صابر أبو بكر ، 2016) ، ومنها ما اعتمد على العينات غير الاحتمالية مثل العينة العمدية (دراسة صابر أبو بكر ، 2013) ، العينة الحصصية (دراسة هاني إبراهيم السمان ، 2021) ، (دراسة ماجدة مراد ، 2013).

- تنوعت أدوات جمع البيانات في الدراسات السابقة ، فمنها ما اعتمد على أداة الاستبيان (دراسة ماجدة مراد ، 2013) ، ومنها ما اعتمد على أداة تحليل المضمون (دراسة Guo, Lei; Harlow, Summer ، 2014) ، ومنها ما اعتمد على الأدوات معاً (دراسة صابر أبو بكر ، 2016).

- كما تنوعت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة ، فمعظم هذه الدراسات اعتمد على مدخل الاستخدامات والإشباع ، مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام (دراسة أسماء مسعد عبدالمجيد ، 2011).

- اختلفت المجتمعات التي تم تطبيق الدراسات السابقة بها ، فمنها ما طبق على الولايات المتحدة (دراسة Stephen،Pihlaja ، 2016) ، روسيا (دراسة Anna Anastasia Arsentyeva & Morozova ، 2019) ، ومنها ما طبق على مجتمعات عربية مثل جمهورية مصر العربية (دراسة صابر أبو بكر ، 2016) ، ومنها ما طبق على المجتمع السعودي (دراسة حنان سليم ، 2011) ، ولم تجر سوى دراسة واحدة في المجتمع البحريني (دراسة رضا أمين ، 2009).

- كما اختلفت فئات الجمهور الذي تم تطبيق الدراسات السابقة عليه ، فمنها ما طبق على الجمهور العام (دراسة Stephen،Pihlaja ، 2016) ، المراهقين (دراسة صابر أبو بكر، 2016) ، الشباب الجامعي (دراسة ماجدة مراد، 2013) ، طالبات الجامعة (دراسة حنان سليم ، 2011) ، أو الشباب بصفة عامة (دراسة اسماء مسعد عبدالمجيد ، 2011) ، أئمة وخطباء المساجد (دراسة فودة محمد علي عيشة ، 2021).
- استفاد الباحثة من الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة والتعرف على استخدام مدخل الاستخدامات والإشباعات في الدراسات التي استخدمت هذا المدخل ، بالإضافة إلى تصميم استمارة صحيفة الاستبيان.

الإطار النظري للدراسة : مدخل الاستخدامات والإشباعات

يقوم مدخل الاستخدامات والإشباعات على أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام الجديد طبقاً لاحتياجاتهم باعتبارهم جمهوراً نشطاً لأن دور وسائل الإعلام الجديد هو تلبية الحاجات فقط(23) .

ويقوم بذلك مدخل الاستخدامات والإشباعات على افتراض رئيس هو أن الأفراد على دراية تامة باحتياجاتهم ، وأن هذه الاحتياجات تدفع وسائل الإعلام إلى محاولة إشباعها، وهذه العملية تتضمن : الأصول الاجتماعية والنفسية ، الاحتياجات ، التوقعات من وسائل الإعلام ، أنماط التعرض لوسائل الإعلام ، الإشباعات والآثار المترتبة عليها(24).

كما يقوم مدخل الاستخدامات والإشباعات على سؤال أساسي هو كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام ؛ أي ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام ليس ماذا تفعل وسائل الإعلام بالأفراد ، أي أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام يكون مدفوعاً بدوافع معرفية أو طقوسية ، فعلى سبيل المثال يستخدم الأفراد وسائل الإعلام الجديد لتميرير الوقت أو الحصول على المعلومات ، أو الراحة والاسترخاء والترفيه ، أو الحصول على بعض المصالح الشخصية (25).

وقد صنفت البحوث الإشباعات إلى فئتين رئيسيتين هي : أولهما : إشباعات المحتوى والتي تعبر عن تجربة الأفراد في استخدام وسائل الإعلام ، وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وينتج عنها نوعان من الإشباعات هما : إشباعات توجيهية ، وتتضمن الحصول على المعلومات وتأكيد الذات وهي ترتبط بكثافة التعرض والاهتمام والاعتماد على وسائل الإعلام ، وإشباعات اجتماعية، ويقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته، وثانيهما : إشباعات التفاعل الاجتماعي ،

وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام ، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية ، وزيادة إحساسه بالعزلة(26) .

مدى الاستفادة من مدخل الاستخدامات والإشباعات في الدراسة الحالية :

تعتمد الدراسة الحالية على مدخل الاستخدامات والإشباعات كإطار نظري لها من خلال أن طالبات الجامعة يستخدمن اليوتيوب طبقاً لاحتياجاتهن من خلال التعرف على عادات وأنماط استخدام طالبات الجامعة لموقع اليوتيوب ، ودوافع التعرض الخاصة بهذا الاستخدام ، والإشباعات المترتبة على هذا الاستخدام.

أهداف الدراسة :

- الكشف عن عادات وأنماط استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب.
- التعرف على دوافع استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب.
- رصد المضامين المختلفة التي تفضلها طالبات الجامعة بمقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب.
- الكشف عن اتجاهات طالبات الجامعة نحو دور مقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب في نشر التسامح الديني .
- الكشف عن اتجاهات طالبات الجامعة نحو دور مقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب في نشر التعصب الديني .
- رصد الإشباعات المترتبة على استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب.

فروض الدراسة :

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب ودوافع هذا الاستخدام.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني.

تساؤلات الدراسة :

- ما عادات وأنماط استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب؟
- ما دوافع استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب؟
- ما المضامين المختلفة التي تفضلها طالبات الجامعة بمقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب؟
- ما اتجاهات طالبات الجامعة نحو دور مقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب في نشر التسامح الديني؟
- ما اتجاهات طالبات الجامعة نحو دور مقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب في نشر التعصب الديني؟
- ما الإشباعات المترتبة على استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب؟

نوع الدراسة :

نتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية و دقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها و ذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة مسبقاً كما قد تستهدف تقدير عدد مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة و مدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهرات⁽²⁷⁾.

وتهتم الدراسات الوصفية بدراسة الظاهرة الإعلامية في وضعها الراهن ولا تقف عند حدود الوصف والتشخيص، بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها⁽²⁸⁾.

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تركز على وصف طبيعة وسمات خصائص مجتمع معين، أو جماعة معينة أو ظاهرة معينة يغلب عليها صفة التحديد، وأستخلاص النتائج التي يمكن أن تبني عليها فروض إيضاحية أو تفسيرية للظاهرة أو الموقف⁽²⁹⁾.

حيث تسعى الدراسة الكشف عن علاقة استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية على موقع اليوتيوب بالقضايا الحياتية المختلفة، كما أن هذا النوع من البحوث لا يقف عن حد جمع البيانات، وإنما يمتد مجاله الي تصنيف البيانات والحقائق، وتحليلها تحليلاً شاملاً، وأستخلاص نتائج تؤدي الي إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي تقوم الباحثة بدراستها(30).

منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح Suivey الذي يعرف بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، وهو يعتبر المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي(31).

ويعرف أيضاً بأنه جهد علمي منظم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة(32).

وتقوم الدراسة الحالية بمسح جمهور طالبات الجامعة للتعرف على دوافع استخدامهن لمقاطع الفيديو الدينية على موقع اليوتيوب ، والإشباعات المتحققة لها.

مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموع المفردات التي تستهدف البحث دراستها لتحقيق أهداف الدراسة، وهو يمثل الجمهور المستهدف Target Population الذي تهدف الباحثة لدراستها وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته(33).

إلا أنه يصعب الوصول إليه لضخامته، ولهذا يتم التركيز على المجتمع المتاح Accessible Population الذي يمكن الوصول إليه ويتم اختيار العينة منه(34).

