

حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية

فصلية علمية محكمة - تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت

استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية الدينية الرسمية وعلاقته باتجاهاتهم نحو قضايا الوعي والتسامح الديني دراسة مقارنة بين موقعي الأزهر الشريف والكنيسة المصرية

د. عبد الصادق حسن عبد الصادق
كلية الآداب والعلوم - الجامعة الأهلية
مملكة البحرين

جامعة
الكويت

مجلس
النشر العلمي



جامعة الكويت
KUWAIT UNIVERSITY

ISSN: 1560 - 5248

الرسالة 611 - الحولية 43

1444 هـ / 2022 م (ديسمبر)

ثمن العدد

قطر: ١٠ ريال

البحرين: دينار واحد

الكويت: ٥٠٠ فلس

عمان: ريال واحد

السعودية: ١٠ ريال

الإمارات: ١٠ درهم

ثمن النسخة في دول الوطن العربي ما يعادل دولاراً واحداً

ثمن النسخة في الدول الأجنبية ما يعادل ثلاثة دولارات

الاشتراك السنوي لعدد (١٢) رسالة

الدول الأجنبية	الدول العربية	الكويت	نوع الاشتراك	سنوات الاشتراك
٢٢ دولاراً	٦ دنانير	٤ دنانير	أفراد	سنة واحدة
٩٠ دولاراً	٢٢ ديناراً	٢٢ ديناراً	مؤسسات	
٣٧ دولاراً	١٠ دنانير	٧ دنانير	أفراد	سنتان
١٥٠ دولاراً	٣٧ ديناراً	٣٧ ديناراً	مؤسسات	
٥٢ دولاراً	١٤ دنانير	١٠ دنانير	أفراد	٣ سنوات
٢١٠ دولارات	٥٢ ديناراً	٥٣ ديناراً	مؤسسات	
٦٧ دولاراً	١٨ ديناراً	١٣ ديناراً	أفراد	٤ سنوات
٢٧٠ دولاراً	٦٧ ديناراً	٦٧ ديناراً	مؤسسات	

جميع المراسلات الخاصة بشروط النشر أو أية استفسارات أخرى
توجه إلى رئيس تحرير حويليات الآداب والعلوم الاجتماعية
ص.ب: ١٧٣٧٠ الخالدية - الكويت: ٧٢٤٥٤ - ت: ٢٤٨٣٠٢٥٦ - فاكس ٢٤٨٣٠٢٥٦

ISSN 1560-5248 Key title: Hawliyyat Kulliyyat al-Adab

E-mail: aass@Ku.edu.Kw

http://apc.kuniv.edu.kw/AASS/

تتوفر نصوص البحوث كاملة لدى:

EBSCO Publishing Products

دار المنظومة: www.mandumah.com

إصدارات مجلس النشر العلمي

مجلة العلوم الاجتماعية ١٩٧٣، مجلة الكويت للعلوم والهندسة ١٩٧٣، دراسات الخليج والجزيرة	العربية ١٩٧٥، لجنة التأليف والتعريب والنشر ١٩٧٦، الحقوق ١٩٧٧، والعلوم الاجتماعية ١٩٨٠، المجلة العربية للعلوم	الإنسانية ١٩٨١، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية ١٩٨٣، المجلة التربوية ١٩٨٣، العربية للعلوم الإدارية ١٩٩١.
---	--	--

حواصط الآءاب و العلوم الاءءماعفة

ANNALS OF THE ARTS AND SOCIAL SCIENCES

ءصءر عن مءلس النشر العلمف - ءامعة الكوفء

فصلفة علمفة مءكمة ءءضمن مءموعة من الرساءل؁
وءعنف بنشر الموضوعاء الءف ءءءل فف مءالاء
العلوم الإنسانفة والاءءماعفة.

الحولفة الءالء والأربعون
الرسالة الحاءفة عشرة بعء المءة الساءة

1444 هـ / 2022 م

هيئة التحرير

أ.د. يعقوب يوسف الكندري
رئيس هيئة التحرير

أ.د. عبد العزيز علي سفر
قسم اللغة العربية وآدابها

أ.د. عبد الله محمد الغزالي
قسم اللغة العربية وآدابها

أ.د. نعمان محمود أحمد جبران
قسم التاريخ

أ.د. تغريد محمد القدسي
قسم دراسات المعلومات

أ.د. هشام فتحي جاد الرب
قسم علم النفس

أ.د. باقر سليمان النجار
قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية

د. إبراهيم ناجي الهدبان
قسم العلوم السياسية

د. عبد الله محمد الجسمي
قسم الفلسفة

د. أحمد مبارك الحصم
قسم الجغرافيا

مها إبراهيم المسعد
مديرة التحرير

الهيئة الاستشارية

أ.د. منى بيكر

جامعة مانشستر - المملكة المتحدة

أ.د. باسل حاتم

الجامعة الأمريكية - الشارقة
الإمارات العربية المتحدة

أ.د. عبدالقادر الفاسي الفهري

قسم اللغة العربية - جامعة محمد الخامس

أ.د. إبراهيم السعافين

قسم اللغة العربية - الجامعة الأردنية

أ.د. محمود السيد أبو النيل

قسم علم النفس - جامعة عين شمس

أ.د. حمدي حسن أبو العينين

كلية الإعلام - جامعة مصر الدولية

أ.د. عبد الله الوليعي

قسم الجغرافيا - جامعة الملك سعود

أ.د. ساري حنفي

رئيس الجمعية الدولية لعلم الاجتماع
الجامعة الأمريكية - بيروت

أ.د. مأمون فندي

مدير معهد لندن للدراسات الإستراتيجية

قواعد النشر

في حَوَلِيَّاتِ الآداب والعلوم الاجتماعية

- ١- تنشرُ الحَوَلِيَّاتُ البحوثَ والدِّرَاسَاتِ الأصيلَةَ باللغَتَيْنِ العربيَّةِ والإنجليزيَّةِ في مجال العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية والآداب.
 - ٢- أن تُمثِّلَ الدِّرَاسةُ إضافةً جديدةً في حقل التَّخَصُّصِ.
 - ٣- لم يسبقَ نُشْرُ الدِّرَاسةِ بأيِّ صورة كانت، ولم يسبقَ أيضًا تقديمُها للنَّشرِ إلى جهة أخرى في أثناء وُرودها إلى الحَوَلِيَّاتِ. ويلتزم الباحثُ بكتابة إقرارٍ وتعهُّدٍ بأنَّ البَحْثَ المُقَدَّم لم يسبقَ نُشْرُه في أيِّ وعاء نشر، أو أرسل إلى جهة أخرى.
 - ٤- ألا يقلَّ عَدَدُ كلماتِ الدِّرَاسةِ عن (١٥٠٠٠) كلمة، شاملة المراجع والهوامش والجداول، (بحدود ٥٠ صفحة). وألا يزيدَ عددُ الكلماتِ عن (٦٠٠٠٠) كلمة (في حدود ٢٠٠ صفحة).
 - ٥- يُقَدَّمُ البَحْثُ بالبريد الإلكتروني: (aass@ku.edu.kw) مكتوبًا بواسطة مُعالِج النُّصوص Microsoft Word وعلى مسافة ونصف، وينط (١٤) Arabic Simplified. في حالة البَحْثِ باللُّغة العربيَّة، وعلى مسافتين، وينط (١٢) Roman New Times في حالة البَحْثِ باللُّغة الإنجليزيَّة.
 - ٦- يُزَفَّقُ الباحثُ ملخَّصًا للبَحْثِ، مطبوعًا باللغَتَيْنِ العربيَّةِ والإنجليزيَّةِ، في حدود (٢٠٠) كلمة. على أن يحتوي ملخَّصُ البَحْثِ على: هَدَفُ الدِّرَاسةِ وأسئلتها، ومنهج الدِّرَاسةِ المُسْتخدَم، وأبرز النتائج المُستخلصة، وأهم الاستنتاجات.
 - ٧- يُزَفَّقُ الباحثُ مع البَحْثِ سيرةً علميَّةً مُختصرة، مطبوعة باللغَتَيْنِ العربيَّةِ والإنجليزيَّةِ، تشمل أهم مؤلفاته وأبحاثه.
 - ٨- تُقدَّمُ الخرائط والأشكال والرسوم (إن وُجدت) بأصولها الصَّالحة للطباعة بصيغة JPG، وبمستوى دَقَّة ٨٠٠×٦٠٠.
 - ٩- في حالة رغبة الباحث بنَشْرِ الصُّور أو الخرائط أو الأشكال البيانيَّة الملونة؛ يلتزم بدَفْع تكاليفها.
 - ١٠- يراعي الباحثُ عند كتابة البَحْثِ الالتزامَ بأحدث نسخة من أحد النُّظامين:
أ - Modern Language Association MLA
ب - American Psychological Association APA
- يستخدم في البحوث والدِّرَاسات في مجال العلوم الإنسانية والآداب نظام MLA، والبحاث في مجال الدِّرَاسات الاجتماعية نظام APA، من حيث كتابة المراجع والهوامش في متن البَحْث، أو في قائمة المراجع.
- أولاً: في الدِّرَاسات في مجال العلوم الإنسانية والآداب، يمكن كتابة المرجع على نظام MLA على الوجه الموضح أدناه:
- ١ - الهوامش: - توضع الهوامش في نهاية البَحْث في حالة عدم وجود فصول.
 - ترتَّب أرقامُ التَّوثيقِ بطريقة متسلسلة حتى نهاية كلِّ فصل، أو حتى نهاية البَحْث في حالة عدم وجود فصول.
 - تثبت الهوامش عند ذِكْرِها لأوَّل مرَّة كاملة على النَّحو الآتي: اسم المؤلف، عنوان الكتاب (بالبنط الأسود)، رَقْمُ الجزء، رَقْمُ الطُّبْعَةِ، اسم الناشر، مكان النَّشر، سنة النَّشر، رَقْمُ الصَّفحة.
- مثال: (ابن حزم، الإحكام في أصول الأحكام، جزء ٢، ط ١، دار المعارف، القاهرة، ١٩٦٦، ص ١١٦).
- ٢- المراجع:
- (فؤاد زكريا، آراء نقدية في مشكلات الفكر والثقافة، ط ١، الهيئة المصريَّة العامَّة للكتاب، القاهرة، ١٩٧٥، ص ١١).

ويمكن الرجوع إلى العديد من المواقع التي توضح عملية استخدام المراجع، منها:

[quickguide/mla/com.libguides.irsc:http](http://quickguide/mla/com.libguides.irsc)

ثانيًا: في مجال العلوم الاجتماعية، يمكن كتابة المراجع على الوجه الموضح أدناه (APA):

١- كتابة المرجع في المتن: اسم العائلة للمؤلف متبوعًا بفاصلة، ثم سنة النشر. (يُرجى الرجوع إلى دليل التوثيق وفقًا لنظام APA لمزيد من التفاصيل)

مثال: (Cortois, 2001)

٢- قائمة المراجع: يُرجى الرجوع إلى دليل التوثيق وفقًا لنظام APA للتفاصيل.

مثال:

Jones, J. (2005). Writing with style. Style Writing Journal, 12 (6), 1433-.

<http://www.apastyle.org>

ويمكن زيارة موقع:

لمعرفة القواعد الخاصة بهذا النظام.

١١- يجب أن تشمل جميع البحوث على قائمة المراجع كاملة في نهاية البحث، على أن يكون بنط الكتابة بالنص الروماني (Roman Script).

١٢- لمعرفة قواعد وأخلاقيات النشر رجاء مراجعة موقع الحوليات الإلكتروني.

شروط قبول البحوث في الحوليات:

أ - لا تقبل الحوليات البحوث التي سبق نشرها بأي طريقة.

ب - لا تقبل المجلة نشر أبحاث الماجستير أو الدكتوراه أو أي مستلآت منها.

ج - لا تُرد ولا تُسترجع أصول البحوث المقدمة للنشر، سواء نُشرت أم لم تُنشر.

د- لا يجوز نشر البحوث في جهات أخرى بعد موافقة الحوليات على نشرها. وإذا ثبت ذلك؛ فستتخذ إدارة الحوليات الإجراءات القانونية المتبعة بهذا الشأن.

هـ- يمكن للباحث نشر بحثه في جهات أخرى، بعد الحصول على إذن كتابي سابق من رئيس التحرير، وبعد انقضاء ثلاث سنوات - على الأقل - على نشره في الحوليات.

و- يُعرض البحث الذي تتوافر فيه القواعد المذكورة سابقًا، بعد موافقة هيئة التحرير، على مُحكمين لتقرير مدى صلاحية البحث للنشر في المجلة.

و- تمنح المجلة للباحث خمسين نسخة من بحثه المنشور، كإهداء.

تُرسل البحوث وجميع المراسلات الخاصة بالحوليات إلى رئيس التحرير عن طريق البريد الإلكتروني للمجلة.

رئيس تحرير حويات الآداب والعلوم الاجتماعية

ص.ب: ١٧٣٧٠ الخالدية

رمز بريدي: 72454

الكويت

ISSN 1560 Key title: Hawliyyat Kulliyyat al-Adab

<http://apc.kuniv.edu.kw/AASS>

E-mail: aass@ku.edu.kw

افتتاحية الإصدار الثالث من الحولية الثالثة والأربعين – ديسمبر 2022

بقلم رئيس التحرير: أ.د. يعقوب يوسف الكندري

في آخر عدد أكون فيه رئيساً لتحرير هذا الوعاء العلمي المميز، بعد أن قضيت المدة المسموح بها لتولي هذه المسؤولية، والتي بدأت منذ عام 2016؛ فإنه لا يسعني في هذه المناسبة إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى جميع من عمل معي بجدّ ونشاط في إدارة هذه الحولية التي تعدّ منارةً فكريّة وعلميّة من المنارات المتعدّدة المضيئة، والتي تفخر بها جامعة الكويت؛ فهناك فريق من العاملين وجهاز السكرتارية، الذين لولاهم لما خرجت الحوليات بهذا الشكل على مدى السنوات الماضية؛ فشكراً لجهاز إدارة الحوليات، وكذلك شكراً لأعضاء هيئة التحرير والهيئة الاستشارية المتعاقبين في أثناء قيامي بمسؤوليتي، والذين ساعدوا في تقديم الرأْي الحِصيف والمشورة الدّقيقة، وأعانوا الحوليات على القيام بمسؤولياتها على أكمل وجه. والشكر موصول كذلك إلى إدارة الجامعة على ثقّتها الكريمة، وعلى من تناوب على رئاسة مجلس النّشر العلميّ وهذا القطاع من نواب لمدير الجامعة، الذين تعاقبوا على إدارته وعلى إدارة مجلسه الموقر؛ وإلى كافّة من عاصرتهم من الزّميلات والزّملاء الأعضاء في مجلس النّشر العلميّ. كما لا يفوتني شكر وتقدير جميع الباحثين الذين تحلّوا بروح الصّبر، وتحملّ قرارات التّعديل أو الرّفص في بعض الأوقات، وقد كان للمحكّمين الأفاضل الرأْي الفاضل في مثل هذه القرارات. والشكر أيضاً يوجّه للمحكّمين المميّزين الأفاضل الذين أخرجوا هذه السلسلة وقيّموها بشكل علمي، فخرجت هذه الرسائل بشكلها العلميّ الرّصين، مع دقّة إخراجها والتّدقيق عليها من عاملين مميّزين في مجال المراجعة اللّغويّة والتّدقيق العلميّ العامّ للحوليات. فشكراً لهم جميعاً على هذه الجهود التي بذلوها.

ولا بدّ من الإشارة إلى أننا – وبالتحديد في هذه الفترة – على موعد للتّقدّم مرة أخرى إلى قاعدة البيانات (سكوبس) للانضمام إليها، فقد حدّد موعد نهاية عام 2022 بعد أن حدّد المسؤولون في شركة (السيفير) مجموعة من الطلبات التّزمّتها الحوليات كاملة، ونحن على أمل انضمام الحوليات في القريب العاجل – إن شاء الله – بعد الالتزام بكافّة البنود الواردة من قبل المؤسّسة المذكورة. ولا يسعنا هنا إلا أن نتطلّع إلى أن يدير هذه الحوليات من هو قادر على التّجديد، وحملّ الأمانة العلمية في هذه المهمّة الصّعبة. وقد

فَرَضَ هذه الصَّعُوبَةُ سَمْعَةً هذا الوعاءَ البَحثيَّ على المَستوى الإقليميّ، والتّي لا بدّ من المحافظة عليها، وقد حافظتِ الحَوليَّات على مَستواها وانتظامها حتّى في أشدّ الظُّروف.

احتوى هذا العدد على سبع رسائل علمية تفاوتت في موضوعاتها وتخصّصاتها؛ فقد جاءت الرسالة (607) للباحث: محمّد نور الدّين المنجّد، من جامعة السلطان قابوس في سلطنة عمان، وهي معجم عنوانه: «معجم ما اختلف رسمه واتفق لفظه في القرآن الكريم برواية حفص عن عاصم». وجاءت الرّسالة (608) بعنوان: «إشكالية عدم توظيف الإطار النظريّ في أطروحات ماجستير برنامج علم الاجتماع وعلاقته بجوّد الإنتاج العلميّ الاجتماعيّ: دراسة طوليّة لحالة جامعة السلطان قابوس»، للباحث: محمد سيد أحمد بيومي، من جامعة الشارقة في دولة الإمارات العربيّة المتّحدة وجامعة عين شمس في جمهورية مصر العربيّة. أما الرسالة (609)، فكانت تحت عنوان: «تركات الفلاحين في جبل نابلس ودلالاتها الاقتصاديّة والاجتماعيّة»، للباحث: محمد ماجد الحزماوي، من جامعة قطر. وقَدّم الباحث: وائل أحمد إبراهيم طوبار، من جامعة الفيوم في جمهورية مصر العربيّة، بحثاً بعنوان: «الرّقيق في الدولة السامانية: تجارته أنواعه مهامه»، في الرسالة (610). أما الرسالة (611)، فكانت بعنوان: «استخدام الشّباب الجامعيّ للمواقع الإلكترونيّة الدّينيّة الرّسميّة وعلاقته باتجاهاتهم نحو قضايا الوعي والتّسامح الدّينيّ: دراسة مقارنة بين موقعيّ الأزهر الشّريف والكنيسة المِصريّة»، للباحث: عبد الصّادق حسن، من الجامعة الأهليّة في مملكة البحرين. وجاءت الرّسالتان الأخيرتان من الكويت: فكانت الرسالة (612) عن: «دور شبكات التّواصل الاجتماعيّ في تنمية المسؤوليّة الاجتماعيّة لدى الأفراد وَفُق المنظور الإسلاميّ لمواجهة جائحة كورونا (كوفيد - 19) بدولة الكويت»، للباحثين: أحمد خليف الزايدي، من كلية الشريعة بجامعة الكويت؛ و: وفقي حامد أبو علي، من وزارة التربية؛ و: خالد الحميدي القحص، من قسم الإعلام بجامعة الكويت. أما الرّسالة الأخيرة وهي الرّسالة (613)، فكانت عن: «البنية النّصيّة للأمثال الكويتيّة»، للباحثة: فاطمة العازمي، من كليّة التّربية الأساسيّة في الهيئة العامّة للتّعليم التّطبيقيّ والتّدريب.