عينة الدراسة:

وقد اعتمدت الباحثة في اختيار عينة الدراسة على العينة العمدية Purposive Sample وهي العينة التي يقوم فيها الباحث باختيار مفردات العينة حسب سمات محددة، ويستبعد من لا تتوفر فيهم هذه السمات(35)، وبذلك تتجاوز مخاطر عدم الحصول على نسبة استجابة(36)، وقامت الباحثة بتطبيق دراستها على عينة قوامها 259 مفردة من طالبات الجامعات العربية المختلفة .

أداة الدراسة :

اعتمدت الباحثة على أداة الاستبيان في الحصول على المعلومات، ويعتبر الاستبيان أداة أو وسيلة يمكن من خلالها التعرف على المعلومات وأفكار المبحوثين حول موضوع الدراسة(37).

ونظراً لطبيعة الدراسة وطبيعة أهدافها وغاياتها وكذلك طبيعة المنهج المستخدم، أدى ذلك إلى استخدام الاستبيان الإلكتروني من خلال توزيع الاستبيان من خلال الصفحات الخاصة بالجامعات الخليجية على موقع الفيس بوك ، حيث طلب من طالبات الجامعة الخليجية ملء الاستبيان الخاص بالدراسة ، وقد أتاح ذلك الوصول إلى أكبر عدد من طالبات الجامعة ممن يستخدمون الموقع بصفة دائمة .

الاختبار القبلي :

يعد الاختبار القبلي خطوة هامة تسبق إجراء الدراسة الميدانية على العينة الكاملة ويتم إجراء الاختبار القبلي على 5% من العينة لأمداد الباحثة بالمعلومات لتطوير الصحيفة لتبدو بصورة أفضل(38).

حيث تم تطبيق الاستبيان من خلال اختبار تجريبي على 13 مبحوث للتعرف على مدى وضوح الأسئلة ، وتم توزيع رابط الاستمارة الإلكترونية عبر موقع جوجل وموقع الفيس بوك مع المتابعة المستمرة وحث المبحوثين على تعبئتها إلكترونياً ، وقد تم استيفاء الاستمارة خلال الفترة من 2016/9/18 حتى 2016/10/28 .

صدق وثبات الدراسة :

ويقصد باختبار الصدق في الدراسات الإعلامية اختبار قدرة أداة الدراسة على أن تقيس ما هو مطلوب قياسه، أو ما ينبغي عليها قياسه على ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها(39).

وقامت الباحثة بإجراءات الصدق وذلك للتأكد من صدق المحتوى (Content Validity) والصدق الظاهري (Fare Validity) والتحقق من ذلك بعد عرضها على مجموعة من المحكمين*، وذلك لدراسة الشكل العام لتكوين الاستمارة ومراجعة صياغة الأسئلة، ومراجعة المادة العلمية التي تتضمنها الاستمارة، ومدى قدرتها على تحقيق

* المحكمون :

- أ.د محمد زين رستم ، أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام بجامعة بني سويف بجمهورية مصر العربية .
- أ.د محمو إسماعيل ، أستاذ الإعلام بمعهد دراسات الطفولة بجامعة عين شمس بجمهورية مصر العربية .
- د. ممدوح مكاري ، أستاذ الإعلام المساعد بكلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- د. محمود جمال ، أستاذ الإعلام المساعد بجامعة بني سويف بجمهورية مصر العربية .

أهداف الدراسة، وقياس فروض الدراسة وتساؤلاتها، وقد استشار المحكمين في صلاحية الاستمارة للتطبيق وذلك بعد إجراء بعض التعديلات عليها.

الثبات :

يقصد بالثبات قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها؛ أي مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات التحليلية والعينة الزمنية، حيث إنه من الضروري الحصول على نفس النتائج مهما اختلف القائمون بالتحليل أو وقت التحليل⁽⁴⁰⁾. وينبغي عند إجراء الدراسات الميدانية تطبيق اختبار الثبات على عينة من المبحوثين قوامها (10%) من إجمالي مفردات العينة وينبغي تطبيق هذا الاختبار خلال فترة تتراوح ما بين أسبوعين وأربعة متناهية واستبعاد الصحف التي لا تحقق قدراً معقولاً من الاتساق الداخلي بين التطبيقين ، وعلى هذا الأساس قامت الباحثة باختبار عدد من الاستمارات (259 استمارة) وتطبيقها على 26 مبحوثاً ، ثم أعادت الباحثة الاختبار بعد أسبوعين من إجراء المقابلة الأولى ، ثم نقارن نتائج الاختبارين ، وقد حققت النتائج معاملات ثبات عالية لا تقل عن (86%) ، ويعتبر هذا مستوى مناسباً من الثبات .

المعالجة الإحصائية للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية statistical Package For The Social Science SPSS " وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من النوع الفئتي أو النسبي (Interval Or Ratio) وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 – 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70

مفاهيم الدراسة :

موقع اليوتيوب :

أنشأ تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم موقع اليوتيوب في 15 فبراير 2005 ، حيث أطلقوا عليه "YouTube.com" ، وهو موقع يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها بدلاً من تنزيلها ومشاركتها والتعليق عليها أيضاً⁽⁴¹⁾ .

طالبات الجامعة :

طالبات الجامعة هن الطالبات اللاتي يدرسن في مرحلة البكالوريوس في مختلف الجامعات في منطقة الخليج العربي من كافة التخصصات العملية والنظرية .

المضامين الدينية :

وهي مختلف المضامين ذات الطابع الديني والمنشورة على موقع اليوتيوب من أعمال فنية مثل المسلسلات والأغاني والابتهالات والأناشيد الدينية ، أو الخطب الدينية والفتاوي الدينية وغيرها .

التسامح الديني

وهو التعايش بين الأديان بمعنى ممارسة الشعائر الدينية والتخلي عن التعصب الديني والتمييز العنصري.

القضايا الحياتية :

ويقصد بها قضايا الحياة اليومية مثل التعرف على رأي الدين في مختلف أمور الحياة مثل العبادات والمعاملات مع الآخرين والزواج والطلاق ، ومشكلات الفقر وغيرها .

نتائج الدراسة الميدانية :

1- مدى استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب :

جدول رقم (1)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً لمدى استخدام لمقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب

| النسبة | التكرار | مدى الاستخدام |
|--------|---------|---------------|
| 40.98 | 109 | دائماً |
| 56.39 | 150 | أحياناً |
| 2.63 | 7 | لا |
| 100 | 266 | المجموع |

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

يتوزع المبحوثات طبقاً لمدى استخدام لمقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب – بالترتيب – على النحو التالي : أحياناً بنسبة 56.39 % ، دائماً بنسبة 40.98 % ، وفي المقابل بلغت نسبة من لا يستخدمون موقع اليوتيوب 2.63 % ، وتشير النتائج السابقة

إلى أن من يستخدم موقع اليوتيوب بصفة "أحياناً" أكثر من نصف المبحوثات ويرجع ذلك إلى أن المبحوثات يستخدمن وسائل إعلامية أخرى مثل وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون أو وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر وانستجرام وغيرها في الحصول على المعلومات الدينية ، كما توضح نتائج الجدول السابق اهتمام طالبات الجامعة باستخدام مقاطع الفيديو الدينية للبحث عن أدوات أخرى تساعدن على فهم صحيح الدين ، وبصفة خاصة الموضوعات المختلف عليها ؛ لذا تفضل طالبات الجامعة الاطلاع على الموضوعات الدينية من مصادرها الدينية الأصلية.

2- عدد الساعات التي تستخدم فيها المبحوثات مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب:

جدول رقم (2)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً لعدد ساعات الاستخدام اليومي لموقع اليوتيوب

| النسبة | التكرار | عدد الساعات |
|--------|---------|---------------------------|
| 51.35 | 133 | أقل من ساعة |
| 25.10 | 65 | من ساعة لأقل من ساعتين |
| 12.36 | 32 | من ساعتين لأقل من 3 ساعات |
| 11.20 | 29 | 3 ساعات فأكثر |
| 100 | 259 | المجموع |

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

يتوزع المبحوثات طبقاً لعدد ساعات الاستخدام اليومي لمقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب – بالترتيب – على النحو التالي : أقل من ساعة بنسبة 51.35 %، من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة 25.10 % ، من ساعتين لأقل من 3 ساعات بنسبة 12.36 % ، 3 ساعات فأكثر بنسبة 11.20 % ، وتشير النتائج السابقة إلى كثافة استخدام المبحوثات لموقع اليوتيوب لأقل من ساعة حيث تستخدم أكثر من نصف المبحوثات يومياً موقع اليوتيوب ، وتتفق النتيجة الحالية مع نتائج الجدول السابق من أن هناك وسائل أخرى تستخدمها المبحوثات بالإضافة إلى موقع اليوتيوب.

3- الفترة المفضلة التي تستخدم فيها المبحوثات مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب:

جدول رقم (3)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً للفترة المفضلة في الاستخدام اليومي لمقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب

| النسبة | التكرار | الفترة المفضلة |
|--------|---------|------------------------------------|
| 23.55 | 61 | الفترة الصباحية " 6 ص - 10 ص " . |
| 5.41 | 14 | فترة الظهر والعصر " 10 ص - 3 م " . |
| 27.41 | 71 | فترة المساء " 3 م - 10 م " . |
| 43.63 | 113 | فترة السهرة " 10 م - 6 ص " . |
| 100 | 259 | المجموع |

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

يتوزع المبحوثات للفترة المفضلة في الاستخدام اليومي لمقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب- بالترتيب - على النحو التالي : فترة السهرة " 10 م - 6 ص " بنسبة 43.63 % ، فترة المساء " 3 م - 10 م " بنسبة 27.41% ، الفترة الصباحية " 6 ص - 10 ص " بنسبة 23.55% ، فترة الظهر والعصر " 10 ص - 3 م بنسبة 5.41% ، وتشير النتائج السابقة إلى انشغال طالبات الجامعة باستخدام موقع اليوتيوب في الجامعة صباحاً أو في فترة السهرة التي تكون مخصصة للتحصيل الدراسي أو الجلوس مع العائلة ؛ مما يشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع اليوتيوب بصفة خاصة أصبحت تستقطع وقتاً كبيراً من أوقات الطالبات ، وأصبحت جزءاً من روتين الحياة اليومي ؛ مما يؤثر على التواصل الأسري الواقعي بدلاً من الاعتماد على العالم الافتراضي الذي يمثله وسائل التواصل الاجتماعي.

4- أهم المضامين الدينية التي تفضل طالبات الجامعة متابعتها من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب

جدول رقم (4)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً لأهم المضامين الدينية التي تفضلنها متابعتها من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب*

| النسبة | التكرار | المضامين الدينية |
|--------|---------|---------------------|
| 15.06 | 39 | القرآن الكريم |
| 58.69 | 152 | الخطب الدينية |
| 29.73 | 77 | المسلسلات الدينية |
| 5.02 | 13 | الأفلام الدينية |
| 20.46 | 53 | الأدعية والابتهالات |
| | 259 | جملة من سئلوا |

(* تم اختيار أكثر من بديل)

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

يتوزع المبحوثات طبقاً لأهم المضامين الدينية التي تفضلها متابعتها من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب - بالترتيب - على النحو التالي : الخطب الدينية بنسبة 58.69% ، المسلسلات الدينية بنسبة 29.73% ، الأدعية والابتهالات الدينية بنسبة 20.46% ، القرآن الكريم بنسبة 15.06% ، وجاءت الأفلام الدينية في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.02% ، وتشير النتائج السابقة إلى أن الخطب الدينية لرجال الدين الإسلامي جاءت في صدارة المضامين التي تحرص طالبات الجامعة لمتابعتها من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب ، حيث أن هناك الكثير من الدعاة الجدد التي ينالون اهتمام الشباب لأنهم يتكلمون بلغة قريبة منهم ، ويقدمون تفسيرات عصرية للقرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة والتاريخ الإسلامي ، بالإضافة إلى تبسيط فقه العبادات ومناقشة كافة القضايا الحياتية التي تهم الجمهور بصفة عامة وطالبات الجامعة بصفة خاصة، كما أن الاستماع للقرآن الكريم من خلال موقع اليوتيوب جاء منخفضاً ؛ وربما يرجع ذلك لتفضيل طالبات الجامعة للاستماع للقرآن الكريم من خلال الإذاعة .

5- أهم الدعاة اللاتي تفضل طالبات الجامعة متابعتهم من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب

جدول رقم (5)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً لأهم الدعاة اللاتي يفضلن متابعتهم من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب*

| النسبة | التكرار | الدعاة |
|--------|---------|------------------------|
| 29.34 | 76 | الشيخ محمد العريفي |
| 18.53 | 48 | الشيخ وجدي غنيم |
| 4.63 | 12 | عمرو خالد |
| 15.06 | 39 | مصطفى حسني |
| 3.47 | 9 | معتز مسعود |
| 10.04 | 26 | الشيخ أبو اسحق الحويني |
| 5.79 | 15 | محمد حسان |
| 21.24 | 55 | طارق السويدان |
| 17.76 | 46 | الشيخ الشعراوي |
| 23.94 | 62 | عمر عبد الكافي |
| 16.22 | 42 | الشيخ عائض القرني |
| 19.69 | 51 | الشيخ القرضاوي |
| 2.70 | 7 | أخرى تذكر |
| | 259 | جملة من سنلوا |

(* تم اختيار أكثر من بديل)

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

تتوزع طالبات الجامعة طبقاً لأهم الدعاة الذين يفضلن متابعتهم من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب - بالترتيب - على النحو التالي : الشيخ محمد العريفي بنسبة 29.34% ، عمر عبد الكافي بنسبة 23.94% ، طارق السويدان بنسبة 21.24% ، الشيخ القرضاوي بنسبة 19.69% ، الشيخ وجدي غنيم بنسبة 18.53% ، الشيخ الشعراوي بنسبة 17.76% ، الشيخ عائض القرني بنسبة 16.22% ، مصطفى حسني بنسبة 15.06% ، الشيخ أبو اسحق الحويني بنسبة 10.04% ، محمد حسان بنسبة 5.79% ، معتز مسعود بنسبة 3.47% ، أخرى تذكر بنسبة 2.70% وتتمثل في آية الله حسين فضل الله ، سليمان الجبيلان والشيخ أحمد بن عبدالعزيز بن باز والشيخ سلمان العودة ، وتشير النتائج السابقة إلى أن ما يعرف ب"ظاهرة الدعاة الجدد" حازت على اهتمامات طالبات الجامعة بالمقارنة بالدعاة التقليديين ؛ وربما يعود ذلك إلى القرب السني بين هؤلاء الدعاة وطالبات الجامعة بحيث أنهم يتكلمون نفس اللغة ، ومن الملاحظ أيضاً أن هناك بعض الدعاة الذين يطلق عليه "دعاة التشدد مثل الشيخ وجدي غنيم والذي سبق طرده من مملكة البحرين نظراً لأفكاره الدينية المتشددة قد نال على أقل من خمس المبحوثات .

6- دوافع استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب .

جدول رقم (6)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً لدوافع استخدامهن لمقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب

| المتوسط العام | نادراً | | أحياناً | | دائماً | | الدوافع |
|---------------|--------|----|---------|-----|--------|-----|--|
| | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1.54 | 11.1 | 34 | 23.9 | 73 | 49.8 | 152 | لمشاهدة مواد دينية لم أتمكن من مشاهدتها بالتلفزيون |
| 1.84 | 18.0 | 55 | 35.4 | 108 | 31.5 | 96 | معرفة الأخبار والحدوث الجارية |
| 2.05 | 29.5 | 90 | 30.5 | 93 | 24.6 | 75 | للتعرف على موقف الدين من مختلف القضايا الحياتية |
| 1.72 | 12.5 | 38 | 36.4 | 111 | 36.1 | 110 | للتعرف على المذاهب الدينية الأخرى |
| 2.00 | 23.0 | 70 | 39.7 | 121 | 22.3 | 68 | للتعرف على السيرة النبوية والتاريخ الإسلامي |
| 1.67 | 11.8 | 36 | 33.4 | 102 | 39.7 | 121 | للتعريف بالوحدة |
| 2.16 | 28.9 | 88 | 41.3 | 126 | 14.8 | 45 | للتعرف على مختلف القضايا الدينية |
| 1.59 | 13.8 | 42 | 23.0 | 70 | 48.2 | 147 | وسيلة مسلية تملأ وقت فراغي |
| 1.89 | 23.3 | 71 | 29.8 | 91 | 31.8 | 97 | استطيع الوصول للمعلومات التي لا توفرها الوسائل الإعلامية التقليدية |
| 2.03 | 26.6 | 81 | 34.4 | 105 | 23.9 | 73 | لمشاهدة الخطب الدينية للدعاة |
| 1.82 | 16.1 | 49 | 38.0 | 116 | 30.8 | 94 | لمعرفة الفتاوي المختلفة عن أمور العبادات والتعاملات |
| 1.86 | 19.0 | 58 | 35.4 | 108 | 30.5 | 93 | بحكم التعود |

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

يتوزع طالبات الجامعة طبقاً لدوافع استخدامهن لمقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب - بالترتيب - على النحو التالي : للتعرف على مختلف القضايا الدينية بمتوسط حسابي 2.16 ، للتعرف على موقف الدين من مختلف القضايا الحياتية بمتوسط حسابي 2.05 ، لمشاهدة الخطب الدينية للدعاة بمتوسط حسابي 2.03 ، للتعرف على السيرة النبوية والتاريخ الإسلامي بمتوسط حسابي 2.00 ، استطيع الوصول للمعلومات التي لا توفرها الوسائل الإعلامية التقليدية بمتوسط حسابي 1.89 ، بحكم التعود بمتوسط حسابي 1.86 ، معرفة الأخبار والحدث الجارية بمتوسط حسابي 1.84 ، لمعرفة الفتاوي المختلفة عن أمور العبادات والتعاملات بمتوسط حسابي 1.82 ، للتعرف على المذاهب الدينية الأخرى بمتوسط حسابي 1.72 ، وسيلة مسلية تملأ وقت فراغي بمتوسط حسابي 1.59 ، لمشاهدة مواد دينية لم أتمكن من مشاهدتها بالتلفزيون بمتوسط حسابي 1.54 ، ومن الملاحظ أن الدوافع النفعية قد تغلبت على الدوافع الطقوسية الخاصة باستخدام مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب ؛ وذلك نظراً لطبيعة الموقع ، حيث يحاول المستخدمون له البحث عن بعض المعلومات والتي لا تتوافر في الوسائل التقليدية أو يكون قد انتهت مدة عرضها في هذه الوسائل ، ولم يستطع المستخدم متابعتها نظراً لظروفه في الوسائل التقليدية فيشاهدها عبر موقع اليوتيوب.

7- مدى مناقشة ما تشاهده طالبات الجامعة من مقاطع الفيديو الدينية من خلال موقع اليوتيوب مع الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

جدول رقم (7)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً لمدى مناقشة ما تشاهدنه من مقاطع الفيديو الدينية من خلال موقع اليوتيوب مع الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى

| مدى المناقشة | التكرار | النسبة |
|--------------|---------|--------|
| دائماً | 121 | 46.72 |
| أحياناً | 73 | 28.19 |
| لا | 65 | 25.10 |
| المجموع | 259 | 100 |

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

يتوزع المبحوثات طبقاً لمدى مناقشة ما تشاهدنه من مقاطع الفيديو الدينية من خلال موقع اليوتيوب في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى: دائماً بنسبة 46.72 % ، أحياناً بنسبة 28.19 % ، وفي المقابل بلغت نسبة من لا يستخدمون موقع اليوتيوب في المناقشة مع الآخرين 25.10 % ، وتشير النتائج السابقة إلى أن أقل من نصف طالبات الجامعة

تحرص دائماً على مناقشة الموضوعات الدينية التي تشاهدها عبر موقع اليوتيوب نظراً لأن العديد من هذه المقاطع قد يحمل وجهات نظر خلافية خاصة بالدين الإسلامي أو الأديان الأخرى ، أو خاصة ببعض الآراء المتشددة التي تعرض بعض المواقف التي حدثت فيما سبق ، وتحتاج طالبات الجامعة للاستفسار والتوضيح عن هذه الموضوعات من خلال المناقشة مع الآخرين .

8- أهم الأشخاص اللاتي تفضل طالبات الجامعة مناقشتهم فيما تشاهدنه من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى

جدول رقم (8)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً لأهم الأشخاص اللاتي تفضلن مناقشتهم فيما تشاهدنه من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى *

| النسبة | التكرار | أهم الأشخاص |
|--------|---------|---------------------------|
| 91.24 | 177 | زملاء وزميلات الجامعة |
| 8.76 | 17 | أساتذة الجامعة |
| 27.84 | 54 | الأسرة |
| 11.86 | 23 | الأقارب |
| 2.06 | 4 | إمام المسجد |
| 24.74 | 48 | في صفحتي في مواقع التواصل |
| | 194 | جملة من سنلوا |

(* تم اختيار أكثر من بديل)

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

تتوزع طالبات الجامعة طبقاً لأهم الأشخاص اللاتي تفضلن مناقشتهم فيما تشاهدنه من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى – بالترتيب – على النحو التالي : زملاء وزميلات الجامعة بنسبة 91.24% ، الأسرة بنسبة 27.84% ، في صفحتي في مواقع التواصل بنسبة 24.74% ، الأقارب بنسبة 11.86% ، أساتذة الجامعة بنسبة 8.76% ، إمام المسجد بنسبة 2.06% ، وتشير النتائج السابقة إلى أن زملاء الدراسة كان لهم الأولوية في مناقشة ما تشاهده طالبات الجامعة من موضوعات وقضايا مختلفة وربما يرجع ذلك إلى التجانس بين هؤلاء الطلاب وبعضهم البعض ، وتشير النتائج السابقة إلى تراجع دور الأسرة والمساجد وبصفة خاصة إمام المسجد والذي جاء في المرتبة الأخيرة وبنسبة ضئيلة جداً؛ مما يجعل هؤلاء الفتيات فريسة الوقوع في بعض الأفكار المتشددة أو التعصب لمذهب ديني معين أو التعصب للدين نفسه وعدم قبول الآخر .

9- مدى مشاركة طالبات الجامعة في التعليق على مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب

جدول رقم (9)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً لمدى مشاركتهن في التعليق على مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب

| مدى المشاركة | التكرار | النسبة |
|--------------|---------|--------|
| دائماً | 43 | 16.60 |
| أحياناً | 91 | 35.14 |
| لا | 125 | 48.26 |
| المجموع | 259 | 100 |

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

يتوزع المبحوثات طبقاً لمدى مشاركتهن في التعليق على مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب: لا بنسبة 48.26 % ، وفي المقابل بلغت نسبة من يستخدمن موقع اليوتيوب في التعليق أحياناً بنسبة 35.14 % ، دائماً بنسبة 16.60 % ، وتشير النتائج السابقة إلى أن أقل من نصف المبحوثات لا تشارك في التعليق على مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب ؛ وربما يرجع ذلك لاتفاقهن مع بعض الأفكار الدينية المطروحة عبر هذا الموقع ، وتشارك نصف طالبات الجامعة في التعليق لإبداء وجهة نظر معينة حول موضوع ما أو قضية ما.