نرجو ختاماً أن يكونَ هذا التّنوع مناسباً لهذا الإصدار؛ وعلى أمل أن يخرج أيضاً خلال شهر يناير القادم (قبل عدد مارس) إصدارٌ خاصٌّ يتضمّن (14) رسالة علميّة في اللّغة العربيّة في الأدب واللّغة والنّحو؛ وذلك بمناسبة يوم اللّغة العربيّة العالمي.

الرسالة 611

استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية الدينية الرسمية وعلاقته باتجاهاتهم نحو قضايا الوعي والتسامح الديني دراسة مقارنة بين موقعي الأزهر الشريف والكنيسة المصرية

د. عبد الصادق حسن عبد الصادق

كلية الآداب والعلوم - الجامعة الأهلية

مملكة البحرين

حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية - الحولية الثالثة والأربعون 1444هـ/2022م

المؤلف:

د. عبد الصادق حسن عبد الصادق

- دكتوراه في الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2006 مع مرتبة الشرف، جمهورية مصر العربية.
- أستاذ الإعلام المشارك، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.

الإنتاج العلمي :

- 1- اعتماد الشباب الجامعي على الإعلان الإلكتروني كمصدر لاتجاهاته الشرائية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الخاصة في مصر والبحرين، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، الرسالة 396، الحولية 34، مارس 2014.
- 2- دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في إمداد الجالية في مملكة البحرين بالمعلومات عن القضايا السياسية: دراسة ميدانية، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، الرسالة 411، الحولية 35، 2014.
- 3- اتجاه الشباب الجامعي العربي نحو العلاقة بين التعرض لموقع الفيس بوك والهوية الثقافية: دراسة مقارنة بين مصر والبحرين، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، مج. 38، ع. 146، 2012.
- 4- العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي البحريني لتقنيات الهاتف الخليوي ومستوى معرفتهم بالأحداث الجارية: دراسة ميدانية في إطار نظرية فجوة المعرفة، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، السنة: 39، العدد: 151، 2013.
- 5- التعرض لألعاب الفيديو جيم الإلكترونية وعلاقته بالعنف لدى المراهقين: دراسة مقارنة بين طلاب المدارس الثانوية في مصر والبحرين، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، الرسالة 429، الحولية 35، 2015.
- 6- معالجة مواقع الصحف العربية الإلكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية 2012: دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الشرق الأوسط والحياة، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشارقة، المجلد الحادي عشر، العدد الثاني، ديسمبر 2014.
- 7- إدراك المراهقين لمخاطر المضامين الإباحية بالهاتف الخليوي: دراسة مقارنة بين طلبة المدارس الثانوية في مصر والبحرين في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، الرسالة 452، الحولية 36، 2016.

المحتوى

13	الملخص
15	المقدمة
17	الدراسات السابقة
33	التعليق على الدراسات السابقة
37	الإطار النظري للدراسة: نظرية التهيئة المعرفية
37	الفرض الأساسي لنظرية التهيئة المعرفية
38	فروض نظرية التهيئة المعرفية
38	الأبعاد المتعلقة بنظرية التهيئة المعرفية وتطبيقها على الدراسة
41	تطبيق نظرية التهيئة المعرفية على الدراسة
42	مشكلة الدراسة
44	أهمية الدراسة
45	أهداف الدراسة
46	فروض الدراسة
46	تساؤلات الدراسة
47	مفاهيم الدراسة
50	نوع الدراسة
50	مناهج الدراسة
52	مجتمع الدراسة
52	عينة الدراسة

56	أداة جمع البيانات
57	محاوَر الاستبيان
58	إجراءات الثبات والصدق
60	المعالجة الإحصائية للدراسة
61	مجالات الدراسة
62	نتائج الدراسة الميدانية
127	اختبار فروض الدراسة
141	مناقشة نتائج الدراسة
149	توصيات الدراسة
151	الهوامش
159	المراجع

الملخص

هدفت الدراسة إلى تعرّف استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية الدينية الرسمية وعلاقته باتجاهاتهم نحو قضايا الوعي والتسامح الديني: دراسة مقارنة بين موقعي الأزهر الشريف والكنيسة المصرية، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها 368 مفردة من الشباب، واستخدم الباحث أداة الاستبيان للحصول على المعلومات عن موضوع الدراسة، وكشفت نتائج الدراسة أن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية اهتمت بالقضايا التي تزيد من الوعي الديني والتسامح بين الشباب الجامعي، فقد اهتمت هذه المواقع بضرورة التمسك بالدين، ونشر القيم والأخلاق الفاضلة، الحفاظ على الهوية الدينية، التعريف بالمذاهب العصرية، مناهضة الغزو الثقافي المتناقض مع قضايا التسامح والوعي الديني، بيان العقيدة الصحيحة للمسلم وتحرير الشباب من الخرافات، كما كشفت نتائج الدراسة أن مصادر قضايا التسامح والوعي الديني والتي تحرص المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية على الاهتمام بها من وجهة نظر أكثر من ثلثي الشباب الجامعي تتمثل في: القرآن الكريم، والكتاب المقدس، وهذا الأمر لا يقتصر على الدين الإسلامي، فقد كشفت نتائج إحدى الدراسات أن الفيسبوك له تأثيرات سلبية في المسيحيين من خلال نشر الأفكار الهدامة والمناقضة لصحيح الدين المسيحي، كما كشفت نتائج الدراسة أن اتجاهات الشباب الجامعي نحو مستوى مصداقية المضمون في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية تمثلت في: توقفت عن بعض الممارسات الدينية الخاطئة لثقتي في المضمون المقدم بها، اكتسبت عادات جديدة لثقتي في المضمون، المعلومات التي تقدمها المواقع بها حلول سهلة وبسيطة لمشاكل اجتماعية معقدة، تقدم المواقع حلولاً واقعية للمشكلات وتقدم وجهة النظر السليمة تجاهها، يتم مراجعة المعلومات التي تتم إذاعتها بدرجة عالية من الكفاءة قبل عرضها، تحرص المواقع على عرض آراء خبراء على درجة كبيرة من الكفاءة المهنية.

الكلمات الدالة : المواقع الإلكترونية الدينية الرسمية، الوعي الديني، التسامح الديني، الأزهر الشريف، الكنيسة المصرية.

المقدمة

يعد الإعلام في عصرنا الراهن واحدًا من أهم العوامل المساعدة على تشكيل الواقع الديني ودعّمه من خلال ما يقدمه من معارف ومعلومات وقيم وما ينقله من خبرات وتجارب تسهم في رفع درجة وعي الأفراد بأمور دينهم، فمهمة وسائل الإعلام يجب ألا تحصر نفسها في إطار الدعاية السياسية أو الإعلانية أو في إطار التسلية أو الترفيه، ولكي تقوم وسائل الإعلام بالدور المنوط بها في مجال تغيير الخطاب الديني، وانطلاقًا من الخصوصية الدينية لأي مجتمع؛ فإنه في حاجة إلى العناية بتأصيل مفاهيمه ومناهجه وفقًا لهدى الأديان وتوجيهاتها.

كما يعد الإعلام ركيزة أساسية من ركائز أي عقيدة، ولا شك أن العقيدة تتطلب ركيزة إعلامية قوية وفعالة، وتجلى ذلك في ظهور المواقع الإلكترونية الدينية الرسمية التي تخصصت في نشر تعاليم الدين الإسلامي والمسيحي وهديه، فتقوم هذه المواقع بدور مهم وفعال في توجيه الجمهور لأمر الدين والعبادات، بالإضافة إلى تركيزها على تقديم الحلول للقضايا والمشكلات المحيطة بهم، فلا تكتفي بتقديم المعلومات فقط، بل تقوم بالتأثير في اتجاهات الجمهور، وتقوم بغرس القيم الدينية في نفوسهم، ومحاولة تغيير السلوكيات والقيم القائمة التي لا تتوافق مع صحيح الدين.

وانطلاقًا من ذلك، تولي المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية اهتمامًا بالموضوعات الدينية - تأثرًا بظواهر الصحوة الدينية وسعيها لتحقيق هذه الغاية - إلى تعميق الوعي والتسامح الديني لدى الجمهور، فهي تقوم بهذا العمل في ضوء الحقيقة التي تقول: إن الدين هو الحياة، ويشتمل على ما يخص المسلم والمسيحي في مجالات التشريع والقضاء والسياسة والاقتصاد والعبادات وغيرها.

وفي ظل التطور الحالي للمجتمع المصري، الذي يحتم علينا القول: إن الإعلام الإسلامي صورة من صور الإعلام المتخصص وهو الإعلام الديني، فإن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية هي إحدى صور هذا الإعلام، وعليها دور كبير نظرًا لأن الجمهور ينظر إليها على أنها تقدم الحقيقة وقدرتها على الاستجابة لمتطلباته وقدرتها على إزالة هموم الناس وإيجاد الحلول الناجحة لمشكلاتهم في الحياة لعدم اعتمادها على الكذب والخداع والتزوير وصور الافتراء الإعلامي التي تعج بها المواقع الإلكترونية الدينية اليوم، فعلى الرغم من انتشار العديد من وسائل الإعلام الديني كالإذاعة والتلفزيون، فإن المواقع الإلكترونية الدينية الرسمية ما زال لها الأثر القوي في الجمهور؛ إذ يستقي منها التوجيه والإرشاد وهي من أقوى وسائل التثقيف والتربية القومية، فهي تساهم في ترقية اهتمامات الناس وإعلائها، وتنشر الفضيلة وتدريبهم عليها.

ولذا أصبح الاهتمام بدراسة المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية أحد المجالات المهمة للدراسات الإعلامية، فلقد انتشرت هذه المواقع بدرجة كبيرة عما سبق، وأصبح تأثيرها ملحوظًا وكبيرًا، خصوصًا شريحة الشباب الجامعي؛ إذ تتعرض هذه الشريحة إلى عدد متزايد من المضامين المتخصصة والتي تبث عبر العديد من المواقع الأخرى والتي تبث العديد من المفاهيم الخاطئة تحت ستار تعاليم الدين، بدلًا من تركيزها على قضايا التسامح والوعي الديني، والتي تعد من أهم الموضوعات التي يجب إشاعتها بين الشباب؛ لأنها المعيار الأساسي للسلوك الفردي والجماعي في المجتمع ضمن ما يسمى بالبناء الديني الذي يعكس أهداف المجتمع، انطلاقًا من أن المجتمع العربي بصفة عامة والمجتمع المصري بصفة خاصة يجب أن ينشئ أفراداه في إطار مجموعة من قضايا التسامح والوعي الديني التي ارتضاها ذلك المجتمع والمستمدة من الدين الذي يؤمن به أفراداه، وكذلك التراث الذي وصل إليه عبر الأجيال السابقة، وهو ما يعتبر من أصول الدين وتعاليمه الصحيحة .

وفي ضوء ذلك، تسعى الدراسة إلى تعرّف استخدام الشباب الجامعي العربي للمواقع الإلكترونية الدينية الرسمية وعلاقته باتجاهاتهم نحو قضايا الوعي والتسامح الديني لدى شريحة من الشباب الجامعي في جامعة الأزهر الشريف وكلية اللاهوت الأسقفية.

الدراسات السابقة:

اهتم الباحث باستعراض الدراسات السابقة والمتعلقة بدور وسائل الإعلام في نشر الوعي والتسامح الديني والبعد عن بعض الأفكار والأساليب التي تتبناها بعض المنظمات الإرهابية، فقد استهدفت دراسة جيهان سباق علي خليفة، 2019⁽¹⁾، تعرّف أطر تقديم حركات الإسلام السياسي في الصحافة الإلكترونية العربية والغربية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور لصحف: الأهرام، الشرق الأوسط، الجارديان، النيويورك تايمز، والتي تتحدث عمومًا عن حركات الإسلام السياسي متمثلة في (الإخوان المسلمين - السلفيين - تنظيم داعش)، واستخدمت الدراسة أسلوب المسح الشامل للمواقع الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن الخبر القصير والقصة الخبرية جاءا في مقدمة اهتمامات المواقع الإلكترونية للصحف العربية في عرض الأخبار المتعلقة بحركات الإسلام السياسي، في حين جاء التقرير والتحليل الإخباري في مقدمة اهتمامات المواقع الإلكترونية للصحف الغربية، كما اتفقت نتائج الدراسة الميدانية مع ما توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية في الأطر الخبرية المسيطرة تجاه حركات الإسلام السياسي لدى المواقع الإلكترونية للصحف العربية عينة الدراسة، وكان معظمها يعكس الاتجاه الإيجابي نحوها في الفترة الزمنية الأولى للدراسة، في حين جاءت في الاتجاه السلبي خلال الفترة الزمنية الثانية للدراسة.

وفي إطار تأثيرات هذه التنظيمات المسلحة، استهدفت دراسة Siegel, Alexandra A.; Tucker, Joshua A, 2018⁽²⁾، تعرّف مدى نجاح إستراتيجية ما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية ISIS وتحقيقها لأهدافها وبث بياناتها العسكرية وترويجها لفكرة الخلافة، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لصفحات الأفراد المشكوك في انضمامهم للتنظيم على موقع تويتر، وتحليل بيانات قادتهم على موقع اليوتيوب، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن موضوعات الهاشتاج hashtags في تغريدات المنتمين للتنظيم شملت: المراجع الدينية بنسبة 47 %، الخلافة الإسلامية بنسبة 18 %، المراجع العسكرية بنسبة 15 %، نشر الطائفية بنسبة 7 %، الكراهية للغرب بنسبة 1 %، وكشفت نتائج الدراسة أن نشر الفيديوها الدموية الخاصة بعمليات الإعدام مثل إعدام الطيار الأردني أو تنفيذ الإعدام على خمسة وعشرين من المسيحيين الأقباط المصريين حظي باهتمام كبير من المؤيدين والمنتقدين على حد سواء.

وعلى الرغم من الدراسات التي تناولت تأثير التنظيمات المسلحة، فقد استهدفت دراسة محمد عبد المنعم كمال، 2018⁽³⁾، تعرّف تأثير المواقع الإلكترونية الإسلامية في المسلمين الجدد من حيث تشكيل المعرفة الدينية لديهم، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: زيادة متوسط اعتماد المسلمين الجدد غير ناطقي العربية على المواقع الإلكترونية بعد اعتناقهم الإسلام عن قبل ذلك؛ فالمسلمون الجدد يحتاجون بطبعهم إلى تلك المواقع بعد اعتناقهم الإسلام بشكل أكبر لمساعدتهم على تشكيل معرفتهم عن الدين الإسلامي؛ ما يؤدي بدوره إلى حدوث تأثيرات مختلفة في حياتهم. وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة بين معدل الاعتماد على المواقع الإسلامية ومستوى المعرفة لدى المبحوثين؛ إذ إن المواقع الإلكترونية الإسلامية هي

الوسيلة الأولى للحصول على المعلومات، فهذه المواقع تعد مصدرًا أساسيًا في اكتساب المعلومات، إلا أن هناك تفاوتًا بين المبحوثين حول ثقتهم بتلك المواقع، لكن أغلبية المبحوثين يعتمدون عليها للحصول على المعلومات.

كما عمدت دراسة دعاء محمد فوزي عيسى عرابي، 2018⁽⁴⁾، إلى تعرّف اتجاه الخطاب الإسلامي الإلكتروني نحو عينة من القضايا القومية المعاصرة في المواقع الإلكترونية الإسلامية، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 370 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: أن قضية الحرب السورية تصدرت قائمة قضايا الدراسة من حيث عدد المواد التحليلية المستخدمة داخل مواقع الدراسة، يليها قضية الإسلام والإرهاب، قضية الحرب العراقية، الإسلاموفوبيا والحرب اليمنية، كما كشفت نتائج الدراسة اهتمام موقع بوابة الأزهر الإلكترونية بقضيتي: الإسلام والإرهاب، والإسلاموفوبيا؛ إذ كانت هاتان القضيتان من أولويات الموقع، أما بقية القضايا فكانت نسبة عدد المواد التحليلية فيها محدودة، في حين اهتم موقع طريق الإسلام بقضيتي الحربين السورية والعراقية بدرجة أكبر عن باقي قضايا الدراسة التي جاءت محدودة بالموقع. أما موقع إسلام أون لاين، فأتضح توازنه في عرض قضايا الدراسة رغم قلة عدد المواد التحليلية المنشورة به في معالجة قضايا الدراسة.