10- طبيعة تعليق طالبات الجامعة حول تشاهدتهن من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب

جدول رقم (10)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً لطبيعة التعليق فيما تشاهدتهن من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب*

| النسبة | التكرار | طبيعة التعليق |
|--------|---------|---|
| 11.94 | 16 | توضيح بعض الأمور الغامضة أو التي تحتاج تفسير |
| 32.09 | 43 | التهمك على بعض المعلومات الواردة في الفيديو |
| 15.67 | 21 | إضافة موقع الكتروني يوضح بعض المعلومات الخلاقية |
| 47.01 | 63 | تقديم تحية للداعية أو الموضوع المطروح |
| 38.06 | 51 | السخرية على اتباع الدين أو المذهب |
| 19.40 | 26 | عرض بعض الفيديوهات التي توضح رأيي |
| 134 | | جملة من سئلوا |

(* تم اختيار أكثر من بديل)

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

تتوزع طالبات الجامعة لطبيعة التعليق فيما تشاهدنه من خلال مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب - بالترتيب - على النحو التالي : تقديم تحية للداعية أو الموضوع المطروح بنسبة 47.01 % ، السخرية على اتباع الدين أو المذهب بنسبة 38.06% ، التهكم على بعض المعلومات الواردة في الفيديو بنسبة 32.09% ، عرض بعض الفيديوهات التي توضح رأيي بنسبة 19.40% ، إضافة موقع إلكتروني يوضح بعض المعلومات الخلافية بنسبة 15.67% ، توضيح بعض الأمور الغامضة أو التي تحتاج تفسير بنسبة 11.94% ، وتشير النتائج السابقة إلى أن التحيز للرأي الخاص بالطالبات كان له الأولوية في تقديم التحية للداعية الذي يلقي وجهة نظر متفقة مع وجهات نظر أقل من نصف الطالبات، وفي المقابل التهكم على معتقدات الآخرين أو السخرية منها ، بينما اتبعت نسبة قليلة من الطالبات نظام عرض بعض مقاطع الفيديو التي توضح وجهة النظر أو توضيح بعض الأمور الغامضة التي تحتاج تفسير بدلاً من التهكم والسخرية.

11- اتجاهات طالبات الجامعة نحو دور مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب في نشر التسامح الديني.

جدول رقم (11)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً لاتجاهاتن نحو دور مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب في نشر التسامح الديني

| المتوسط العام | معارض | | موافق إلى حد ما | | موافق | | الاتجاهات |
|---------------|-------|-----|-----------------|-----|-------|-----|--|
| | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1.84 | 12.0 | 31 | 27.8 | 72 | 60.2 | 156 | تحذر من أنماط السلوك الدخيلة على ثقافتنا الإسلامية |
| 1.91 | 11.6 | 30 | 20.5 | 53 | 68.0 | 176 | تحذر من أصحاب الأفكار الهدامة |
| 1.82 | 6.9 | 18 | 68.7 | 178 | 24.3 | 63 | ترشد إلى أهمية ربط السلوك بالعقيدة الإسلامية |
| 2.19 | 4.2 | 11 | 72.2 | 187 | 23.6 | 61 | تعرض الآراء الدينية التي تحض على التسامح وقبول الآخر |
| 2.16 | 21.6 | 56 | 5.0 | 13 | 73.4 | 190 | عرض نماذج القدوة الدينية التي تشجع على التسامح وقبول الآخر |
| 1.92 | 79.5 | 206 | 13.9 | 36 | 13.9 | 36 | ترسخ لمبادئ النقد الديني القائم على الاحترام |
| 2.05 | 14.7 | 38 | 9.3 | 24 | 76.1 | 197 | تنمية القيم المرتبطة بالعقيدة الإسلامية السمحة |
| 2.13 | 20.8 | 54 | 7.7 | 20 | 71.4 | 185 | تعزيز شرعية احترام عقائد الآخرين |
| 72.1 | 25.9 | 67 | 7.7 | 20 | 66.4 | 172 | تشجيع نبذ العنف والتعصب الديني |
| 2.18 | 25.9 | 67 | 6.9 | 18 | 67.2 | 174 | ترسيخ قيم الإنسانية بين أصحاب العقائد المختلفة |
| 2.14 | 6.6 | 17 | 72.6 | 188 | 20.8 | 54 | نشر الأخلاق الإسلامية السمحة |
| 1.91 | 17.8 | 46 | 55.6 | 144 | 26.6 | 69 | الحيادية والموضوعية في عرض الموضوعات الدينية |

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

يتوزع طالبات الجامعة طبقاً لاتجاهاتن نحو دور مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب في نشر التسامح الديني- بالترتيب - على النحو التالي : تعرض الآراء الدينية التي تحض على التسامح وقبول الآخر بمتوسط حسابي 2.19 ، ترسيخ قيم الإنسانية بين أصحاب العقائد المختلفة بمتوسط حسابي 2.18 ، تشجيع نبذ العنف والتعصب الديني بمتوسط حسابي 2.17 ، عرض نماذج القدوة الدينية التي تشجع على التسامح وقبول الآخر بمتوسط حسابي 2.16 ، نشر الأخلاق الإسلامية السمحة بمتوسط حسابي 2.14 ، تعزيز شرعية احترام عقائد الآخرين بمتوسط حسابي 2.13 ، تنمية القيم المرتبطة بالعقيدة الإسلامية السمحة بمتوسط حسابي 2.05 ، ترسخ لمبادئ النقد الديني القائم على الاحترام بمتوسط حسابي 1.92 ، تحذر من أصحاب الأفكار الهدامة، الحيادية والموضوعية في عرض الموضوعات الدينية بمتوسط حسابي 1.91 لكل منهما على حدة ، تحذر من أنماط السلوك الدخيلة على ثقافتنا الإسلامية بمتوسط حسابي 1.84 ، ترشد إلى أهمية ربط السلوك بالعقيدة الإسلامية بمتوسط حسابي 1.82 ، ومن الملاحظ أن هناك أكثر من ثلثي العينة "79.5%" تري أن مقاطع الفيديو لا ترسخ لمبادئ النقد الديني القائم على الاحترام وتعمل على نشر التحيز للدين أو المذهب الديني .

12- اتجاهات طالبات الجامعة نحو دور مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب في نشر التعصب الديني.

جدول رقم (12)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً لاتجاهاتن نحو دور مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب في نشر التعصب الديني

| المتوسط العام | معارض | | موافق إلى حد ما | | موافق | | الاتجاهات |
|---------------|-------|-----|-----------------|----|-------|-----|---|
| | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 2.04 | 36.3 | 94 | 34.0 | 88 | 29.7 | 77 | العمل على إثارة الفوضى في المجتمع |
| 1.88 | 39.4 | 102 | 24.7 | 64 | 35.9 | 93 | عدم الرغبة في قبول الآخر وعدم احترام عقائده |
| 2.21 | 52.5 | 136 | 16.2 | 42 | 31.3 | 81 | تشجع على التعصب لمذهب أو لدين معين |
| 2.00 | 39.0 | 101 | 30.5 | 79 | 30.5 | 79 | إثارة النزاعات الدينية في المجتمع |
| 2.05 | 30.1 | 78 | 37.5 | 97 | 32.4 | 84 | فرض الرأي على الآخرين بالقوة |
| 1.75 | 57.1 | 148 | 9.3 | 24 | 33.6 | 87 | عدم احترام الرأي المخالف |
| 1.79 | 53.3 | 138 | 13.1 | 34 | 33.6 | 87 | الابتعاد عن التعامل من يخالفني في الدين أو المذهب |
| 1.71 | 47.9 | 124 | 11.6 | 30 | 40.5 | 105 | الجث على عدم احترام القوانين الوضعية |
| 1.84 | 55.6 | 144 | 14.3 | 37 | 30.1 | 78 | العمل على تقييد الحريات في المجتمع بدعوى مخالفتها للدين |
| 1.86 | 69.1 | 179 | 8.5 | 22 | 22.4 | 58 | التشجيع على المعارضة غير الملزمة دينياً وأخلاقياً |