وتأتي دراسة نجاح بولس تاووضروس، 2018⁽⁵⁾، في تناول شريحة مهمة من الأقباط المصريين وهي أقباط المهجر من حيث أنماط تعرضها لوسائل الاتصال التقليدية والحديثة، مع التركيز على المواقع الإلكترونية القبطية على الإنترنت، بالتطبيق على عينة قوامها 400 مفردة من الأقباط المقيمين بالولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: أشارت النتائج إلى ارتفاع معدل تعرض أقباط المهجر لوسائل الإعلام بصفة

عامة بعد ثورة 25 يناير بالمقارنة بما قبل الثورة. وكشفت نتائج الدراسة أن الإنترنت تصدرت الترتيب الأول كأهم وسيلة يعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات حول القضايا الداخلية في مصر، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي ثم المواقع القبطية الإلكترونية كأكثر المواقع استخداماً من قبل المبحوثين، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن المواقع القبطية الخاصة: (الحق والضلال، صوت المسيحي الحر، الأقباط متحدون) جاءت في مقدمة المواقع القبطية التي يعتمد عليها المبحوثون، في حين جاءت المواقع التابعة للمؤسسة الكنسية في ترتيب متأخر. وأشارت النتائج إلى ارتفاع طفيف في معدل الاتجاهات الإيجابية لدى المبحوثين نحو المواقع الإلكترونية القبطية مقابل الاتجاهات السلبية نحوها.

وفي المضمون نفسه، ولكن من زاوية مختلفة، فقد استهدفت دراسة معد عاصي علي، 2018⁽⁶⁾، تعرّف دور المواقع الإلكترونية الإسلامية في تشكيل اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون فيها بعد سقوط النظام العراقي بعد 2003، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 280 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: ضعف مصداقية المواقع الإلكترونية الإسلامية بعد 2003؛ إذ إنها لا تعبر عن جميع الطوائف ومذاهب المجتمع، والاهتمام بالإثارة وتهيج المشاعر، وعدم قبول وجهة النظر الأخرى، كما أنها تعبر عن الطائفة أو المذهب الذي تنتمي إليه، وتعمل على إثارة النعرات الطائفية والمذهبية، وتستخدم الموقع لمهاجمة التيارات الأخرى، كما كشفت نتائج الدراسة أن الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الإلكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع أو المؤسسة، كما تستخدم المواقع الإلكترونية الإسلامية أساليب إقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها، وتعرض المواقع الإلكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام

الجمهور العراقي، وتعمل على سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل إليها، كما أن الموضوعات التي تعرض في هذه المواقع تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها.

ولم تكتف الدراسات السابقة عند حدود تعرّف اتجاهات الأقباط، بل تناولت دراسة كيرلس عفت نسيم مصري، 2018⁽⁷⁾، معالجة الصحف الإلكترونية: (الأهرام، اليوم السابع، الوفد) لقضايا الأقباط في مصر وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو الوحدة الوطنية، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها 400 مفردة من المسلمين والمسيحيين، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: أن 75.3% من المراهقين يعتمدون بشكل متوسط على وسائل الإعلام الإلكترونية في البحث عن معلومات حول القضايا الدينية، كما أظهرت نتائج الدراسة أن 80% من عينة الدراسة تتابع الموضوعات الدينية المنشورة في الصحف الإلكترونية، بالإضافة إلى وجود علاقة إحصائية دالة بين المسلمين والمسيحيين ومدى متابعتها للموضوعات الدينية المنشورة في الصحف الإلكترونية القبطية، كما أظهرت نتائج الدراسة أن قضايا الصراع الطائفي، وقضايا الأحوال الشخصية، وقضايا التغيير الديني، وقضايا بناء الكنائس، بالإضافة إلى حالات اختفاء القاصرين - جاءت من بين أكثر القضايا الدينية التي يتابعها المسيحيون المراهقون من عينة الدراسة في الصحف الإلكترونية.

وقد حاولت دراسة مؤمن جبر عبد الشافي، 2017⁽⁸⁾، الربط بين الأحداث السياسية والنواحي الدينية من خلال تعرّف اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة الأحداث السياسية بالمواقع الإلكترونية الدينية بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 420 مفردة من طلبة وطالبات الجامعات في جامعات: عين شمس، السادس من أكتوبر، والأزهر. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الأول من بين الموضوعات

التي يتابعها شباب الجامعات على شبكة الإنترنت، تلاها الموضوعات الدينية؛ كما جاءت الصفحات الإسلامية على الفيسبوك في المركز الأول من بين المواقع الإلكترونية التي يحرص شباب الجامعات على التعرض لها، يليها «موقع إسلام أون لاين»، «إسلام ويب»، «الإسلام اليوم»، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً عن وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات الشباب في الاتجاه نحو معالجة الأحداث السياسية بالمواقع الإلكترونية الدينية، وعدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات الشباب من المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في الاتجاه نحو معالجة الأحداث السياسية بالمواقع الإلكترونية الدينية.

وتناولت الدراسات السابقة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في النواحي الدينية للمسيحيين؛ فقد استهدفت دراسة David K. Okai, Mr. Ernest K. Ampomah، 2017⁽⁹⁾، استعراض تأثير الفيسبوك في المسيحيين، وكشفت الدراسة عن العديد من النتائج، من أهمها: أن المسيحيين المعاصرين سيحققون راحة في الحياة المسيحية دون تقنية فيسبوك، وأكدت الدراسات انتشار الإنجيل بسرعة أكبر من القرون السابقة؛ إذ إن الكنائس المسيحية تشهد انتعاشاً في التواصل وتبادل المعلومات من خلال منصة Facebook، وكشفت نتائج الدراسات أن الأزواج وأفراد الأسرة والأصدقاء والزملاء يستطيعون معرفة الكثير من المعلومات عن الإنجيل من خلال سهولة الوصول إلى تبادل وتلقي المعلومات من جميع الكنائس في أنحاء العالم، كما كشفت نتائج الدراسة أن الفيسبوك له تأثيرات سلبية في المسيحيين من خلال نشر الأفكار الهدامة والمناقضة لصحيح الدين المسيحي، ويمكن أن يقع المسيحيون ضحية للمواقع الإلكترونية المسيحية غير المعروفة والمجهولة المصدر.

وفي الإطار نفسه استهدفت دراسة، Pamela Jo Brubaker, Michel M. Haigh، 2017⁽¹⁰⁾ تعرّف الاستخدامات الدينية لموقع الفيسبوك والمضامين المتعلقة بالقيم الروحية والتنويرية والترفيهية بالتطبيق على عينة متاحة من المسيحيين قوامها 335 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن موقع الفيسبوك يتيح إمكانية التواصل بنشاط مع الآخرين من خلال المشاركة بالمعلومات أو الرسائل أو المعتقدات الدينية؛ كما كشفت نتائج الدراسة أن الفيسبوك يخدم الاحتياجات الروحية والعاطفية للآخرين من خلال مساعدة أولئك الذين يحتاجون إلى تثبيت إيمانهم أو يحتاجون إلى التوجيهات الروحية، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور للمضامين الدينية على موقع الفيسبوك باختلاف المذهب لصالح المذهب الكاثوليكي بالمقارنة بالمذاهب الأخرى مثل البروتستانت والأرثوذكس، وكشفت نتائج الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور للمضامين الدينية على موقع الفيسبوك باختلاف الهدف من الاستخدام لصالح الأهداف الترفيهية بالمقارنة بالأهداف الترويحية.

وفي المضمون نفسه أيضاً، استهدفت دراسة، Amanda Jo Ratcliff & et al، 2017⁽¹¹⁾، تعرّف العلاقة بين وسائل الإعلام الجديد والدين، كما هدفت إلى الكشف عن استخدام التكنولوجيا كمتنبئ لسلوك ديني محدد، بالتطبيق على عينة عمدية من 423 من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية من مختلف الخلفيات الدينية والثقافية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن المواقف تجاه التكنولوجيا واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة دينية تساهم في كيفية رؤية الناس للدين كآلية لتلبية الاحتياجات الروحية، كما كشفت نتائج الدراسة أن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تنحصر في ثلاثة دوافع هي: الدين كوسيلة لتمير الوقت، الدين كطريقة لتلبية احتياجات الذات، والدين كمحفز للتعلم، كما كشفت نتائج الدراسة أنه توجد

فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والخلفيات الدينية والثقافية.

وقد اهتمت بعض الدراسات بالمضمون الخاص بالتنظيمات المسلحة لدراسة تأثيره في تبني بعض الأفكار الإرهابية، فقد استهدفت دراسة Sara Monaci, 2017⁽¹²⁾، تعرّف الإستراتيجية الإعلامية لما يسمى تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) على شبكة الإنترنت من خلال تحليل المضمون الكيفي لمجلة Dabiq وهي المجلة الرسمية لهذا التنظيم، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أن الإستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش اعتمدت بصفة أساسية على التقنيات الحديثة في إيصال الرسالة الإعلامية الخاصة به وخصوصاً مقاطع الفيديو والألعاب الإلكترونية للتأثير في الشباب المفرط استخدامه للإنترنت، وكشفت نتائج الدراسة أن الإستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش تعتمد على (المظلومية) التي يعانيتها أصحاب المذهب السني على مستوى العالم، وتقوم أيضاً على تصوير الغرب على أنه أكبر عدو للعالم الإسلامي، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً تركيز الإستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش على حث السلفيين في مختلف أنحاء العالم على الجهاد ضد ما يسمى الغرب الكافر وتحويل المسلم السلفي إلى مقاتل ضد أعداء الدين.

كما تناولت بعض الدراسات ومنها دراسة أحمد عبد المالك أحمد عبد الحكيم، 2016⁽¹³⁾، تحليل مضمون بعض المواقع الأخرى والتي لها دور كبير في تبني بعض الأفكار عن بعض القضايا، والتي هدفت إلى رصد وتحليل الخطاب الديني الذي يتم تناوله في منتديات السنة والشيعية عبر الإنترنت لتعرّف القضايا والموضوعات المطروحة للحوار فيها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أن منتديات السنة كانت أكثر اهتماماً بالقضايا الدينية من منتديات الشيعة، إذ جاءت نسبة القضايا الدينية في منتديات السنة 57.8% وفي منتديات

الشيعة 46.5%، وشغلت موضوعات الحديث النبوي الشريف الترتيب الأول بنسبة 19.3% في منتديات السُّنة، في حين شغلت الموضوعات الخلافية المذهبية المرتبة الأولى في منتديات الشيعة بنسبة 58.2%، وكشفت نتائج الدراسة أن منتديات السنة كانت أكثر اعتماداً على الأدلة والشواهد في الموضوعات من منتديات الشيعة بنسبة 90.4% مقابل نسبة 66.9% لمنتديات الشيعة؛ ويرجع ذلك إلى تأكيد منتديات السُّنة على الأعضاء بتحري الدقة في العبارات، وتجنب نشر المواد التي لا تستند إلى أدلة أو براهين تدعمها، كما كشفت نتائج الدراسة أن أسلوب الاستدلال بالسُّنة النبوية جاء على رأس الأدلة في منتديات السُّنة بنسبة 27.7%، إذ يقوم المشاركون بالتدليل على مشاركاتهم بوقائع الفتنة الكبرى في الإسلام والمظالم التاريخية.

وتناولت دراسة نجية محمد محمد محمود العناني، 2016⁽¹⁴⁾، أطر معالجة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية للعلاقة بين المسلم والمسيحي وعلاقتها بمستويات الانتماء لدى المراهقين، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 500 مفردة بالتساوي بين المراهقين المسلمين والمسيحيين، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن إطار الاهتمامات الإنسانية جاء في مقدمة أطر معالجة القضايا التي تتعلق بالمسلم والمسيحي في البرامج بنسبة 28.3%، ثم أطر الصراع بنسبة 23.3%، إطار المسؤولية بنسبة 21.7%، وكشفت نتائج الدراسة أن نسبة من يشاهدون القنوات الفضائية العربية 53.2%، ونسبة من يشاهدون البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية 33.3%، كما كشفت النتائج أيضاً أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أطر معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية للعلاقة بين المسلم والمسيحي والانتماء لدى المراهقين .

وتناولت دراسة وجدان جاسم، 2016⁽¹⁵⁾، دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال البحرينية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية، بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة قوامها 400 مفردة شملت مختلف المحافظات البحرينية، كما اعتمدت على تحليل المضامين الإعلامية لعدد من الفضائيات والصحف والمواقع الإلكترونية البحرينية، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: أن الخطاب الديني الحالي في وسائل الاتصال جعل الجمهور يفقد القدرة على إدراك واقع النزاعات المسلحة في المنطقة العربية، إذ لا يزال يتم تفسير الصراع المسلح الجاري في أكثر من دولة عربية ومسلمة بأحداث جرت قبل 14 قرناً، كما كشفت نتائج الدراسة أن تناول القنوات الفضائية الدينية الإسلامية لكثير من الأزمات تضمن العديد من جوانب الخلل والقصور في التعامل الإعلامي مع الأحداث والقضايا السياسية الراهنة، وقد كانت أكبر عائق أمام استفادة المشاهد البحريني من التناول الإعلامي لهذه القضايا في مجموعة من القنوات الفضائية التي تعتمد الخطاب الديني التحريضي أسلوباً لعملها ولتأثيرها في جمهورها.

ومن الملاحظ أيضاً تركيز الدراسات على تنظيم داعش الإرهابي، فقد استهدفت دراسة Mohamed Satti, 2015⁽¹⁶⁾، تعرف أطر معالجة الموقع الإلكتروني لقناة الجزيرة باللغة الإنجليزية وقناة هيئة الإذاعة البريطانية BBC للأخبار المتعلقة بما يسمى تنظيم الدولة الإسلامية (داعش)، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: ركزت المعالجة على الأطر الآتية: إطار الأصولية الإسلامية بنسبة 21%، إطار التسامح الديني بنسبة 23، إطار الجرائم ضد الإنسانية 33%، وكشفت نتائج الدراسة أن اختيار المصادر التي يعتمد عليها الموقعان يسهم في تأطير الأخبار التي تتناول تنظيم داعش والتي تظهر مدى العدوانية والجرائم التي يقوم بها هذا التنظيم، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً

أنه تم تأطير الأخبار المتعلقة بقوات التحالف بطريقة إيجابية بواقع 58 حالة من أصل 62 حالة؛ وهو ما يتفق مع نبذ الطبيعة العدوانية لتنظيم داعش.

كما انتشرت في الوقت الحالي المواقع الإسلامية الافتراضية البعيدة عن المؤسسات الدينية الرسمية، فقد تناولت دراسة حردان هادي صايل، عام 2015⁽¹⁷⁾، القضايا التي تناولتها المواقع الإسلامية الافتراضية، ورصد القضايا الدينية المعاصرة التي تعالجها المواقع الإسلامية، وتوصيف الخدمات التفاعلية المستخدمة بالتطبيق على عينة عمدية من الشباب العراقي قوامها 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: ضعف دور المواقع الإسلامية الافتراضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا الدينية المعاصرة، ولم تنجح المواقع الإسلامية في خلق حالة من التفاعل مع جمهورها بالتعليق والرد على تعليقات الجمهور، وكشفت نتائج الدراسة عن انخفاض معدلات التعرض للمواقع الإسلامية الافتراضية بين فئة الشباب الجامعي العراقي عامة، وكشفت نتائج الدراسة أن أساليب الإقناع المنطقية تصدرت قائمة أساليب الإقناع التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية في معالجتها القضايا الدينية المعاصرة، أساليب الإقناع العاطفية، أساليب الإقناع الدينية، وكشفت نتائج الدراسة أيضًا أن أكثر المواقع الإسلامية ثراء بالمعلومات هو موقع (المسلم)، يليه موقع (مفكرة الإسلام)، موقع (طريق الإسلام)، موقع (دليل الشيعة).

كما اهتمت دراسة أميرة محمد محمد سيد أحمد، 2015⁽¹⁸⁾، بتناول نوع آخر من أنواع الإعلام التقليدي وهو دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: ارتفاع معدل استخدام الباحثين، سواء المنتمون لفصيل سياسي ديني وغير المنتمين، لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة

والصفحات الدينية بصفة خاصة، وأن معدل تصفح الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي هو أقل من ساعة، وجاءت أكثر الأسباب لزيادة التعرض عند وقوع أحداث تهم العالم الإسلامي، ومتابعة الصفحة الرسمية لبعض الدعاة وهي من أهم الطرائق لكيفية متابعة المضمون الإسلامي الديني المثار على الصفحات الدينية، وكشفت نتائج الدراسة: جاء في المرتبة الأولى الثقة المتوسطة في المعلومات المنشورة على الصفحات الدينية لدى كل من المنتمين لفصيل سياسي ديني، وغير المنتمين، كما كشفت نتائج الدراسة أن درجة التأثيرات السلوكية لدى المنتمين لفصيل سياسي تحققت بشكل أكبر عن غير المنتمين لفصيل سياسي ديني نتيجة لتعرضهم للمضمون المثار على الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتراوحت التأثيرات ما بين درجة متوسطة ودرجة ضعيفة.

وفي المقابل، فقد اهتمت دراسة ريهام الحبيبي، 2014⁽¹⁹⁾، بدراسة المضامين الدينية في وسائل الإعلام الجديد، والتركيز على مصداقية المضامين الدينية الإسلامية التي تقدم بوسائل الإعلام الجديدة (المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت) بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت جاءت من أهم مصادر المعرفة الدينية التي يعتمد عليها المبحوثون بنسبة 14.1%، تلاها الكتب الدينية بنسبة 13.8%، البرامج الدينية على القنوات التلفزيونية بنسبة 12.4%، المواقع الإلكترونية الدينية الرسمية بنسبة 12.3%، ثم المسجد بنسبة 11.8%، وكشفت نتائج الدراسة أن أهم الشخصيات التي يحرص المبحوثون على متابعة إنتاجها الفكري على المواقع الإسلامية التي يقومون بزيارتها هي: الشيخ محمد حسان بنسبة 19.9%، يليه عمرو خالد بنسبة 18.9%، مصطفى حسني بنسبة 15.7%، معز مسعود بنسبة 11.3%، كما كشفت نتائج الدراسة

أيضاً عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المبحوثين للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت وتقييمهم لمصادقية المضامين الدينية المقدمة بهذه المواقع.

وهناك بعض الدراسات التي تناولت الخطاب الديني في وسائل الإعلام الجديدة الخاصة بالأحزاب، ومنها دراسة Esmat Youssef, 2014⁽²⁰⁾، والتي استهدفت تحليل الخطاب في المواقع الإلكترونية المتمثلة في حزب الحرية والعدالة، وحزب النور، واستخدمت الدراسة منهجية تحليل الخطاب مع التركيز على معنى النصوص عبر الإنترنت، كمحاولة لفهم فلسفة وأيديولوجية جماعة الإخوان المسلمين والسلفيين في مصر، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها أنه نادراً ما يذكر حزب النور أو يناقش أية حقوق أو مشاكل تواجه المرأة في المجتمع المصري، وأن الجماعات السلفية في العموم تفضل أن تظل النساء في المنزل دون الاختلاط مع المجتمع، كما كشفت الدراسة أن حزب النور يميل إلى استبعاد المسيحيين كنوع من التهميش الأيديولوجي لهم في مصر، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن حزب الحرية والعدالة يركز في خطابه على المساواة في الفرص والواجبات والحقوق بين جميع المواطنين دون تمييز بسبب الدين أو العرق؛ مما يعكس محاولة الحزب لإظهار المساواة والإنصاف بين المسلمين والمسيحيين والمذاهب الأخرى في المجتمع، وفي المقابل اهتم حزب النور بتطبيق الشريعة الإسلامية والتي تنظم الحقوق والواجبات بين جميع المواطنين.

واهتمت بعض الدراسات بالدور الذي يقوم به رجال الدين، ومنها دراسة Christopher C. Keppler, 2014⁽²¹⁾، والتي استهدفت تعرّف دوافع استخدام رعاة الكنيسة لموقع الفيسبوك، واستخدم الباحث أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة عمدية قوامها 159 مفردة من القساوسة والرهبان والعاملين في الكنائس في الولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من

أهمها: أن الكثير من الجمهور المتعامل مع الكنيسة يأتي إلى الكنيسة من خلال الموقع الرسمي للكنيسة على موقع الفيسبوك، وكشفت نتائج الدراسة أنه كلما زاد تحديث الكنيسة لموقع الفيسبوك، زاد استخدام الجمهور للموقع. وكشفت النتائج أيضاً أنه كلما كان استخدام الجمهور للفيسبوك لأغراض ترفيهية، قلت فرصة تواصلهم مع الكنيسة أو يحضرون إلى الكنيسة بانتظام، كما كشفت نتائج الدراسة أن استخدام الجمهور لأغراض منفعية تتمثل في الحصول على معلومات عن الكنيسة، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن المشاركات تحتوي على معلومات عن الكنيسة أو الخطب والتي تساعد الجمهور على أن يكونوا على علم بكافة القضايا التي تطلب رأي الكنيسة، أو الدعوات إلى فعاليات الكنيسة والمشاركة الاجتماعية.

كما اهتمت بعض الدراسات بقضايا الاستقطاب الديني، ومنها دراسة Marita Lehnert Haakenstad, 2013⁽²²⁾، والتي استهدفت تعرّف المعالجة الإخبارية للمواقع الإلكترونية لقضايا الطائفية والاستقطاب ضد المسيحيين، بالتطبيق على عينة من المواقع الحكومية والخاصة خلال عامي 2011 – 2012 وهي: Al Ahram Online, Daily News Egypt and Egypt Independent، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن القضايا القبطية نالت مزيداً من الاهتمام بعد أحداث 25 يناير 2011، وأن المواقع الإلكترونية الخاصة اهتمت بتناول حقوق الأقباط بعد أحداث ماسبيرو وتناولت اضطهاد الأقباط بالمقارنة بالموقع الرسمي للأهرام، وكشفت نتائج الدراسة أن الصحف الخاصة اهتمت بمعالجة العديد من وسائل الإعلام المصرية لقضايا الأقباط وتقدمها بطريقة غير تقليدية، وأبرزت أن التلفزيون الحكومي قد يكون أكثر طائفية واستقطابية من المواقع الإلكترونية في تناول قضايا الأقباط بالمقارنة بالموقع الرسمي للأهرام.

وركزت بعض الدراسات على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها دراسة Kenthea Albert-Leigh Joan Fogenay, 2013⁽²³⁾، والتي استهدفت تعرّف تقييم العلاقة بين استخدام موقعي تويتر والفيسبوك لأغراض دينية، من خلال التطبيق على برنامج التوعية الذي تهتم به الكنائس الأمريكية "come-as-you-are"، بالتطبيق على عينة قوامها 262 مفردة من مستخدمي الموقعين لأغراض دينية في كنيسة Vegas Nevada Las، والذين لديهم علاقة مع الجمهور ذي الالتزام الديني الشخصي تجاه الإيمان المسيحي، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الفيسبوك والحصول على المعلومات الدينية بالمشاركة مع الآخرين ما عدا قراءة الكتاب المقدس، ويرجع ذلك إلى أن واجهة فيسبوك تتيح للمستخدمين مشاركة المزيد من جوانب حياتهم بطريقة سهلة بالمقارنة بموقع تويتر، وكشفت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين الذين يستخدمون تويتر للعلاقة مع يسوع والرغبة في الحصول على راحة روحية بالمقارنة باستخدام موقع الفيسبوك، كما كشفت نتائج الدراسة أن دوافع استخدام موقعي الفيسبوك وتويتر تكمن في: الرغبة بالقرب من الله، الدعم المعنوي، الرفقة، بحكم العادة والهروب من الواقع، وأن مساهمات رعاية الكنيسة تتلخص في: الكتابات اليومية على الموقعين وإضافة بعض الفيديوهات.

كما اهتمت بعض الدراسات بتناول الخطاب الديني المسيحي، ومنها دراسة كريستينا بدوي أمين بدوي، 2013⁽²⁴⁾، والتي استهدفت تعرّف دور الخطاب الديني بالقنوات الفضائية المسيحية العربية في التنقيف الديني لدى الشباب المسيحي المصري بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: ارتفاع كثافة مشاهدة القنوات الفضائية المسيحية العربية بنسبة 71,8% بصفة دائمة، ونسبة 26,5% أحياناً، وكشفت نتائج الدراسة

أن القنوات الفضائية المسيحية العربية احتلت مكانة الصدارة في قائمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب المسيحي المصري في التثقيف الديني، واحتلت قناة سي تي الترتيب الأول من حيث أعلى نسبة معدلات مشاهدة، يليها قناة أغابي، قناة مار مرقس، كما كشفت نتائج الدراسة أن برامج قداسة البابا شنودة الثالث جاءت في مقدمة تفضيلات الشباب المسيحي، يليها الترانيم والألحان والتسبحة، برامج الشباب، وكشفت نتائج الدراسة أيضًا أن أكثر طرائق المشاركة في مناقشة القضايا والموضوعات الدينية المطروحة بالقنوات الفضائية المسيحية العربية جاءت عن طريق الرسائل، يليه البريد الإلكتروني ثم التليفون.

وفي السياق نفسه، اهتمت بعض المواقع الإخبارية بمضمون قضايا الأقباط، ومنها دراسة إياد مصطفى الأطرش، 2011⁽²⁵⁾، والتي استهدفت تعرّف معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر بالمقارنة بين موقعي الجزيرة نت والعربية نت، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: تمكن كل من موقعي: الجزيرة نت، والعربية نت من توظيف إمكانيات النشر الإلكتروني في عرض واقع الأقباط في مصر، كما كشفت النتائج أن (الاتجاه المتوازن) هو الاتجاه السائد على مستوى موقعي الدراسة في معالجة قضايا الأقباط في مصر بنسبة 3.52 %، وكشفت نتائج الدراسة أن شخصية البابا شنودة الثالث تصدرت قائمة الشخصيات القبطية المصرية في موقعي الدراسة، وذلك من خلال الاهتمام بإبراز مواقفه وتصريحاته باعتباره رمزاً دينياً وسياسياً بالنسبة للأقباط الأرثوذكس، وأوضحت نتائج الدراسة أيضًا اهتمام موقعي الدراسة بأحداث العنف الطائفي ونشر ردود الأفعال والمواقف الدولية تجاه تلك الأحداث، بالإضافة إلى سيادة الطابع الأمني في معالجة قضايا الأقباط في مصر خلال فترة الدراسة، كما كشفت نتائج الدراسة أن (التقرير الإخباري) جاء في مقدمة الفنون الصحفية المستخدمة في عرض قضايا الأقباط في موقعي الدراسة بنسبة 5.41 %.

التعليق على الدراسات السابقة:

- أظهرت الدراسات السابقة أهمية المواقع الإلكترونية الدينية ودورها في إمداد الجمهور بمختلف المعلومات عن القضايا والموضوعات الدينية ومنها قضايا التوعية والتسامح الديني؛ إذ دفع ذلك بالكثير من الباحثين إلى الاهتمام بما تقدمه هذه المواقع في مجالها التوعوي باعتبارها تؤدي دوراً مهماً في التعبير عن اهتمامات واحتياجات المجتمع بتعزيز الوعي الديني من خلال مضامينها الدينية المختلفة، فتشكل معرفة بأمور الدين والعقيدة والعبادة والأسرة وإدراك الكثير من القضايا والمواضيع المتعلقة بالأمور الدينية، وعلى رأسها قضايا الوعي والتسامح الديني، فتكوّن لديهم أفكاراً ووجهات نظر ومفاهيم؛ مما أوجد ارتباطاً بين دور وسائل الإعلام والوعي والتسامح الديني.
- أظهرت الدراسات السابقة تزايد الاهتمام بالمواقع الإلكترونية الدينية في مناقشة الموضوعات الدينية وقضاياها في السنوات الأخيرة بصورة واضحة، وبهذا يتضح أن حياة الإنسان على الأرض هي حصيلة التفاعل المستمر بينه وبين الدين؛ إذ إن الإنسان جزء لا يتجزأ من الدين الذي يدين به، بل هو العنصر الأساسي المسيطر عليها، والمتحكم فيها، وأن أية إجراءات تتخذ لحماية الإنسان والمحافظة عليه ومواجهة مشكلاته ينبغي أن تبدأ بالإنسان، باعتباره المسؤول الأول عن ظهور هذه المشكلات، والأساس في هذا الشأن يرجع إلى مدى تربية الإنسان تربية دينية، يفهم من خلالها أسس التفاعل الصحيح مع دينه من خلال التعامل مع الآخرين.
- كما كشفت الدراسات السابقة عن تعدد وسائل الإعلام الدينية فلم تعد تقتصر على الوسائل التقليدية، بل امتدت لتشمل وسائل الإعلام الجديد

ومنها المواقع الإلكترونية الدينية، والتي ظهرت لدورها الحيوي الفعال في تنمية الوعي الديني للجمهور؛ وذلك عن طريق مجموعة المضامين الدينية التي تقدمها، ليس هذا فحسب، ولكن لأهمية هذه المواقع ونسبة متابعتها المرتفعة، كما أثبتت العديد من الدراسات، فقد أصبح الجمهور يعتمد عليها أيضًا في المعلومات الدينية وذلك من خلال مجموعة هذه المضامين.

- لم تهتم الدراسات السابقة بدراسة المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية بصفة مستقلة، على الرغم من أهمية دراسة هذه المواقع والجمهور المتعامل مع مواقع هذه المؤسسات؛ باعتبارها المصدر الرئيس للمعلومات عن المعلومات الدينية الصحيحة البعيدة عن أي غلو أو تطرف في الدين؛ لذا سوف تهتم الدراسة الحالية بدراسة الشباب الجامعي المتعامل مع هذه المواقع بدرجة كبيرة، كما لم تتناول الدراسات السابقة التعرض لوسائل الإعلام الإسلامية والمسيحية معًا والمقارنة بينهما، بل تناولت الدراسات أحد هذه المواقع سواء الإسلامية أو المسيحية، وهو ما تسعى إليه الدراسة الحالية.

- اختلفت الموضوعات التي تناولتها الدراسات السابقة، فمنها ما تناول حركات الإسلام السياسي (دراسة جيهان سباق علي خليفة، 2019)، المعرفة الدينية (دراسة محمد عبد المنعم كمال، 2018)، القضايا القومية المعاصرة (دراسة دعاء محمد فوزي عيسى عرابي، 2018)، أقباط المهجر (دراسة نجاح بولس تاوضروس، 2018)، مصداقية المضمون (دراسة معد عاصي علي، 2018)، الأحداث السياسية (دراسة مؤمن جبر عبد الشافي، 2017)، الاستخدامات الدينية لموقع الفيسبوك (دراسة Pamela Jo Brubaker, Michel M. Haigh, 2017)، العلاقة بين

وسائل الإعلام الجديدة والدين (دراسة et al Amanda & Jo Ratcliff, 2017)، منتديات السنة والشيعية (دراسة أحمد عبد المالك أحمد عبد الحكيم، 2016)، العلاقة بين المسلم والمسيحي (دراسة نجية محمد محمد محمود العناني، 2016)، الوسطية (دراسة موسى شعبان السويدي، هاني عبد الله هلال، 2015)، مصداقية المضامين الدينية الإسلامية (دراسة ريهام الحبيبي، 2014)، التثقيف الديني (دراسة كريستينا بدوي أمين بدوي، 2013)، واقع الأقباط في مصر (دراسة إياد مصطفى الأطرش، 2011)، وسوف تركز الدراسة الحالية على دور المواقع الإلكترونية الرسمية في نشر الوعي والتسامح الديني.

- اعتمدت الدراسات السابقة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، ومنها ما استخدم بجانب منهج المسح مناهج أخرى مثل المنهج المقارن (دراسة أحمد عبد المالك أحمد عبد الحكيم، 2016)، واختلفت العينات المستخدمة في هذه الدراسة، فمنها ما استخدم العينات الاحتمالية مثل العينة العشوائية البسيطة (دراسة وجدان جاسم، 2016)، ومنها ما استخدم العينات غير الاحتمالية مثل العينة العمدية (دراسة ريهام الحبيبي، 2014)، العينة المتاحة (دراسة Pamela Jo Brubaker, Michel M. Haigh, 2017).

- اعتمدت معظم الدراسات السابقة على أداة الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات عن موضوع الدراسة، ومنها ما استخدم أداة تحليل المضمون (دراسة عنتر علام، 2016)، تحليل الخطاب (دراسة أحمد عبد المالك أحمد عبد الحكيم، 2016)، ومنها ما استخدم أداة الاستبيان وأداة تحليل المضمون (دراسة موسى شعبان السويدي، هاني عبد الله هلال، 2015)، ومنها ما اعتمد على الحصر الشامل (دراسة جيهان سباق علي خليفة، 2019).

- اختلفت المجتمعات التي طبقت عليها الدراسات السابقة، فمنها ما طبق على مجتمعات غربية مثل الولايات المتحدة الأمريكية (دراسة Christopher C. Keppler, 2014)، الأردن (دراسة إبراهيم فؤاد الخصاونة، 2013)، ومنها ما طبق على مجتمعات عربية مثل السعودية (دراسة Ayman Bajnaid & Mokhtar Elareshi, 2018)، مصر (دراسة مؤمن جبر عبد الشافي، أحمد مختار بدر، 2017).
- اختلفت فئات الجمهور الذي طبقت عليه الدراسات السابقة، فمنها ما طبق على طلاب الجامعة في المملكة الأردنية الهاشمية (دراسة فؤاد الخصاونة، 2013)، المكفوفين (دراسة إبراهيم بيومي، 2015)، الجمهور العام (دراسة ريهام الحبيبي، 2015)، الأطفال (دراسة السيد الشاذلي، 2014)، رعاة الكنيسة (دراسة Christopher C. Keppler، 2014)، وقد لاحظ الباحث عدم وجود دراسات تتعلق باستخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية.
- اختلفت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، فمنها ما استخدم فجوة المعرفة (دراسة محمد عبد المنعم كمال، 2018)، نظرية الأطر (دراسة نجية محمد محمد محمود العناني، 2016)، الاعتماد على وسائل الإعلام (دراسة محمد عبد المنعم كمال، 2018)، (دراسة أميرة محمد محمد سيد أحمد، 2015)، مدخل الاستخدامات والإشباع (دراسة إبراهيم بيومي، 2015)، (دراسة Christopher C. Keppler, 2014)، نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام (دراسة مليكة زيد، 2015).
- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وكيفية صياغة فروض الدراسة وأهدافها وتساولاتها، بالإضافة إلى الاستفادة منها في تصميم استمارة الاستبيان.

الإطار النظري للدراسة: نظرية التهيئة المعرفية

Cognitive Priming Theory

تعتمد الدراسة في فروضها على نظرية التهيئة المعرفية (Cognitive Priming) التي تفترض أن وسائل الإعلام من خلال تركيزها على أمور معينة وتجاهل أمور أخرى تعطي وزناً أكبر للأمور التي تركز عليها لدى الجمهور، مما يجعل الجمهور أكثر استخداماً للأمور ذات الوزن الأكبر عند إصدارهم تقييمات نحو أداء أشخاص أو جهات أو مؤسسات معينة، وهو ما تسعى إليه الدراسة في تعرف دور كثافة استخدام الشباب الجامعي لمواقع المؤسسات الرسمية المصرية على شبكة الإنترنت في تبني مفاهيم الوعي والتسامح الديني.

ويشير مفهوم التهيئة Priming إلى أن محتوى وسائل الإعلام يؤثر في اتجاهات وسلوك الجمهور طبقاً للطريقة التي تم بها معالجة هذا المضمون⁽²⁶⁾. ويظل هذا المضمون مرتبطاً بما قرأه أو سمعه أو شاهده الجمهور، ويتم استدعاء الذاكرة واستخدامها في المواقف المختلفة، ويكون الاستدعاء تلقائياً ولا يتحكم الفرد فيه، وتتأثر عملية التهيئة بالصورة النمطية التي يكونها الجمهور عن موضوع معين⁽²⁷⁾.