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

يتوزع طالبات الجامعة طبقاً لاتجاهاتن نحو دور مقاطع الفيديو الدينية في موقع اليوتيوب في نشر التعصب الديني- بالترتيب - على النحو التالي : تشجع على التعصب لمذهب أو لدين معين بمتوسط حسابي 2.21 ، فرض الرأي على الآخرين بالقوة بمتوسط حسابي 2.05 ، العمل على إثارة الفوضى في المجتمع بمتوسط حسابي 2.04 ، إثارة النزاعات الدينية في المجتمع بمتوسط حسابي 2.00 ، عدم الرغبة في قبول الآخر وعدم احترام عقائده بمتوسط حسابي 1.88 ، التشجيع على المعارضة غير الملتزمة دينياً وأخلاقياً بمتوسط حسابي 1.86 ، العمل على تقييد الحريات في المجتمع بدعوى مخالفتها للدين بمتوسط حسابي 1.84 ، الابتعاد عن التعامل من يخالفني في الدين أو المذهب بمتوسط حسابي 1.79 ، عدم احترام الرأي المخالف بمتوسط حسابي 1.75 ، الجث على عدم احترام القوانين الوضعية بمتوسط حسابي 1.71 ، وتتفق نتائج الجدول الحالي مع نتائج الجدول السابق في معارضة طالبات الجامعة لدور مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب في نشر التسامح الديني في المجتمع ، وإن كانت نسبة من طالبات الجامعة ترى أن هذه المقاطع تنشر التعصب الديني في المجتمع .

13-الإشباعات المترتبة على استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية على موقع اليوتيوب .

جدول رقم (13)

توزيع طالبات الجامعة طبقاً للإشباعات المترتبة على استخدامهن لمقاطع الفيديو الدينية على موقع اليوتيوب

| المتوسط العام | معارض | | موافق إلى حد ما | | موافق | | الإشباعات |
|---------------|-------|----|-----------------|-----|-------|-----|--|
| | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1.84 | 18.9 | 49 | 46.7 | 121 | 34.4 | 89 | زادت من معارفي الدينية حول مختلف المذاهب الدينية |
| 1.90 | 30.1 | 78 | 30.5 | 79 | 39.4 | 102 | زادت من شعوري بالراحة النفسية |
| 1.72 | 19.3 | 50 | 33.6 | 87 | 47.1 | 122 | قللت من شعوري بالوحدة |
| 1.95 | 23.6 | 61 | 48.6 | 126 | 27.8 | 72 | زادت من حسن معاملتي مع الآخرين من أصحاب الديانات والمذاهب الأخرى |
| 1.86 | 25.1 | 65 | 36.7 | 95 | 38.2 | 99 | ساهمت في مشاهدتي للدعاة الداعين للتسامح الديني |
| 11.7 | 20.5 | 53 | 29.7 | 77 | 49.8 | 129 | ساعدتني في كيفية تعاملتي مع أصحاب الديانات والمذاهب الأخرى |
| 1.69 | 18.9 | 49 | 32.0 | 83 | 49.0 | 127 | صححت الكثير من المفاهيم الخاطئة حول أصحاب الديانات والمذاهب الأخرى |
| 1.80 | 26.3 | 68 | 27.8 | 72 | 45.9 | 119 | ساعدتني على اكتساب مهارات جديدة في التعامل مع الآخرين |
| 1.94 | 30.5 | 79 | 33.2 | 86 | 36.3 | 94 | ساعدتني في التعرف على كيفية تعامل الرسول والصحابة وآل البيت مع الآخرين |
| 701. | 20.5 | 53 | 28.6 | 74 | 51.0 | 132 | ساعدتني على كيفية تأدية العبادات بشكل صحيح |
| 1.81 | 30.9 | 80 | 19.3 | 50 | 49.8 | 129 | زادت من معارفي حول بعض التنظيمات الإرهابية مثل داعش |
| 1.72 | 22.8 | 59 | 26.6 | 69 | 50.6 | 131 | ساعدتني على تفضية الوقت |

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

يتوزع طالبات الجامعة طبقاً طبقاً للإشباع المترتبة على استخدامهن لمقاطع الفيديو الدينية على موقع اليوتيوب- بالترتيب - على النحو التالي : زادت من حسن معاملتي مع الآخرين من أصحاب الديانات والمذاهب الأخرى بمتوسط حسابي 1.95 ، ساعدتني في التعرف على كيفية تعامل الرسول والصحابة وآل البيت مع الآخرين بمتوسط حسابي 1.94 ، زادت من شعوري بالراحة النفسية بمتوسط حسابي 1.90 ، ساهمت في مشاهدتي للدعاة الداعين للتسامح الديني بمتوسط حسابي 1.86 ، زادت من معارفي الدينية حول مختلف المذاهب الدينية بمتوسط حسابي 1.84 ، زادت من معارفي حول بعض التنظيمات الإرهابية مثل داعش بمتوسط حسابي 1.81 ، قللت من شعوري بالوحدة ، ساعدتني على تمضية الوقت بمتوسط حسابي 1.72 لكل منهما على حدة ، ساعدتني في كيفية تعاملي مع أصحاب الديانات والمذاهب الأخرى بمتوسط حسابي 1.71 ، ساعدتني على كيفية تأدية العبادات بشكل صحيح بمتوسط حسابي 1.70 ، صححت الكثير من المفاهيم الخاطئة حول أصحاب الديانات والمذاهب الأخرى بمتوسط حسابي 1.69 ، ومن الملاحظ أن مقاطع الفيديو التي يقدمها موقع اليوتيوب قد ساعد على حدوث بعض التطورات الإيجابية على سلوك الطالبات بما يسهم في إكسابهم قيم التسامح الديني ومن هذه التطورات كيفية التعامل مع الآخرين والالتزام الديني ومعرفة الكثير من المعلومات حول التنظيمات الإرهابية التي تنسب للإسلام مثل "داعش" وغيرها .

اختبار فروض الدراسة :

الفرض الأول :

" توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب ودوافع هذا الاستخدام " .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب ودوافع هذا الاستخدام ، وذلك كما يلي:

جدول (14)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب ودوافع هذا الاستخدام

| دوافع استخدام مقاطع الفيديو | | المتغير |
|-----------------------------|----------------|-------------------------------|
| الدلالة | معامل الارتباط | |
| .000 | .325 | مستويات استخدام مقاطع الفيديو |

يتبين من الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب ودوافع هذا الاستخدام ، حيث بلغة قيمة ر(325) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة (.000).

الفرض الثاني :

" توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباع المتحققة " .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباع المتحققة ، وذلك كما يلي:

جدول (15)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباع المتحققة

| الإشباع المتحققة | | المتغير |
|------------------|----------------|--|
| الدلالة | معامل الارتباط | |
| 1.00 | 203. | معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب |

يتبين من الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباع المتحققة ، حيث بلغة قيمة ر(203) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة (.001).

الفرض الثالث :

" توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباع المتحققة " .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباع المتحققة ، وذلك كما يلي:

جدول (16)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباع المتحققة

| الإشباع المتحققة | | المتغير |
|------------------|----------------|---|
| الدلالة | معامل الارتباط | |
| .341 | .059 | دوافع استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب |

يتبين من الجدول السابق ما يلي:

عدم وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباع المتحققة ، حيث بلغة قيمة ر(0.059) ، وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوي دلالة (.341).

الفرض الرابع :

" توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني "

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني ، وذلك كما يلي:

جدول (17)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني

| الاتجاهات نحو التسامح الديني | | المتغير |
|------------------------------|----------------|--|
| الدلالة | معامل الارتباط | |
| .457 | .047 | معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب |

يتبين من الجدول السابق ما يلي:

عدم وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني، حيث بلغة قيمة ر(0.047) ، وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوي دلالة (.457).