الفرض الأساسي لنظرية التهيئة المعرفية:

يشير الفرض الأساسي لنظرية التهيئة المعرفية إلى أن وجود ارتباط بين اهتمامات وسائل الإعلام واهتمامات الجمهور نحو قضايا معينة - يشير إلى وجود أثر للتهيئة المعرفية؛ فلكي تحدث التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام يجب أن يرى الجمهور أن تركيز وسائل الإعلام على قضية ما يعد كافياً؛ ومن ثم فإنه كلما زاد تركيز الأخبار في المواقع الإلكترونية على قضية معينة؛ أي: كلما زادت التهيئة المعرفية لقضية معينة، فإن المستخدمين يعتمدون على ما يعرفونه عن هذه القضية في تقييمهم العام⁽²⁸⁾.

وتعود فكرة التهيئة المعرفية إلى الدليل القاطع في مجال علم النفس بأن الناس حين يصدرون قراراتهم وأحكامهم نادرًا ما يعتمدون على كل المعلومات المتاحة لديهم؛ فهم يتجنبون هذا الإرهاق الذهني ويميلون إلى الاختزال وليس الشمول، وعملية الاختزال هذه لا تنطبق فقط على التقييمات السياسية، ولكنها تمتد إلى مختلف المجالات⁽²⁹⁾.

فروض نظرية التهيئة المعرفية:

تنطلق فروض نظرية التهيئة المعرفية من عدد من الفروض الأساسية، وذلك على النحو الآتي:

- 1- تفترض نظرية التهيئة أن الأفكار التي لبعضها علاقة ببعض تتصل فيما بينها في شبكة، وأن استثارة إحدى هذه الأفكار يؤدي إلى استثارة الأفكار الأخرى المرتبطة بها من الذاكرة في إطار السياق الذي تدور فيه الأفكار.
- 2- تؤدي زيادة تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة إلى زيادة وضوح القضية أو بروزها؛ مما يؤدي بدوره إلى زيادة التهيئة العامة للجمهور بشأن تلك القضية.
- 3- تظل معايير تقييم ما ثابتة نسبيًا؛ أي: إن التغيرات التي تحدث في تقييم قضية ما ترجع أساسًا إلى التغير في الأهمية النسبية التي يوليها المواطن للاعتبارات المختلفة التي يبني على أساسها التقييم؛ أي: إن التأثير لوسائل الإعلام هو التغيير في درجة بروز هذه الاعتبارات والمعايير⁽³⁰⁾.

الأبعاد المتعلقة بنظرية التهيئة المعرفية وتطبيقها على الدراسة:

أولاً - الثقة في المواقع الإلكترونية: يؤثر متغير الثقة في مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية الإسلامية والمسيحية في العلاقة بين استخدام الجمهور لما تقدمه هذه المواقع من قضايا واتجاهاتهم نحو هذه القضايا

والأطراف المشاركة فيها، فكلما زاد مستوى ثقة الجمهور في هذه المواقع، زاد تأثير هذه المواقع في اتجاهاتهم نحو القضايا والأشخاص التي تتناول المواقع أخبارها، والعكس كذلك فكلما قل مستوى الثقة لديهم في هذه المواقع قل تأثيرها في اتجاهاتهم⁽³¹⁾. وترتبط عملية تقييم مصداقية المصدر والرسالة معاً بشكل جوهري، وأكدت معظم نتائج الدراسات الارتباط الوثيق بين صدق المصدر ومدى ثقة الجمهور به، وقدرة الرسالة الاتصالية التي يقدمها هذا المصدر على إقناعهم وتصديقهم لها، وهو مدى قابلية المصدر للتصديق أو الثقة فيه⁽³²⁾.

ثانياً - تأثيرات الانتماء الديني: يؤثر متغير الانتماء الديني؛ فالأفراد الذين لديهم ميل للمؤسسة الدينية الأقرب زاد تأثير المواقع الإلكترونية لهذه المؤسسات في اتجاهاتهم نحو القضايا والأشخاص التي تتناول المواقع أخبارها⁽³³⁾.

ثالثاً - معدل استخدام المواقع الإلكترونية لقضايا التسامح والوعي الديني: تفترض التهيئة الإعلامية Media priming أن التعرض الكثيف للتعطية الإعلامية لقضية بارزة يؤدي إلى نشاط أقوى وأكثر تكراراً للعناصر التفكير للتعطية المرتبطة بهذه القضية؛ أي: إنه كلما زاد التعرض لمحتويات المواقع الإلكترونية زاد تأثير التهيئة المعرفية لها، كما أن هؤلاء الأفراد قادرون على تغيير اتجاهاتهم من الاهتمام بقضية آخذة في التلاشي إلى قضية أخرى آخذة في الظهور بشكل أكبر من الآخرين، وقد افترض كروسنيك وبرانون Crosnik & Branon، عام 1993، أن الأقل تعرضاً للمواقع الإلكترونية قد يكون أكثر تأثراً بالتهيئة لأنه يتعرض لرسالة بارزة Big Message دون تفاصيل فهو يميل لإصدار مثل هذه الأحكام، وبذلك فإن التهيئة لا تصبح تأثيراً للمواقع الإلكترونية، ولكنها تأثير للبروز الكلي لإحدى القضايا في الساحة العامة⁽³⁴⁾. وبناء عليه يعتبر التعرض للمواقع الإلكترونية حينئذ مجرد ظرف (أو شرط) محتمل لتأثير التهيئة، في حين أن الأكثر

تعرضاً يستوعب أكثر الرسالة المقصودة في مجملها، وكذلك مجال واسع من التفاصيل الإضافية.

رابعاً - التأثيرات المعرفية للمواقع الإلكترونية: ويشير إلى تأثير المواقع الإلكترونية في تشكيل المعرفة؛ إذ إن التعرض للمعلومات يرتبط ارتباطاً إيجابياً وثيقاً بمستوى المعرفة لدى الجمهور⁽³⁵⁾؛ ومن ثم تشكل المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية المصرية العنصر الأساسي لتشكيل المعرفة الدينية الصحيحة القائمة على التسامح الديني ونبذ العنف والتعصب.

خامساً - التأثيرات الوجدانية للمواقع الإلكترونية: تؤثر المواقع الإلكترونية من الناحية الوجدانية في اتجاهات الجمهور نحو ما تطرحه من موضوعات وقضايا؛ فكثر استخدام الجمهور للمواقع الإلكترونية يؤثر في تخفيض القلق ومستوى التهديدات المتعلقة بهذه الموضوعات والقضايا، فكلما زاد استخدام الجمهور لمضامين تحث على العنف زادت تهيئهم نحو الشعور باتجاهات سلبية نحو الآخرين⁽³⁶⁾، فتهدف النظرية إلى خفض التوتر الناتج عن التعرض للعديد من الأفكار والقضايا السائدة، والانتقاء المخطط للقضايا المسيطرة وتكرار عرضها وإبرازها في مختلف المواقع وبصفة خاصة في مراحل جذب الانتباه واتخاذ الأحكام المحابية لما تقرره المواقع في محتواها نحو هذه القضايا أو الأفكار⁽³⁷⁾.

سادساً - التأثيرات السلوكية للمواقع الإلكترونية: ويشير إلى تأثير المواقع الإلكترونية في سلوك الجمهور نحو تبني قضايا الوعي والتسامح الديني ونبذ العنف وخفض مشاعر العدوان لدى الآخرين، فكلما زاد التعرض للمواقع الإلكترونية الرسمية التي تحتوي مضامين تدعو للتسامح الديني، زاد تهيؤهم نحو القيام بسلوك متسامح نحو الآخرين والتعامل بما تمليه القيم الدينية تجاه الآخرين، وقد تكون التأثيرات إيجابية مثل حضور الخطب الدينية باستمرار، أو سلبية مثل العزوف عن الحضور للمساجد أو الكنائس⁽³⁸⁾.

سابعاً - مستويات الاهتمام بقضايا الوعي والتسامح الديني: تؤثر المواقع الإلكترونية في الجمهور من خلال زيادة الاهتمام بالموضوعات المهمة لديه، فالطريقة التي تتم بها معالجة الموضوعات تؤثر في مدى تقييم الجمهور لهذه الموضوعات، وقد لا تنجح المواقع معظم الوقت في إخبار الناس بما يجب التفكير به، لكنها تنجح في إخبار الجمهور بما يفكرون فيه من موضوعات⁽³⁹⁾.

تطبيق نظرية التهيئة المعرفية على الدراسة:

يتم تطبيق نظرية التهيئة المعرفية على الدراسة من خلال العناصر الآتية:

- تعتمد نظرية التهيئة على اختبار تأثير المواقع الإلكترونية في اتجاهات طلاب الجامعة نحو الأداء العام للأزهر الشريف والكنيسة المصرية، وذلك مع الأخذ في الحسبان أداء الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة في قضايا الوعي والتسامح الديني.
- تدرس الدراسة العلاقة بين معدل استخدام الباحثين للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية الإسلامية والمسيحية واتجاهات الباحثين نحو دور هذه المواقع في نشر قيم الوعي والتسامح الديني انطلاقاً من فروض نظرية التهيئة المعرفية والتي تقوم على أن الاستخدام الكثيف للتغطية الإعلامية لقضية بارزة يؤدي إلى نشاط أقوى وأكثر تكراراً لعناصر التفكير المرتبطة بهذه القضية؛ أي: إنه كلما زاد استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، زاد تأثير التهيئة المعرفية لها، والأبعاد الوجدانية والسلوكية لدى الجمهور فيما يتعلق بالوعي والتسامح الديني، والعلاقة بين مستويات الاهتمام لدى الجمهور بقضايا الوعي والتسامح الديني لدى الجمهور وتقييم الجمهور لهذه القضايا.

- وتختبر الدراسة أثر المتغيرات الوسيطة المشتقة من المتغيرات الوسيطة محل الاهتمام من قبل أدبيات البحث العلمي والدراسات الحديثة في نظرية التهيئة مثل: معدل استخدام الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية، والثقة في الموقع الإلكتروني، ومستويات الاهتمام بقضايا الوعي والتسامح الديني، والمتغيرات الديموغرافية - في حدوث عملية التهيئة لدى الطلاب ونوع اتجاهه نحو الأداء العام للموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية بالتطبيق على قضايا التسامح الديني ونبذ العنف.

مشكلة الدراسة:

يتجسد دور الإعلام الديني الإلكتروني في ربط الجمهور بما يجري حوله من أحداث وقضايا دينية معاصرة، إذ يضيف قوة وحيوية لدى الجمهور الذين يعيشون هذه الأحداث، وهذه الوسيلة هي إحدى أدوات الإعلام الديني، ويعد الوعي بالقضايا الدينية لدى الجمهور من أهم سبل مواجهة تحديات القرن المعاصر، والركيزة الأساسية للمشاركة الإيجابية والفعالة في محاربة العديد من الأفكار المتطرفة والشاذة بين أفراد الجمهور ونشر التنوير والتثقيف والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الأفراد ووجدانهم الجماعي؛ فترفع من مستواهم وتدفعهم للعمل من أجل المصلحة العامة وتخلق فيما بينهم مناخاً صحياً يقظاً من الانسجام والحركة النشطة؛ بما يحقق سعادة الفرد ورفي المجتمع.

والإعلام الديني الإلكتروني يعد أحد عناصر الجذب في محيط أعضاء المجتمع - بوجه عام - وفي محيط الشباب الجامعي - بوجه خاص - وهو مثله كمثل الإعلام بمفهومه الشامل يقدم معلومات تتعلق بالدين، ويمكن لهذه المعلومات أن تساعد الفرد على تكوين رأيه في موضوع ما أو في عدة موضوعات تتعلق

بالدين، ويحتمل أن يسهم هذا الرأي في اكتساب قيمة ما، وتلك القيمة التي قد تعمل على تكوين اتجاهات الفرد نحو الموضوعات الدينية؛ الأمر الذي يدفعه لكي يسلك سلوكاً محدداً يعبر فيه عن موقفه الكلي نحو النشاط الديني سلبياً أو إيجابياً.

ويقع تحت هذه المواقع المواقع الإلكترونية الخاصة بالمؤسسات الدينية المصرية والمتمثلة في مؤسستي الأزهر الشريف والكنيسة المصرية، والتي لها دور كبير يسهم في تطوير الدين عالمياً؛ فهي متنوعة ومتعددة لتصل لكل فرد في الكرة الأرضية بما يناسبه وتؤثر فيه، فهذه المواقع من أهم الوسائل المسؤولة عن نشر الدين الصحيح بعد أن كان دورها يقتصر على نشر توعيات معينة، لكنها أصبحت تعتمد على نشر الموضوعات الحيوية المرتبطة بالموضوعات الدينية المختلفة.

ونظراً لما انتشر في الفترات الأخيرة من العديد من المشكلات الدينية، وقيام بعض وسائل الإعلام من تضخيم بعض الأحداث مما يجعل الأفراد في حيرة من المعرفة بصحيح الدين في كثير من الموضوعات، فيلجؤون إلى المواقع الإلكترونية الدينية الرسمية للأزهر الشريف والكنيسة المصرية لمعرفة رأي رجال الدين والقساوسة في هذه الموضوعات حتى يحصلوا على المعلومات الصحيحة البعيدة عن أي آراء متطرفة تسبب الصدام مع الآخر، وفي ضوء ذلك أراد الباحث أن يتعرف حجم استخدام الشباب الجامعي لتلك المواقع واعتمادهم عليها ودرجات اهتمامهم بها ودور هذه المواقع في نشر الوعي والتسامح الديني في إطار الخطاب الديني لهذه المؤسسات، والذي يقوم على نشر رسالة التسامح بين البشر، ويؤمن بدور الأديان في بناء السلام ومواجهة التطرف والإرهاب، وأن اختلاف الدين تنوع مقبول في المجتمعات، ولا بد من التعاون بين أتباع الديانات لاستقرار المجتمعات، ولن يتمكن لنا هذا إلا بنشر

قيم التسامح بين شعوب الأرض وبين الأديان السماوية لترسيخ هذه القيمة؛ لأن التسامح سوف يحل كثيرًا من المشاكل والصراعات وتعليم الجيل الجديد من الشباب والفتيات معاني التسامح وقيمه، فجميع الديانات تحتل على رسالة التسامح وتأمّر بالإحسان وعدم التضيق على الآخر وتعطي الجميع حق الحياة وحفظ مالهم وعرضهم، والدين الإسلامي والمسيحي في مقدمة من يفعل هذا، وأي ممارسات تصدر عن المتشدد من المسلمين أو المسيحيين لا تعبر عن صحيح الدين الإسلامي والمسيحي.

وفي ضوء ذلك يمكن صياغة مشكلة الدراسة في تعرف دور المضامين الدينية في الموقع الإلكتروني لمؤسستي الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في نشر الوعي والتسامح الديني بين الشباب الجامعي باعتباره من أكثر الفئات تعرضًا للأفكار المتشددة من قبل العديد من مواقع التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية والتي يصعب السيطرة عليها في ظل ضعف الرقابة على مضامين هذه المواقع، وانطلاقًا أيضًا من أن الشباب هو عدة المستقبل وقوة الحاضر والذي يجب أن يأخذ دوره في نشر ثقافة السلام والإخاء والتعارف بين الناس وتفكيك ثقافة الكراهية، وإسقاط الحوائط العازلة بين الحضارات لأغراض تسلطية ومصالح ضيقة وإقامة جسور التفاهم والحوار المشترك؛ من أجل حياة إنسانية تليق بالقرن الواحد والعشرين.

أهمية الدراسة:

- ما نعيشه في الوقت الحالي من تغييرات تفرض أهمية الإعداد لنشر قيم التسامح الديني بين الشباب، حتى يتمكنوا من استيعاب أنماط جديدة وفق القواعد الدينية الإسلامية والمسيحية.
- ندرة الدراسات - في حدود اطلاع الباحث - التي تناولت الموضوع، خاصة فيما يتعلق باتجاهات الشباب الجامعي نحو دور المواقع

الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية والمسيحية في التوعية بقضايا التسامح والوعي الديني، في محاولة لرفع كفاءة دورها في هذا المجال، وبهذا يعد تعرّف آراء الشباب الجامعي في دور هذه الأنشطة الإعلامية وتأثيرها في اتجاهاتهم وتثقيفهم أمراً مهماً لتقييم هذا الدور وتحقيق الهدف منه.

- أهمية مرحلة الشباب الجامعي وضرورة تعرّف ملامحها وعلاقة استخدامها للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية موضع الدراسة؛ إذ إن الشباب يقع فريسة لقوى متطرفة تبعده عن الدين الصحيح.
- أهمية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي والتسامح الديني بصفتها من المؤسسات الرسمية التي تحرص على نشر التعاليم الدينية الصحيحة البعيدة عن كل غلو وتطرف.

أهداف الدراسة:

- تعرّف عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية.
- تعرّف الوسيلة المفضلة التي يحصل منها الشباب الجامعي على معلوماتهم الدينية.
- رصد دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية.
- الكشف عن اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في التوعية بقضايا التسامح والوعي الديني.
- تعرّف المكونات الأساسية الدينية التي تحرص المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية على الاهتمام بها.

- الكشف عن الثقة والمصادقية التي تتمتع بها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لدى الشباب الجامعي.
- الوقوف على الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لدى الشباب الجامعي.

فروض الدراسة:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اتجاهات الشباب الجامعي نحو الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني والتسامح الديني وبين مصادقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات اعتماد الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ونشر الوعي والتسامح الديني.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين طبقاً للثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي والتسامح الديني وبين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية والأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية.

تساؤلات الدراسة:

- ما عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية؟

- ما الوسيلة المفضلة التي يحصل منها الشباب الجامعي على معلوماتهم الدينية؟
- ما دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية؟
- ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في التوعية بقضايا التسامح والوعي الديني؟
- ما المكونات الأساسية الدينية التي تحرص المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية على الاهتمام بها.
- ما مقومات الثقة والمصداقية التي تتمتع بها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لدى الشباب الجامعي؟
- ما الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لدى الشباب الجامعي؟

مفاهيم الدراسة:

الدور:

الدور هو الأداء الوظيفي الذي يقوم به الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية من مهام ومسؤوليات تجاه موقف أو حدث أو قضية أو ظاهرة بقصد التعليم والتثقيف ونشر بعض القيم لتحقيق أهداف معينة داخل المجتمع.

المؤسسات الدينية الرسمية:

يقصد بها المؤسسات التي تدور في إطار نظام مثل الأزهر الشريف والكنيسة المصرية، وهي كل مؤسسة تعمل على خدمة الإسلام والمسيحية في إطار الدولة، وتعد جزءاً من مؤسسات الدولة من حيث الإنفاق أو الإدارة أو الإشراف على حياة المجتمع من كل الجوانب.

الأزهر الشريف:

هو أقدم جامعة عالمية متكاملة، ومن أهم المساجد الجامعة في مصر وأشهرها في العالم الإسلامي، احتضنت أروقتة الملايين من طلاب العلم ومعلميه، حتى غدا قبلة العلم لكل المسلمين، ومنهل الوسطية، ومنارة الإسلام الشامخة، وقد تجاوز عمره الألف سنة، متحملاً مسؤوليته العلمية والدينية والوطنية والحضارية تجاه الشعب والأمة الإسلامية كلها، فكان لها رمزاً حضارياً، ومرجعاً علمياً رئيساً، ومنبراً دعوياً صادقاً، وتم إنشاء الجامع الأزهر على يد جوهر الصقلي قائد الخليفة الفاطمي المعز لدين الله في 24 جمادى الأولى 359هـ = 4 أبريل 970م؛ أي: بعد عام من تأسيس مدينة القاهرة، واستغرق بناؤه ما يقرب من 27 شهراً، إذ افتتحت للصلاة في يوم الجمعة 7 رمضان 361هـ الموافق 21 يونيو 972م، وما لبث أن تحول إلى جامعة علمية، وأطلق عليه اسم الجامع الأزهر؛ نسبة إلى السيدة فاطمة الزهراء ابنة النبي صلى الله عليه وسلم وزوجة الإمام علي بن أبي طالب رضي الله عنه التي ينتسب إليها الفاطميون على أرجح الأقوال⁽⁴⁰⁾.

الكنيسة المصرية (الكاتدرائية المرقسية الكبرى):

هي مقر الكرسي البابوي، وقد بُنيت في عهد البابا كيرلس السادس (116)، وهي مبنية على تعاليم القديس مارمرقس، الذي بشر بالمسيحية في مصر، خلال فترة حكم الحاكم الروماني (نيرون) في القرن الأول. ومارمرقس هو أحد الإنجيليين، وكتب أول إنجيل. وانتشرت المسيحية في كل أنحاء مصر خلال نصف قرن من وصول مارمرقس إلى الإسكندرية، وتم تدشين المقر الحالي للكاتدرائية يوم 25 يونيو سنة 1968 في عهد الرئيس المصري جمال عبدالناصر. وفي 8 مايو 1967، وفي عيد استشهاد مارمرقس وعشية ميلاد أم النور، أقام قداسة البابا كيرلس السادس صلاة إيداناً ببدء العمل في الكاتدرائية، وهي تعتبر أكبر كاتدرائية في أفريقيا وكل الشرق الأوسط⁽⁴¹⁾.

المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية:

المواقع الإلكترونية هي مجموعة من الصفحات المتصلة على الشبكة العالمية، والتي تعتبر كياناً واحداً يمتلكه عادةً شخص واحد أو منظمة واحدة، ويكرس لموضوع واحد أو لعدة مواضيع وثيقة الصلة، ويقصد بها الباحث المواقع الإلكترونية للمؤسسات المصرية الدينية الرسمية المتمثلة في مؤسسة الأزهر الشريف والكنيسة المصرية.

الوعي الديني:

الوعي الديني هو إدراك واستيعاب الشباب الجامعي لحقائق الدين الإسلامي والمسيحي ورسوخها في نفسه وتطبيقها مع الآخرين في المجتمع الذي يعيش فيه أو من خلال طرح أفكاره مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية.

التسامح الديني:

التسامح الديني هو محبة الناس جميعاً دون الالتفات لدينهم وتقبل الآخر واحترام معتقداته وعدم التمييز بين الأفراد بناءً على الدين أو المذهب أو الطائفة، وعدم إجباره على الدخول إلى دينه وممارسة الشعائر الدينية بكل حرية ويسر.

الشباب الجامعي:

وهي الفترة التي يلتحق فيها الشباب بمرحلة البكالوريوس في الجامعة، ويكون عمره من 18 - 22 عاماً، وتتسم بالقوة والنشاط والقدرة على العمل والإنجاز والإبداع وتقبل الأفكار الجديدة وتتميز بشدة الحساسية للأوضاع الجديدة؛ لكنها تفتقر للخبرة والتجربة وتحتاج هذه الفترة إلى التوجيه حتى

لا يقع هؤلاء الشباب فريسة للأفكار الدينية المتطرفة أو المتشددة والتي تحت على عدم قبول الآخر، ويقصد بهم الباحث الطلاب في مرحلة البكالوريوس في الأزهر الشريف وكلية اللاهوت الأسقفية.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف المواقف أو الظواهر أو الأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها؛ بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديداً دقيقاً ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية والدقة⁽⁴²⁾. وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على فهم الظاهرة موضع الدراسة ووصفها وتعرّف عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها بدقة وموضوعية، إذ تسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على دور المادة الإعلامية في المواقع الدينية الرسمية في نشر الوعي والتسامح الديني لدى فئة الشباب الجامعي.

مناهج الدراسة:

- منهج المسح:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي Survey، والذي يعد أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد ومشاعرهم وإدراكهم واتجاهاتهم، وهو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام، كما يعد جهداً منظماً بهدف الحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر من عينة البحث ضمن مجتمع الدراسة؛ بهدف تعرّف المشكلة بشكل دقيق⁽⁴³⁾.

فالمنهج المسحي هو تلك الإجراءات العلمية التي من خلالها يمكن وصف الظاهرة أو الموضوع بما فيه من متغيرات وعلاقات، مع توضيح تلك العلاقات

من حيث الشدة والاتجاه. ويتجسد الوصف في جهد علمي منظم يتضمن جمع بيانات كافية عن الموضوع أو الظاهرة خلال فترة زمنية معينة وسياق مكاني معين، ثم تنظيم تلك البيانات ومعالجتها والوصول إلى إجابة حاسمة عن تساؤلات أو التحقق من فروض معينة⁽⁴⁴⁾.

وقد قام الباحث بإجراء مسح لعينة من الشباب الجامعي لتعرف الخصائص الأساسية لهم، وتوصيف وتقييم اتجاهاتهم، فيما يتعلق باستخدامهم للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية من ناحية، ورصد علاقته بالوعي والتسامح الديني لديهم.

– منهج الدراسات السببية المقارنة:

وهو أحد مناهج الدراسات الوصفية التي تتجاوز حدود الوصف المجرد إلى الاستدلال عن الأسباب الكامنة وراء حدوث الظاهرة في واقعها الراهن، ويستهدف البحث وراء الأسباب الكامنة لحدوث الظاهرة، من خلال مقارنة الجماعات أو المجموعات أو العينات التي تتباين في خصائصها أو سماتها، أو تكرار دراستها في تعرضها لمثير معين؛ ومن ثم يقدم التباين في الخصائص والسمات تفسيراً للتباين في الاستجابة لمثير واحد. ويدرس الباحث من خلال هذا المنهج أشكال الاستجابات إلى مثير واحد، ويعزى في التفسير والاستدلال تباين الأبعاد إلى أسباب معينة يحددها في الظاهرة بعد جمع البيانات عن الاختلافات أو التباينات السابقة، وذلك دون تدخل الباحث في وجود الأسباب أو غيابها⁽⁴⁵⁾.

وقد طبق الباحث هذا المنهج، من خلال المقارنة بين عينة من الشباب الجامعي للمقارنة بين استخدامهم لموقعي الأزهر الشريف والكنيسة، ومعرفة المتغيرات التي تكمن وراء هذا التعرض من عدمه؛ وذلك في ضوء المتغيرات الوسيطة التي تحدد نوع واتجاهات العلاقات التي تشملها الدراسة.

مجتمع الدراسة:

هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة، وهو المجتمع الذي يرغب الباحث في تعميم النتائج عليه⁽⁴⁶⁾، ويعتبر مجتمع الدراسة جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها؛ أي: إنه مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، وهو يمثل الجمهور المستهدف الذي يهدف الباحث لدراسته، وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، لكن يصعب الوصول إليه لضخامته، ولهذا يتم التركيز على المجتمع المتاح الذي يمكن الوصول إليه ويتم اختيار العينة منه⁽⁴⁷⁾، ويعرف بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، سواء أكانت الأفراد أم الأشخاص أم الأشياء التي تكوّن موضوع مشكلة الدراسة⁽⁴⁸⁾.

تم اختيار طلاب جامعة الأزهر بالقاهرة وكلية اللاهوت الأسقفية لإجراء الدراسة الميدانية، وتم التطبيق على جميع الفئات الطلابية باختلاف شرائحها.

عينة الدراسة:

تعد عملية المعاينة هي اختيار عدد من المفردات من المجتمع بأسلوب يجعل الجزء يمثل الكل، وذلك نتيجة لضخامة مجتمع الدراسة أو تشتت مفرداته من ناحية أو تجانسها في الخصائص من ناحية أخرى⁽⁴⁹⁾؛ وعليه اعتمد الباحث في اختيار عينة الدراسة وفق أسلوب العينة المتاحة، والتي تعتبر من أكثر أساليب سحب العينات المستخدمة في البحوث الإعلامية، ويُطلق عليها أيضًا العينة الميسرة Convenience Sample وهي غالبًا ما تتكون من تلك المجموعة من المفردات التي يمكن الوصول إليها بسهولة أو التي يُتاح الوصول إليها، وتم الاعتماد على العينة المتاحة لضخامة حجم مجتمع الدراسة (الشباب الجامعي) وصعوبة تحديد إطار للمعاينة بوجه عام، ويتميز هذا النوع من العينات بسهولة

اختيار العينة وانخفاض تكلفتها من حيث المال والوقت والجهد المبذول؛ فضلاً عن سرعة الوصول لمفردات العينة⁽⁵⁰⁾، ويمكن لهذه العينة أن تقدم بيانات ذات أهمية وفائدة كبيرة للدراسة لتعرّف دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية على مفردات تتواصل بالفعل مع مؤسسة الأزهر الشريف والكنيسة المصرية عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بها لمتابعة المضامين المتعلقة بالوعي والتسامح الديني المقدمة خلالها؛ أي: إنه تم اختيار هذا النوع من أنواع العينات غير الاحتمالية لتوافر سمات وخصائص محددة بما يخدم أهداف البحث، ولتحديد حجم العينة⁽⁵¹⁾.

وبناء عليه، أجرى الباحث دراسته على عينة متاحة من الشباب الجامعي الذين يستخدمون المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في إطار العينات غير الاحتمالية، وقوام هذه العينة 368 مفردة من جميع فئات الطلاب؛ مما يسمح بالتبعية في اختلاف وتباين الاستخدام للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية.

وقد رأى الباحث أن يكون مجتمع عينة الجمهور من الشباب الجامعي بحيث:

- يتوافر لديهم الحد الأدنى من الوعي والقدرة على استيعاب وفهم الأسئلة التي تتضمنها استمارة الاستبيان، وكذلك يتوافر لديهم الحد الأدنى من المعرفة العلمية الدينية؛ بما يجعلهم قادرين على فهم الاستمارة التي تتناول قضايا التسامح والوعي الديني.
- التنوع من حيث نوع المؤسسة التي يستخدم الشباب الجامعي ما بين جامعة الأزهر الشريف وكلية اللاهوت الأسقفية بالكنيسة المصرية.
- كما أنها من ضمن الفئات المستهدفة من الرسالة الإعلامية المتعلقة بالوعي والتسامح الديني في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية الدينية، وعليها يقع العبء الأكبر في عملية الإيمان بهذه المفاهيم

ونشرها، بالإضافة إلى خطورة المشكلات المترتبة على انتشار التعصب الديني والمذهبي.

- تعد مرحلة الشباب مرحلة انتقالية لها مقوماتها الدينية، وهي مرحلة التكوين والقوة والرغبة في التغيير وتبني الأفكار المتعلقة بالوعي والتسامح الديني.
- يعد مجتمعاً له أهميته الخاصة بوصفه مجتمعاً إعلامياً، وهذه الفئة العمرية التي تبدأ من مرحلة التكوين إلى مرحلة النضوج تتميز بطابع الخصوصية، التي تتمثل في تميز هذه الشريحة بوصفها أكثر الشرائح الاجتماعية استخداماً للمواقع الإلكترونية، كونهم من الشرائح العمرية الأكثر نشاطاً في شبكة الإنترنت وإسهاماً في المضامين التي يتبادلونها مع زملائهم وأصدقائهم ومعارفهم في مختلف شؤون الحياة، وخصوصاً النواحي الدينية.

ويوضح الجدول الآتي خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة

ن = 368		الفئات	المتغير
%	ك		
57.61	212	الأزهر	نوع المؤسسة
42.39	156	الكنيسة	
53.80	198	الذكور	النوع
46.20	170	الإناث	
47.83	176	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
24.73	91	متوسط	
27.45	101	مرتفع	
41.58	153	مدن	محل الإقامة
58.42	215	ريف	
75.54	278	من 18 - لأقل من 20 سنة	السن
20.92	77	من 20 لأقل من 22 سنة	
3.53	13	من 22 سنة فأكثر	

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها:

- بالنسبة لنوع المؤسسة: يتوزع المبحوثون طبقاً لنوع المؤسسة إلى: الأزهر الشريف بنسبة 57.61%، والكنيسة بنسبة 42.39%.
- بالنسبة للنوع: يتوزع المبحوثون طبقاً للنوع إلى: الذكور بنسبة 53.80%، الإناث بنسبة 46.20%.

- بالنسبة للمستوى الاجتماعي الاقتصادي: يتوزع المبحوثون طبقاً لنوع المستوى الاقتصادي الاجتماعي إلى: منخفض بنسبة 47.83 %، مرتفع بنسبة 27.45 %، متوسط بنسبة 24.735 %.
- بالنسبة لمحل الإقامة: يتوزع المبحوثون طبقاً لمحل الإقامة إلى: المدن بنسبة 41.58 %، الريف بنسبة 58.42 %.
- بالنسبة للسن: يتوزع المبحوثون طبقاً للسن إلى: من 18 - لأقل من 20 سنة بنسبة 75.54 %، من 20 لأقل من 22 سنة بنسبة 20.92 %، من 22 سنة فأكثر بنسبة 3.53 %.

أداة جمع البيانات:

يعد الاستبيان Questionnaire أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث؛ عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدماً؛ وذلك بهدف تعرّف حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة، فهو من أكثر طرائق جمع البيانات الأولية شيوعاً في العلوم الاجتماعية وفي الدراسات الإعلامية؛ نظراً لتنوعه وتعدد أشكاله مما يخدم أغراضاً مختلفة في البحوث المختلفة⁽⁵²⁾.

واعتمد الباحث على الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة الميدانية، وقام بتصميمها في ضوء أهداف الدراسة وتساولاتها، ومن خلال الاطلاع على الدراسات الميدانية التي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة بموضوع الدراسة، والتي ساعدت الباحث على تحديد نوع وكَم البيانات المطلوبة.

وقد راعى الباحث عند تصميم الاستمارة ما يأتي:

- وضوح الأسئلة من خلال صياغتها بشكل مفهوم ومناسب لعينة الدراسة.
- التنوع بين الأسئلة لتشمل السؤال المفتوح، المغلق، والمفتوح المغلق.
- تم ترتيب الأسئلة بطريقة منهجية، بحيث ساعدت المبحوث على سهولة الإجابة والتفكير المترابط في أثناء الإجابة.
- وجود أسئلة تتعلق بثبات الاستمارة وصدقها.
- راعى الباحث وجود أسئلة تبحث تأثير بعض المتغيرات الوسيطة في المتغيرات الرئيسة للدراسة.
- تم تحديد المتغيرات الوسيطة في ضوء الدراسات السابقة، وأهداف الدراسة والتوجه النظري الخاص بها، وكذلك النموذج العلمي الذي اعتمد عليه الباحث في إجراء هذه الدراسة.
- تثبتت مجموعة من الأسئلة الخاصة بمعدلات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية الدينية، ودورها في الوعي والتسامح الديني.
- راعى الباحث تنفيذ التعديلات والملاحظات الخاصة بالمحكمين داخل الاستمارة، والتي أثرت الأسئلة، وساعدت على وضوحها ومنطقيتها، وملاءمتها لأهداف الدراسة.

محاور الاستبيان:

- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية.
- المحور الثاني: دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية.

- المحور الثالث: اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في التوعية بقضايا التسامح والوعي الديني.
- المحور الرابع: مقومات الثقة والمصداقية التي تتمتع بها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لدى الشباب الجامعي.
- المحور الخامس: الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لدى الشباب الجامعي.
- المحور السادس: الخصائص الديموغرافية للمبحوثين.

إجراءات الثبات والصدق:

- إجراءات الصدق:

يقصد بالصدق صلاحية الأسلوب أو التأكد من أن الأداة تقيس فعلاً ما هو مراد قياسه؛ ومن ثم ارتفاع مستوى الثقة بالنتائج، بحيث يمكن الانتقال منها إلى التعميم، ويقصد باختبار صدق أداة جمع المعلومات هو مدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، بحيث تعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية⁽⁵³⁾.

أولاً - الصدق الظاهري Face validity :

ويتم فيه تقييم أداة القياس باستخدام مجموعة من المحكمين عادة خبراء في القياس وباحثين لديهم خبرة طويلة بالموضوع ينظرون إلى العبارات أو الأسئلة ويقولون إذا ما كانوا يعتقدون أنها سوف تقيس الظاهرة أو المتغير محل الدراسة⁽⁵⁴⁾.