الفرض الخامس :

" توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني " .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني ، وذلك كما يلي:

جدول (18)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني

| المتغير | | الاتجاهات نحو التسامح الديني |
|----------------|---------|---|
| معامل الارتباط | الدلالة | |
| .379 | .000 | دوافع استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب |

يتبين من الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين دوافع استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني، حيث بلغت قيمة ر(379)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.000) .

مناقشة نتائج الدراسة :

أولاً : عادات وأنماط استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية من خلال موقع اليوتيوب : كشفت نتائج الدراسة عن كثافة استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية من خلال موقع اليوتيوب (دراسة صابر أبو بكر ،2013) ، حيث لا يستخدمه سوى نسبة قليلة جداً من الطالبات نظراً للعديد من المميزات التي يتمتع بها هذا الموقع مثل إمكانية مشاهدة مقاطع الفيديو في أي وقت دون الارتباط بزمان معين ، كما أن استخدام موقع اليوتيوب يوفر للمستخدمين بيئة خصبة من المعلومات يستطيعون بها التأثير في الآخرين (دراسة Stephen·Pihlaja ، 2016)، كما أن أكثر من نصف طالبات الجامعة يقضون ما متوسطه أقل من ساعة يومياً في متابعة مقاطع الفيديو الدينية مع الأخذ في الاعتبار مشاهدة العديد من المضامين الأخرى بخلاف المضامين الدينية واستخدام العديد من الوسائل الإعلامية التقليدية منها والجديدة مثل الفيس بوك وتويتر وانستجرام وغيرها ، وتنوعت المضامين اللاتي يفضلنها طالبات الجامعة حيث استحوذت الخطب الدينية على نصيب الأسد في اهتمامات طالبات الجامعة نظراً لتفضيل الطالبات لمشاهدة الخطب الدينية للكثير من الدعاة مثل الشيخ محمد العريفي ،

عمر عبد ، طارق السويدان ، الشيخ القرضاوي ، الشيخ وجدي غنيم ، الشيخ الشعراوي ،
الشيخ عائض القرني ، مصطفى حسني.

ثانياً: دوافع استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية من خلال موقع اليوتيوب:
كشفت نتائج الدراسة عن دوافع استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو الدينية من
خلال موقع اليوتيوب والتي تمثلت في : للتعرف على مختلف القضايا الدينية ، للتعرف
على موقف الدين من مختلف القضايا الحياتية ، لمشاهدة الخطب الدينية للدعاة ، للتعرف
على السيرة النبوية والتاريخ الإسلامي ، استطيع الوصول للمعلومات التي لا توفرها
الوسائل الإعلامية التقليدية ، بحكم التعود ، معرفة الأخبار والحدث الجارية ، لمعرفة
الفتاوي المختلفة عن أمور العبادات والتعاملات ، للتعرف على المذاهب الدينية
الأخرى ، وسيلة مسلية تملأ وقت فراغي (دراسة رضا أمين، 2009) ، (دراسة صابر
أبو بكر، 2013).

ثالثاً : السمات التفاعلية لاستخدام مقاطع الفيديو الدينية من خلال موقع اليوتيوب :
أتاحت السمات التفاعلية التي أتاحتها وسائل التواصل الاجتماعي إمكانية مناقشة العديد
من المضامين التي تحتوي عليها مقاطع الفيديو الدينية بموقع اليوتيوب وإبداء العديد
من الملاحظات والتعليقات حول محتوى هذه المقاطع ، كما أتاحت السمات التفاعلية
أيضاً إمكانية التعليق من خلال موقع اليوتيوب حيث يقومون بوضع فيديو أو ارسال
تعليق 15.3 ، وهو ما يوضح ما يوضح ان مستخدمى الموقع مازالوا يستخدمونه في
اطار المشاهدة التقليدية لوسائل الاعلام المرئية (دراسة ماجدة مراد ، 2013).

رابعاً : دور موقع اليوتيوب في نشر التسامح الديني : كشفت نتائج الدراسة أن موقع
اليوتيوب يلعب دوراً كبيراً في نشر التسامح الديني ومن هذه الأدوار : تعرض الآراء
الدينية التي تحض على التسامح وقبول الآخر ، ترسيخ قيم الإنسانية بين أصحاب العقائد
المختلفة ، تشجيع نبذ العنف والتعصب الديني ، عرض نماذج القدوة الدينية التي تشجع
على التسامح وقبول الآخر ، نشر الأخلاق الإسلامية السمحة ، وفي المقابل كشفت
نتائج الدراسة أن الموقع يلعب دوراً في نشر التعصب الديني لدى المستخدمين له من
طالبات الجامعة ومن ذلك : تشجع على التعصب لمذهب أو لدين معين ، فرض الرأي
على الآخرين بالقوة ، العمل على إثارة الفوضى في المجتمع ، إثارة النزاعات الدينية
في المجتمع ، عدم الرغبة في قبول الآخر وعدم احترام عقائده.

خامساً : الإشباع المترتبة على استخدام مقاطع الفيديو الدينية : كشفت نتائج
الدراسة أن هناك العديد من الإشباع المترتبة على استخدام طالبات الجامعة لمقاطع
الفيديو الدينية ومنها : زادت من حسن معاملتي مع الآخرين من أصحاب الديانات

والمذاهب الأخرى ، ساعدتني في التعرف على كيفية تعامل الرسول والصحابة وآل البيت مع الآخرين ، زادت من شعوري بالراحة النفسية ، ساهمت في مشاهدتي للدعاة الداعين للتسامح الديني ، زادت من معارفي الدينية حول مختلف المذاهب الدينية ، زادت من معارفي حول بعض التنظيمات الإرهابية مثل داعش ، قللت من شعوري بالوحدة، ساعدتني على تمضية الوقت ، ومن الملاحظ أن الاشباعات المعرفية جاءت في مقدمة الاشباعات التي تحققت لعينة الدراسة تلاها تحقيق إشباعات الترفيهية وشغل أوقات الفراغ عند هؤلاء الطلاب (دراسة رضا أمين ، 2009).

اخبار فروض الدراسة : كشفت نتائج اختبار فروض الدراسة عن وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب ودوافع هذا الاستخدام ، ووجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة ، ووجود علاقة أيضاً بين دوافع استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني ، وفي المقابل كشفت نتائج اختبار فروض الدراسة عن عدم وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة ، عدم وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين معدل استخدام مقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب واتجاهات طالبات الجامعة نحو التسامح الديني ، وهو يختلف عما أشارت إليه نتائج الدراسات السابقة من وجود علاقة ارتباطية بين درجة متابعة المبحوثين لمقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب ومقياس اتجاهاتهم نحو مضامين ثقافة السلام "نبذ العنف - التسامح- التعايش السلمي مع الآخر" (دراسة صابر أبو بكر ،2016).

توصيات الدراسة :

- ضرورة القيام بدراسات عن محتوى مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب والتعرف على أهم المضامين التي تحتويها ، ودورها في نشر قيم التسامح الديني أو التعصب الديني بين المستخدمين .
- ضرورة استخدام موقع اليوتيوب في نشر بعض القيم الروحية التي تستمد من الديانات المختلفة وذلك من خلال إنشاء مواقع متخصصة للمؤسسات الدينية مثل الأزهر الشريف أو الكنيسة المصرية وهيئات الإفتاء في مختلف الدول العربية .
- ضرورة تشجيع طالبات الجامعة على الاستفادة العظمي من موقع اليوتيوب في العملية التعليمية وتعلم اللغات الأجنبية بالإضافة إلى الاستفادة منه في كيفية مواجهة متطلبات الحياة اليومية ، والبعد عن الخلافات التي قد تثيرها بعض مقاطع الفيديو التي تحث على الكراهية أو الإباحية.