وقد تم اختبار الصدق من خلال تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها وترجمتها في شكل فروض، بعد مراجعة بعض الدراسات السابقة، وفي إطار ذلك تم عرض الاستثمار على الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام^(*) ومناهج البحث وذلك لإبداء الملاحظات والتعديلات العلمية اللازمة، والتي قام الباحث وفقاً لها بتعديل الأسئلة والمقاييس، وذلك لضمان مناسبة الاستثمارات لطبيعة البحث وأهدافه للوصول لدقة النتائج.

ثانياً - الاختبار القبلي Pre-Test :

يتمثل الاختبار القبلي في الدراسة الميدانية في اختبار الاستقصاء على عينة محدودة من العينة وذلك قبل تطبيقه بشكل كامل على العينة الأصلية، على أن تمثل هذه العينة الصغيرة كافة خصائص العينة الأصلية وألا يقل حجمها عن 10 % من حجم العينة الأصلية⁽⁵⁵⁾.

وقام الباحث بإجراء الاختبار القبلي على عينة عشوائية من مجتمع الدراسة بلغ قوامها 10 % من عينة الدراسة، وذلك بهدف تعرّف مدى وضوح الأسئلة بالنسبة لهم، والتأكد من تحقيقها لأهداف البحث، وللتأكد من مدى صلاحية الأداة للتطبيق ومدى قياسها لما وضعت لقياسه، وتم إجراء التعديلات عليها وفق ما أشارت إليه ملاحظات المبحوثين وإجاباتهم.

كما قام الباحث عقب الاختبار بإعادة ترتيب بعض الأسئلة، وتعديل بنود بعض الأسئلة، وكذلك توضيح بعض الصياغات لعبارات مقاييس الدراسة.

(*) أسماء المحكمين طبقاً للترتيب الأبجدي

أ.د محمد زين رستم، أستاذ الإعلام بجامعة بني سويف - جمهورية مصر العربية.

أ.د محمد معوض، أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس - جمهورية مصر العربية .

أ.د محمود إسماعيل، أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس - جمهورية مصر العربية.

إجراءات الثبات:

تسعى عملية الثبات إلى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بين الباحثين من حيث التوصل إلى نتائج متقاربة عند تطبيق الاستمارة نفسها على المبحوثين أنفسهم⁽⁵⁶⁾، وذلك على النحو الآتي:

قام الباحث بإعادة الاختبار Test-Retest على نسبة 10 % من عينة الدراسة بلغ عددها 36 استمارة، وذلك بعد أسبوعين من التطبيق الأولي للاستمارة على المبحوثين أنفسهم، وقد وجد الباحث أن هناك نسبة ثبات قدرها 93 %، وتدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين عن استمارة الاستبيان رغم مرور فترة زمنية على إجاباتهم الأولى عن أسئلة الاستمارة، وذلك مع الأخذ في الحسبان أن الدراسة تتعامل مع دوافع وآراء واتجاهات تتسم بالتغير وعدم الاستمرارية.

قام الباحث عن طريق الملاحظة الظاهرية بالتأكد من مدى الاتساق الداخلي، وعدم التناقض بين الإجابات المختلفة داخل الاستمارة الميدانية، وبناءً عليها تم استبعاد عدد 27 استمارة من إجمالي عدد الاستمارات.

المعالجة الإحصائية للدراسة:

استعان الباحث في المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة بالبرنامج الإحصائي SPSS؛ وذلك بعد الانتهاء من جمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية وتفريغها، ثم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج، وذلك من خلال استخدام عدد من المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

- اختبارات T-Test للمجموعات المستقلة؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة.
 - اختبار Z-Test للمجموعات المستقلة؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين نسبتيين مؤبوتين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة.
 - معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة Interval Or Ratio، واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة معامل التوافق أقل من 0.30، ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30-0.70، وقوية إذا زادت على 0.70.
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95 % فأكثر؛ أي: عند مستوى معنوية قيمته 0.05. فأقل.

مجالات الدراسة:

- المجال الموضوعي: والمتمثل في موضوع الدراسة، وهو: دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي والتسامح الديني لدى الشباب الجامعي.
- المجال الزمني: تم تطبيق الدراسة خلال الفترة من 1 يوليو 2018 حتى 31 ديسمبر 2018.
- المجال المكاني: تم تطبيق الدراسة في جامعة الأزهر وكلية اللاهوت الأسقفية.

نتائج الدراسة الميدانية:

سعت الدراسة إلى تعرّف دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي والتسامح الديني لدى الشباب الجامعي في جمهورية مصر العربية، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها 368 مفردة، واستخدم الباحث أداة الاستبيان الإلكتروني للحصول على المعلومات عن موضوع الدراسة، وفيما يأتي نتائج الدراسة الميدانية.

جدول رقم (2)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة

ومدى استخدامهم للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				مدى الاستخدام
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.32	60.00	300	56.65	98	44.93	102	دائمًا
3.00	32.00	168	33.53	58	48.46	110	أحيانًا
1.18	8.00	32	9.82	17	6.61	15	لا
	100	400	100	173	100	227	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

- يتوزع مدى استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية - بالترتيب - على النحو الآتي: الاستخدام دائماً بنسبة 60.00%، الاستخدام أحياناً بنسبة 32.00%، عدم الاستخدام للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية بنسبة 8.00%.

ومن الملاحظ زيادة استخدام الشباب الجامعي للمواقع الدينية الرسمية بصفة دائمة؛ مما يشير إلى انتشارها بين فئات الشباب الجامعي، واعتمادهم عليها بدرجة كبيرة في الحصول على المعلومات؛ وتشير هذه النتيجة إلى ارتفاع نسبة استخدام تلك المواقع، وقد طغت نسبة الاستخدام الدائمة لتلك المواقع التي فاقت الاستخدام بصفة (أحياناً) و(لا)؛ وهو ما يؤكد أهمية تلك المواقع، وارتباطها بحياة الشباب الجامعي، وخاصةً عندما تتناول الموضوعات والقضايا التي تتعلق بالتسامح الديني، ويفسر الباحث ذلك بسهولة حصول الشباب على المعلومات من خلال أجهزة الهاتف المحمول المنتشرة بين الشباب بالإضافة إلى أجهزة الكمبيوتر؛ مما يجعلهم يستخدمون هذه الوسائل بسهولة ويسر في الحصول على المعلومات، بالإضافة إلى أن الموقع الإلكتروني قد يستخدمه الطلاب في الحصول على المعلومات عن بعض المقررات الدراسية، كما تشير النتائج أيضاً إلى ارتفاع نسبة استخدام هذه المواقع على الرغم من ظهور وسائل تكنولوجية حديثة مثل مواقع التواصل الاجتماعي والتي قد تصرف اهتمام الجمهور عن متابعة المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، لكن الغالبية العظمى بالعينة - محل الدراسة - تهتم بمتابعة هذه الوسيلة الإعلامية، ففي السابق كان الشباب يحصل على المعلومات من الكتب والدوريات المطبوعة، والوسائل الإعلامية التقليدية، أما في وقتنا الحالي، فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت بشكل عام أوسع قناة للبحث الإعلامي، ولعل ذلك إحدى إيجابيات وسائل الإعلام البديل، لكن هناك عدة إشكاليات أثرت بسبب بث معلومات غير صحيحة ومغلوبة، إذ توظف المواقع المجهولة الهوية تلك المعلومات من أجل تغيير قناعات المتلقين لها وزرع الأفكار والأيديولوجيات التي تخدم أهدافهم؛ ومن هنا تظهر الأهمية الحقيقية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية في توضيح صحيح الدين

ونشر قيم التسامح الديني، وتتفق النتائج مع فروض نظرية التهيئة المعرفية والتي ترى أن التعرض الكثيف للتغطية الإعلامية لقضية التسامح الديني يؤدي إلى نشاط أقوى وأكثر تكراراً لعناصر التفكير للتغطية المرتبطة بهذه القضية: أي: إنه كلما زاد التعرض لمحتويات الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية، زاد تأثير التهيئة المعرفية لها⁽⁵⁷⁾.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية طبقاً لمدى استخدامهم للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في: (دائماً) لصالح الكنيسة المصرية بنسبة 56.65% مقابل 44.93% للأزهر الشريف، حيث كانت قيمة Z المحسوبة 2.32، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.96، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95%.

وأظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية طبقاً لمدى استخدامهم للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في: (أحياناً) لصالح الأزهر الشريف بنسبة 48.46% مقابل 33.52% للكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 3.00، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

جدول رقم (3)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة والفترة المفضلة لديهم
في استخدام المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				الفترة المفضلة
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
.42	9.51	35	10.26	16	8.96	19	الفترة الصباحية (6ص – 10ص)
2.76	14.95	55	8.97	14	19.34	41	فترة الظهيرة والعصر (10 ص – 3م)
2.84	51.63	190	60.26	94	45.28	96	فترة المساء (3 م – 10م)
5.83	23.91	88	20.51	32	26.42	56	فترة السهرة (10م – 6ص)
	100	368	100	156	100	212	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

تتوزع الفترة المفضلة لاستخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية - بالترتيب - على النحو الآتي: فترة المساء (3م - 10م) بنسبة 51.63%، فترة السهرة (10م - 6ص) بنسبة 23.91%، فترة الظهيرة والعصر (10ص - 3م) بنسبة 14.95%، وجاءت الصباحية (6ص - 10ص) في المرتبة الأخيرة بنسبة 9.51%.

وتشير النتائج السابقة إلى أن الفترة المسائية تعد من أكثر الفترات استخداماً من قبل فئات الشباب الجامعي؛ وتتفق النتائج مع النتائج السابقة المتعلقة باستخدام الشباب الجامعي لأجهزة الهاتف المحمول للحصول على المعلومات، فقد يستخدم هؤلاء الشباب هذه المواقع خلال تلك الفترة للبحث عن بعض المعلومات المتعلقة بالمقررات الدراسية؛ ويرجع ذلك إلى طبيعة الدراسة لهؤلاء

الشباب وبحثهم عن المعلومات الدراسية خصوصًا في الفترة المسائية، وهذا قد يرجع أيضًا إلى اهتمام الشباب بمتابعة الوسائل الحديثة كمواقع التواصل الاجتماعي لسرعة التواصل مع الآخرين لمتابعة القضايا المختلفة ومناقشتها والتعليق عليها مع الآخرين، كما يمكن تفسير ذلك بأن فترة المساء تعتبر فترة نزوة الاستخدام للشباب لأن الفترة الصباحية للدراسة الجامعية، وتكون فترة السهرة الأولى والممتدة أقل لأن الطلاب يستيقظون مبكرًا للجامعة، وهذا يتفق مع معظم الدراسات التي توضح تفضيل فترة المساء حيث وقت الفراغ بعد العمل أو الدراسة.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية والفترة المفضلة لديهم في استخدام المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الأزهر الشريف في فترة الظهيرة والعصر (10 ص - 3 م)، فترة السهرة (10 م - 6 ص) بنسبة 19.34 %، 26.42 % مقابل 8.97 %، 20.51 % لصالح الكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 2.76، 5.83، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99 %.

وأظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية والفترة المفضلة لديهم في استخدام المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية في: الفترة الصباحية (6 ص - 10 ص) بنسبة 60.26 % مقابل 45.28 % لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 2.84، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99 %.

جدول رقم (4)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة ومعدل الاستخدام اليومي
للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				معدل الاستخدام
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
.52	29.89	110	28.85	45	30.66	65	أقل من ساعة
.36	42.12	155	41.03	64	42.92	91	من ساعة لأقل من ساعتين
.40	19.57	72	18.59	29	20.28	43	من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات
1.85	8.42	31	11.53	18	6.14	13	أكثر من ثلاث ساعات
	100	368	100	156	100	212	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع معدل الاستخدام اليومي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية من قبل الشباب الجامعي - بالترتيب - على النحو الآتي: من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة 42.14%، أقل من ساعة بنسبة 29.89%، من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات بنسبة 19.57%، وجاء أكثر من ثلاث ساعات في المرتبة الأخيرة بنسبة 8.42%.

وتشير النتائج السابقة إلى أن الاستخدام من ساعة لأقل من ساعتين قد استحوذ على معدلات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية؛ وربما يرجع ذلك - كما أسلفنا - إلى استخدام الشباب للعديد من المواقع الأخرى والتي تعد من المصادر المهمة لديهم في الاستخدام مثل مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يدل على جاذبية المواقع، وقدرتها على

الاحتفاظ بجمهور الشباب لفترة طويلة، ومن الملاحظ أيضاً قلة معدلات الاستخدامات المرتفعة لتلك المواقع؛ وهذا يتفق مع طبيعة الاستخدام النشط للشباب لتلك المواقع، والذي يتنقل بين أكثر من موقع في آن واحد، ولا يمكث على الموقع لفترات طويلة إلا في حالات محددة مثل إعداد بعض التكاليفات والبحوث التي يطلبها إليهم أعضاء هيئة التدريس، ويمكن تفسير ذلك بأن استخدام هذه المواقع يكون لغرض معين، والاستخدام يكون متوسطاً ليس كثيفاً ولا قليلاً؛ أي: إن المواقع تعتبر جزءاً من الحياة التعليمية للشباب الجامعي بحكم العادة، ولكن بمستوى متوسط نظراً لطبيعتهم وانشغالهم بالدراسة.

أظهرت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومعدل الاستخدام اليومي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة أقل من القيمة 1.96، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95%.

جدول رقم (5)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة والمضامين التي يتابعونها
في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				المضامين
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.66	20.65	76	14.10	22	25.47	54	معرفة رأي رجال الدين والقساوسة
3.86	21.74	80	31.41	49	14.62	31	العبادات
1.20	6.25	23	4.49	7	7.55	16	الأدعية أو الأجبية
.45	1.63	6	1.28	2	1.89	4	مواعيد الصلاة والصلوات الكنسية
.19	34.51	127	33.97	53	34.91	74	الأخلاق
.80	2.72	10	1.92	3	3.30	7	تفسير القرآن أو الكتاب المقدس
3.58	18.48	68	26.92	42	12.26	26	المعاملات المالية
4.41	27.17	100	39.10	61	18.40	39	الأسرة والمجتمع
2.04	7.61	28	10.90	17	5.19	11	قصص الأنبياء والقديسين
	368		156		212		جملة من سئلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

تتوزع المضامين التي يتابعها الشباب الجامعي في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية - بالترتيب - على النحو الآتي: الأخلاق بنسبة 34.51 %، الأسرة والمجتمع بنسبة 27.17 %، العبادات بنسبة 21.74 %، معرفة رأي رجال الدين والقساوسة بنسبة 20.65 %، المعاملات المالية بنسبة 18.48 %، قصص الأنبياء والقديسين بنسبة 7.61 %، الأدعية والأجبية بنسبة

6.25%، تفسير القرآن أو الكتاب المقدس بنسبة 2.72%، مواعيد الصلاة والصلوات الكنسية بنسبة 1.63%، ومن الملاحظ أن الأخلاق قد تصدرت المضامين التي يحرص الشباب الجامعي على متابعتها في هذه المواقع نظراً لأنها تمثل لغة الحياة اليومية، ويحتاج الشباب إلى تدعيم المعيار الأخلاقي لديهم في كافة التعاملات اليومية مع الآخرين لإظهار صحيح الدين من خلال تعرّف القيم الأخلاقية التي تبثها الأديان السماوية، وهي في جوهرها واحدة، كما أن قضايا الأسرة والعبادات قد احتلتا مرتبة متقدمة نظراً لأن الشباب يلجأ إلى هذه المواقع لتعرّف صحيح الدين من هذه القضايا وكيفية التصرف فيها، وهي تأتي بمرتبة متقدمة على العبادات؛ لأن العبادات أصبحت من الطقوس اليومية التي يمارسونها ولديهم المعلومات عنها، ويحتاجون إلى بعض المعلومات في الأمور الخلافية.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في المضامين التي يتابعها الشباب الجامعي في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الأزهر الشريف في: معرفة رأي رجال الدين والقساوسة بنسبة 25.47% مقابل 14.10% على الترتيب لصالح الكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 2.66، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

وأظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في المضامين التي يتابعها الشباب الجامعي في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية في: العبادات، المعاملات المالية، الأسرة والمجتمع بنسبة 31.41%، 26.92%، 39.10%، مقابل 14.62%، 12.26%، 18.40% على الترتيب لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 3.86، 3.58، 4.41، وهي أكبر من

القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

كما أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في المضامين التي يتابعها الشباب الجامعي في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية في: قصص الأنبياء والقديسين بنسبة 10.90 مقابل 5.19 على الترتيب لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 2.04، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.96، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95%.