الهوامش :

- 1- فودة محمد علي عيشة ، استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأساليبهم في التصدي للفكر المتطرف ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، المقالة 2، المجلد 57، العدد 4، الربيع 2021، ص ص 1850-1801.
- 2- هاني إبراهيم السمان ، دور اليوتيوب في التوعية بمخاطر الإرهاب الإلكتروني- دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعات جنوب الصعيد ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، المقالة 11، المجلد 57، العدد 4، الربيع 2021، ص ص 2300-2251 .
- 3- ريهام علي نوير ، استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية: "دراسة تطبيقية على شباب جامعة القاهرة ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، المقالة 12، المجلد 54، 54- ج 5، الصيف 2020، ص ص 3540-3463.
- 4- محمود فتحي عبد الرحمن سيد ، دور الصحف الدينية المصرية في تشكيل الوعي الديني لدى الشباب بعد ثورتي يناير ويونيو : دراسة مقارنة بين الصحف الإسلامية والصحف المسيحية ، **رسالة ماجستير ، غير منشورة** ، جامعة بني سويف ، كلية الآداب ، 2019.
- 5- Anna Morozova, Anastasia Arsenteva.(2019). Post mass media in the modern informational society "Journalistic text in a new technological environment: achievements and problems", **The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS**,pp 287-295.
- 6- داليا حسن سلامة، فوزى عبدالرحمن الزعلاوى ، دور المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت في نشر ثقافة وتعاليم الدين الإسلامى ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، لمقالة 12، المجلد 17، العدد 1، الشتاء 2018، ص ص 549-483 .
- 7- أميرة مصطفى البطريق؛ غادة مصطفى البطريق ،الخطاب الإعلامي لتنظيم داعش الإرهابي على اليوتيوب ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المقالة 10، المجلد 16، العدد 2، الربيع 2017، ص ص 517-560 .
- 8- Pihlaja، Stephen، 2016، ‘What about the wolves?’: The use of scripture in YouTube arguments، **Language & Literature. Aug، Vol. 25 Issue 3،** p226-238.
- 9- صابر محمد أحمد أبو بكر ، المضامين المقدمة عبر موقع اليوتيوب وعلاقتها بنشر ثقافة السلام لدى المراهقين ، **رسالة دكتوراه غير منشورة** ، جامعة عين شمس.معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2016 ،
- 10- ناصر المجيب ، تأثير قنوات اليوتيوب الخليجية في القضايا الرئيسية في على المشاهد في السعودية ، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، جامعة الملك سعود ، كلية الآداب ، 2014 .
- 11- Stephen Pihlaja، 2014, “Christians” And “Bad Christians”: Categorization In Atheist User Talk On Youtube، De Gruyter Mouton, Text &Talk 34. 623-639.
- 12- Guo, Lei; Harlow, Summer,2014, User-Generated Racism: An Analysis of Stereotypes of African Americans, Latinos, and Asians in YouTube Videos, **Howard Journal of Communications**, 25:281–302

- 13- صابر محمد أحمد أبو بكر ، استخدامات المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس.معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2013.
- 14- ماجدة مراد ، قدرات التحكم الذاتي لدى الشباب المصري الجامعي وعلاقتها بالتعرض للتليفزيون وموقع يوتيوب YouTube ، *المجلة المصرية لبحوث الاعلام* ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، العدد 43 ، 2013 ، ص1-52.
- 15- وديع العززي، استخدامات طلبة جامعة صنعاء لليوتيوب ، والإشباع المتحققة لهم ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة صنعاء ، كلية الاعلام ، 2013.
- 16- Andrew J. Weaver, Asta Zelenkauskaitė, Lelia Samson, 2012, The (Non)Violent World of YouTube: Content Trends in Web Video, *Journal of Communication*. Dec, Vol. 62 Issue 6, p1065-1083.
- 17- فانتن يتيم ، استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة الملك سعود، كلية الآداب ، 2012.
- 18- اسماء مسعد عبدالمجيد ، اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الانترنت في متابعة الاحداث المحلية : دراسة مسحية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة حلوان ، كلية الاداب ، 2011.
- 19- عمرو محمد أسعد ، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمتهم المجتمعية : دراسة على موقعي اليوتيوب والفيس بوك ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، 2011.
- 20- حنان احمد سليم ، اثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاه السعوديه نحو أحداث الثورة المصرية ، *المجلة المصرية لبحوث الاعلام* ، جامعة القاهرة كلية الاعلام - العدد الثامن والثلاثون-يوليو-ديسمبر 2011 .
- 21- Liesbet van Zoonen, Farida Vis , Sabina Mihelj, 2010, Performing citizenship on YouTube: activism, satire and online debate around the anti-Islam video Fitna, *Critical Discourse Studies*, Vol. 7, No. 4, November, 249 –262.
- 22- رضا عبد الواحد أمين ، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت ، مؤتمر الاعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لواقع جديد ، جامعة البحرين ، كلية الآداب ، 7-9 ابريل 2009.
- 23- Lanming Chen & Lisa K. Hanasono, 2016, The Effect of Acculturation on Chinese International Students' Usage of Facebook and Renren, *China Media Research*, 12(1), 2016, p47.
- 24- Jian Raymond Rui & Michael A. Stefanone, 2016, The Desire for Fame: An Extension of Uses and Gratifications Theory, *Communication Studies* Vol. 1, No. 1, 2016, p3.
- 25- Drew D. Shade, Sarah Kornfield, Mary Beth Oliver, 2015, The Uses and Gratifications of Media Migration: Investigating the Activities, Motivations, and Predictors of Migration Behaviors Originating in Entertainment Television, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), , p319.

- 26- Kelly Quinn,2016, Why We Share: A Uses and Gratifications Approach to Privacy Regulation in Social Media Use, **Journal of Broadcasting & Electronic Media** ,60(1), 2016, p62.
- 27- سمير حسين، بحوث الإعلام، ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2006 ، ص 131 .
- 28- محمد عبيد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، القاهرة ،عالم الكتب، ص 153 .
- 29- عادل عبد الغفار : علاقة مشاهدة نشرات الأخبار التي يقدمها التلفزيون المصري بتشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الأزمة العراقية ،بحث مقدم في المؤتمر العلمي السنوي العاشر بعنوان " الإعلام المعاصر وألوية العربية ، الجزء الثاني ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، ٤- ٦ مايو ٢٠٠٤، ص٤٧٩ .
- 30- إبراهيم عبدالله المسلمي، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية ،القاهرة، دار الفكر العربي، 2008 ، ص ص 103-104
- 31- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1 ، القاهرة: عالم الكتب، 2000، ص 158 .
- 32- عاطف عدلى العبد، المنهج العلمي فى البحوث الإعلامية ، القاهرة، دار الهانى، 2000، ص 15 .
- 33- فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأى العام: تصميمها وأجراؤها وتحليلها ،القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001، ص 123 .
- 34- محمد عبد الحميد، البحث العلمي فى الدراسات الإعلامية ، ط1، مرجع سابق ، ص 130 .
- 35- سامى طابع، بحوث الإعلام ، القاهرة، دار النهضة العربية، 2001، ص 306 .
- 36- محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002، ص113 .
- 37- Louis, M.R & Richard, Y.A.P, 1992, **Designing & Conducting Survey Research: A Comprehensive Guide**, San Francisco: Jossey Bossinc, , P.129.
- 38- سمير محسن حسين ، بحوث الاعلام : الاسس و المبادئ ، القاهرة ، عالم الكتب ، 1991 ، ص 14 .
- 39- عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأى العام والإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1994، ص31 .
- 40- عاطف عدلي العبد؛ نهى عاطف العبد، استطلاعات وبحوث الإعلام والرأى العام ، تصميمها وتنفيذها ، ط 6 ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 2009 ، ص 34 .
- 41- Norlidah Alias, Siti Hajar Abd Razak, Ghada elHadad, Nurul Rabihah Mat Noh Kokila Kunjambu, Parimaladevi Muniandy,2013, A content analysis in the studies of YouTube in selected journals, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Vol 103 ,p 10 .