جدول رقم (6)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة وأسباب تفضيل المضامين السابقة في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				أسباب التفضيل
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
3.38	28.53	105	37.82	59	21.70	46	سرعة إيقاع عرض المضامين
.84	50.00	184	47.44	74	51.89	110	المضمون الجيد
3.72	31.79	117	42.31	66	24.06	51	أسلوب العرض مميز
.47	35.33	130	33.97	53	36.32	77	يزيد من معلوماتي الدينية
3.39	11.41	42	17.95	28	6.60	14	يعطيني تدريبات روحية
.32	23.91	88	23.08	36	24.53	52	يعرفني بالقرآن الكريم والكتاب المقدس
4.00	28.26	104	17.31	27	36.32	77	يعرفني بالأماكن المقدسة
.28	17.93	66	18.59	29	17.45	37	يعرفني بالشخصيات الدينية المعاصرة
	368		156		212		جملة من سئلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

تتنوع أسباب تفضيل الشباب الجامعي للمضامين التي يتابعونها في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية – بالترتيب – على النحو الآتي: المضمون الجيد بنسبة 50.00%، يزيد من معلوماتي الدينية بنسبة 35.33%، سرعة إيقاع عرض المضامين بنسبة 28.53%، يعرفني بالأماكن المقدسة بنسبة 28.26%، يعرفني بالقرآن الكريم والكتاب المقدس بنسبة 23.91%، يعرفني بالشخصيات الدينية المعاصرة بنسبة 17.93%، يعطيني تدريبات روحية بنسبة 11.41%. وتشير النتائج السابقة إلى أهمية المضمون الديني الذي تقدمه المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، والذي يثق فيه الشباب باعتباره يعبر عن صحيح الدين والبعد عن الغلو والتطرف وإثراء المعلومات الدينية لدى الشباب، كما أنها تُعتبر المصدرَ ذا المصداقية المرتفعة لديهم في التعريف بالأماكن المقدسة والقرآن الكريم والكتاب المقدس والشخصيات الدينية المعاصرة، والتي تمدهم بالقدوة الحسنة بمعرفة أعمالها المختلفة للاقتداء بها.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية وأسباب تفضيل المضامين التي يتابعونها في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الأزهر الشريف في: يعرفني بالأماكن الإسلامية المقدسة بنسبة 36.32% مقابل 17.31% لصالح الكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 4.00، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

كما أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية وأسباب تفضيل المضامين التي يتابعونها في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية في: سرعة إيقاعه، أسلوب العرض مميز، يعطيني تدريبات روحية بنسبة 37.82 %، 42.31 %، 17.95 % مقابل 21.70 %، 24.06 %، 6.60 % لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيم Z المحسوبة 3.38، 3.72، 3.39، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيم المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

جدول رقم (7)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة والمصادر التي تعتمد عليها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في تقديم مضامينها*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				المصادر
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
3.27	69.02	254	78.21	122	62.26	132	المصادر الدينية
.72	28.26	104	26.28	41	29.72	63	المصادر التاريخية
.40	19.57	72	18.59	29	20.28	43	مصادر من الواقع
3.29	23.91	88	15.38	24	30.19	64	المصادر المعرفية
	368		156		212		جملة من سئلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

تتوزع المصادر التي تعتمد عليها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في تقديم مضامينها - بالترتيب - على النحو الآتي: المصادر الدينية

بنسبة 69.02%، المصادر التاريخية بنسبة 28.26%، المصادر المعرفية بنسبة 23.91%، مصادر من الواقع بنسبة 19.75%. ومن الملاحظ اهتمام الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية بالمصادر الدينية التي تستمد من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة والكتاب المقدس والمجامع المقدسة وهي المصادر التي يثق فيها الشباب الجامعي لأنها ترتبط ارتباطاً مباشراً بالعقيدتين الإسلامية والمسيحية، وتأتي المصادر الأخرى تدعياً لهذا الجانب مثل المصادر التاريخية مثل سير الصحابة وأعمال الرسل والقديسين وبعض المصادر من الواقع الذي يعيشه الشباب لتدعيم هذه الجوانب مثل تأكيد الجوانب الأخلاقية والاستشهاد ببعض النماذج الحية التي تلقى قبولاً لدى الشباب.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية والمصادر التي تعتمد عليها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في تقديم مضامينها لصالح الأزهر الشريف في: المصادر المعرفية بنسبة 30.19% مقابل 15.38% لصالح الكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 3.29، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

كما أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية والمصادر التي تعتمد عليها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في تقديم مضامينها لصالح الكنيسة المصرية في: المصادر الدينية بنسبة 78.21% مقابل 26.26% لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 3.27، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

جدول رقم (8)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو طبيعة المضامين الدينية في
المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

الاتجاهات	المؤسسة	ن	الحسابي المتوسط	المتغير الانحراف	قيمة « ت » T-Test	الدرجة المرتبة	المعزوية مستوى	العام المتوسط
تقوم المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية بتغطية الأحداث المحلية الدينية والإقليمية والدولية	الأزهر	212	1.53	.723	.643	366	.521	1.56
	الكنيسة	156	1.48	.672				
تساعد على معرفة المصطلحات والمفاهيم الدينية	الأزهر	212	1.84	.758	.390	366	.696	1.82
	الكنيسة	156	1.81	.751				
تسهم في معرفة التاريخ	الأزهر	212	2.11	.839	.005	366	.996	2.10
	الكنيسة	156	2.11	.866				
تبين المعالم الدينية وتعريف المستخدمين بها	الأزهر	212	1.67	.665	-.746	366	.456	1.71
	الكنيسة	156	1.72	.686				
تسهم في معرفة مواعيد الأحداث الدينية وأماكنها	الأزهر	212	1.95	.749	-.513	366	.609	1.98
	الكنيسة	156	1.99	.725				
تسهم في معرفة الشخصيات الدينية البارزة في كل دول العالم	الأزهر	212	1.50	.703	-1.637	366	.102	1.55
	الكنيسة	156	1.62	.752				
تشجع المستخدمين على الانتماء للمؤسسات الدينية	الأزهر	212	1.90	.881	1.330	366	.184	1.88
	الكنيسة	156	1.78	.866				
تساعد على توجيه حياة الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة	الأزهر	212	1.60	.650	-2.056	366	.040	1.62
	الكنيسة	156	1.74	.662				
تهذب السلوك وتبعده عن التعصب	الأزهر	212	2.00	.923	3.342	366	.001	1.84
	الكنيسة	156	1.70	.775				

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

كشفت نتائج الدراسة أن اتجاهات الشباب الجامعي نحو طبيعة المضامين الدينية في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية تمثلت -بالترتيب- في: تسهم في معرفة التاريخ الديني بمتوسط حسابي 2.10، تسهم في معرفة مواعيد الأحداث الدينية وأماكنها بمتوسط حسابي 1.98، تشجع المستخدمين على الانتماء للمؤسسات الدينية بمتوسط حسابي 1.88، تطرح التصور الإسلامي في الممارسات والسلوك بمتوسط حسابي 1.89، توضح مفهوم التوحيد وأركان الإيمان بمتوسط حسابي 1.88، تهذب السلوك وتبعده عن التعصب بمتوسط حسابي 1.84، تساعد على معرفة المصطلحات والمفاهيم الدينية بمتوسط حسابي 1.82، تبين المعالم الدينية وتعريف المستخدمين بها بمتوسط حسابي 1.71، تساعد على توجيه حياة الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة بمتوسط حسابي 1.62، تقوم المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية بتغطية الأحداث المحلية الدينية والإقليمية والدولية بمتوسط حسابي 1.56، تسهم في معرفة الشخصيات الدينية البارزة في كل دول العالم بمتوسط حسابي 1.55.

وتظهر النتائج السابقة دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في التعريف بالتاريخ الديني والأحداث الدينية مما ينمي الوعي الديني لدى الشباب الجامعي؛ وذلك بعرض النماذج الخاصة بالشخصيات التاريخية حتى يقتدي بها هؤلاء الشباب، محاضرون يؤكدون أهمية الخطاب الديني والإعلامي في تعزيز الأمن الفكري للشباب المصري، وهذا هو دور المؤسسات الدينية الرسمية في إرسال الدين الصحيح إلى عقول الشباب، فهي لا تخضع لمصالح شخصية بقدر ما تخضع للشأن العام في تعميق التسامح الديني والبعد عن التعصب، وهذا لن يتأتى إلا بخطاب ديني متوازن، وهو ما توفره المواقع

الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، وتتفق النتائج السابقة مع أهداف نظرية التهيئة المعرفية والتي تسعى إلى خفض التوتر الناتج عن التعرض للعديد من الأفكار والقضايا البعيدة كل البعد عن جوهر الدين الإسلامي والمسيحي، والانتقاء المخطط للقضايا المسيطرة وتكرار عرضها وإبرازها في مختلف الوسائل الأخرى بما يشجع خطاب الكراهية والتعصب الديني من قبل الخطاب الديني لبعض الجماعات المتطرفة، وبصفة خاصة في مراحل جذب الانتباه وإثارة الاهتمام للانتقال بعدها إلى مراحل التبني واتخاذ الأحكام المحابية لما تقرره الوسائل في محتواها نحو هذه القضايا أو الأفكار⁽⁵⁸⁾.

كشفت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في اتجاهاتهم نحو طبيعة المضامين الدينية في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الأزهر الشريف في: تهذب السلوك وتبعده عن التعصب بمتوسط حسابي 2.0000 مقابل 1.7000 لصالح الكنيسة المصرية، إذ بلغت قيم T-Test 3.342، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.001، وهي أقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

وكشفت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في اتجاهاتهم نحو طبيعة المضامين الدينية في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية في: تساعد على توجيه حياة الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة بمتوسط حسابي 1.7471 مقابل 1.6061 لصالح الأزهر الشريف، إذ بلغت قيم T-Test 2.056، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.040، وهي أقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

مقياس متوسطات اتجاهات الشباب الجامعي نحو طبيعة المضامين الدينية
في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية:

جدول رقم (9)

اختبار «ت» لمعنوية الفروق بين الشباب الجامعي واتجاهاتهم نحو طبيعة
المضامين الدينية في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة «ت»	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	نوع المؤسسة	
.574	366	.563	1.970	16.11	212	الأزهر	طبيعة المضامين الدينية
			1.817	16.00	156	الكنيسة	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

كشفت نتائج الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومتوسط درجات موافقتهم على جميع العبارات حول مقياس متوسطات اتجاهاتهم نحو طبيعة المضامين الدينية في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية؛ إذ بلغت قيمة «ت» .563، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة .574، وتشير النتائج إلى اتجاه إيجابي ضعيف بين متوسطات اتجاهات الباحثين نحو طبيعة المضامين الدينية في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية طبقاً لمتغير نوع المؤسسة.

جدول رقم (10)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة ومدى تواصلهم مع الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				مدى الاتصال
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
.10	33.70	124	33.97	53	33.49	71	نعم
	66.30	244	66.03	103	66.51	141	لا
	100	368	100	156	100	212	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع الشباب الجامعي ومدى تواصلهم مع الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية - بالترتيب - على النحو الآتي: (نعم) بنسبة 33.70 %، (لا) بنسبة 66.30 %، ومن الملاحظ قلة تواصل الطلاب مع الموقع الإلكتروني؛ مما يلقي على هذه المؤسسات بالمسؤولية نحو تطوير سبل الاتصال مع هؤلاء الشباب من خلال عقد اللقاءات المباشرة معهم، وتعرُّف أفكارهم والرد على استفساراتهم.

أظهرت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي ومدى تواصلهم مع الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية، إذ كانت قيمة Z الأقل من القيمة 1.96، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95 %.

جدول رقم (11)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة والوسائل الاتصالية التي يستخدمونها للتواصل مع الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				المصادر
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
4.11	60.48	75	39.62	21	76.06	54	الاتصالات الهاتفية
.59	7.26	9	5.66	3	8.45	6	إرسال بريد عادي
.04	73.39	91	73.58	39	73.24	52	إرسال بريد إلكتروني
.80	46.77	58	50.94	27	43.66	31	التواصل عبر الموقع
2.57	82.26	102	92.45	49	74.65	53	مواقع التواصل الاجتماعي
	124		53		71		جملة من سئلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

تتوزع الوسائل الاتصالية التي يستخدمها الشباب الجامعي في التواصل مع المؤسسات الدينية الرسمية - بالترتيب - على النحو الآتي: مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 82.26%، إرسال بريد إلكتروني بنسبة 73.39%، الاتصالات الهاتفية بنسبة 60.48%، التواصل عبر الموقع بنسبة 46.77%، إرسال بريد عادي بنسبة 7.26%. ومن الملاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني قد جاءا في صدارة الوسائل التي يتواصل بها الشباب الجامعي مع المؤسسات الدينية الرسمية؛ مما يحتم على هذه المؤسسات التطوير المستمر

للموقع لأنها أصبحت من أكثر الوسائل استخدامًا بين الشباب نظرًا للتفاعل الذي تتيحه هذه المواقع، ومن الملاحظ أيضًا أن هذه المواقع ما زال لها الصدارة في تواصل الشباب الجامعي مع المؤسسات الدينية الرسمية.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في الوسائل الاتصالية التي يستخدمونها في التواصل مع المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الأزهر الشريف في الاتصالات الهاتفية بنسبة 76.06 % مقابل 39.62 % لصالح الكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 4.11، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

كما أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في الوسائل الاتصالية التي يستخدمونها في التواصل مع المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 92.45 % مقابل 74.65 % لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيم Z المحسوبة 2.57، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.96، وهي القيم المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95%.

جدول رقم (12)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة ودوافع استخدامهم للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

الاتجاهات	المؤسسة	نوع	ت	المتوسط الحسابي	المقايير المعيارية	الانحراف المعياري	T-Test	قيمة «ت»	الحرية	درجة	المعدونية	مستوى العام	المتوسط
لمعرفة حلول دينية للمشكلات التي تواجهني	الأزهر	212	2.04	485			-479		366		.632		2.08
	الكنيسة	156	2.07	542									
لأنني معتاد على الاستخدام لها	الأزهر	212	2.06	659			-496		366		.620		2.02
	الكنيسة	156	2.10	602									
الاسترخاء والشعور بالراحة	الأزهر	212	2.01	646			-955		366		.340		2.02
	الكنيسة	156	2.07	614									
الشعور بالسعادة والتسلية	الأزهر	212	2.07	498			-721		366		.471		2.04
	الكنيسة	156	2.11	530									
كي أنسى المشاكل اليومية التي أتعرض لها	الأزهر	212	2.01	604			-1.610		366		.108		2.02
	الكنيسة	156	2.11	613									
تعرف معلومات دينية تفيدني في حياتي	الأزهر	212	2.12	577			.227		366		.820		2.16
	الكنيسة	156	2.11	600									
تعرف المذاهب المختلفة	الأزهر	212	2.05	606			-.058		366		.954		2.03
	الكنيسة	156	1.05	559									
لعدم الشعور بالوحدة	الأزهر	212	1.11	907			-722		366		.471		1.19
	الكنيسة	156	1.16	881									
تعرف التعاليم الدينية المختلفة	الأزهر	212	1.13	862			7.268		366		.00		1.37
	الكنيسة	156	1.60	775									
لكي أملاً وقت فراغي وأتخلص من الملل	الأزهر	212	1.82	797			.862		366		.389		1.79
	الكنيسة	156	1.76	764									

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

كشفت نتائج الدراسة أن دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية تمثلت - بالترتيب - على النحو الآتي: تعرّف معلومات دينية تفيدني في حياتي بمتوسط حسابي 2.16، لمعرفة حلول دينية للمشكلات التي تواجهني بمتوسط حسابي 2.08، الشعور بالسعادة والتسلية بمتوسط حسابي 2.04، تعرّف المذاهب المختلفة بمتوسط حسابي 2.03، لأنني معتاد على الاستخدام لها، الاسترخاء والشعور بالراحة، كي أنسى المشاكل اليومية التي أتعرض لها بمتوسط حسابي 2.02 لكل منهما على حدة، لكي أملاً وقت فراغي وأتخلص من الملل بمتوسط حسابي 1.79، تعرّف التعاليم الدينية المختلفة بمتوسط حسابي 1.37، لعدم الشعور بالوحدة بمتوسط حسابي 1.19.

ومن الملاحظ تصدر الدوافع النفعية مثل الحصول على المعلومات الدينية ومعرفة الحلول للمشاكل قائمة دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية؛ وهو ما يتفق مع طبيعة هذه المواقع من سعي الشباب إلى البحث من خلالها عن المعلومات التي تفيده في دراسته، أو التي ينبغي الحصول عليها للاستفادة منها في حياته اليومية، لكن في المقابل يستفيد الطلاب من هذه المواقع في الترويح عن النفس والاسترخاء من هموم الحياة اليومية.

كشفت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في دوافع الاستخدام للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية في: تعرّف التعاليم الدينية المختلفة بمتوسط حسابي 1.60111 مقابل 1.13161 لصالح الأزهر الشريف، إذ بلغت قيم T-Test 7.268، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.000، وهي أقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

مقياس متوسطات دوافع استخدام المواقع الإلكترونية للأزهر الشريف
والكنيسة المصرية:

جدول رقم (13)

اختبار «ت» لمعنوية الفروق بين دوافع استخدام الشباب الجامعي للموقع
الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة «ت»	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	نوع المؤسسة	
.000	366	3.783	4.061	20.48	212	الأزهر	دوافع استخدام الشباب الجامعي
			4.063	21.30	156	الكنيسة	للموقع الإلكتروني

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

كشفت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومتوسط درجات موافقتهم على جميع العبارات حول مقياس متوسطات دوافع الاستخدام للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية بمتوسط حسابي 21.3034 مقابل 20.4895 لصالح الأزهر الشريف، إذ بلغت قيمة «ت» 3.783، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000، وتشير النتائج إلى اتجاه إيجابي فوق المتوسط بين متوسطات دوافع استخدام الشباب الجامعي للموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية طبقاً لمتغير نوع المؤسسة.

جدول رقم (14)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة والأغراض التي تهدف المواقع لتحقيقها من خلال تحقيق الوعي والتسامح الديني*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				المصادر
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
4.68	62.50	230	48.72	76	72.64	154	التمسك بالدين الصحيح
2.35	38.86	143	45.51	71	33.96	72	نشر القيم والأخلاق الفاضلة
6.10	22.55	83	7.05	11	33.96	72	الحفاظ على الهوية الدينية
3.80	13.32	49	21.15	33	7.55	16	مناهضة الغزو الثقافي المتناقض مع الثقافة الدينية
.22	5.43	20	5.13	8	5.66	12	بيان العقيدة والتحرير من الخرافات
1.48	14.67	54	14.74	23	14.62	31	التعريف بالمعالم التاريخية
	368		156		212		جملة من سئلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

تتوزع الأغراض التي تهدف المواقع لتحقيقها من خلال تحقيق الوعي والتسامح الديني من وجهة نظر الشباب الجامعي - بالترتيب - على النحو الآتي: التمسك بالدين الصحيح بنسبة 62.50 %، نشر القيم والأخلاق الفاضلة بنسبة 38.86 %، الحفاظ على الهوية الدينية بنسبة 22.55 %، التعريف بالمعالم التاريخية بنسبة 14.77 %، مناهضة الغزو الثقافي المتناقض مع قضايا

الوعي والتسامح الديني بنسبة 13.32 %، بيان العقيدة والتحرير من الخرافات بنسبة 5.43 %، وتشير النتائج السابقة إلى ارتباط قضية التسامح أساساً بالوعي الأخلاقي الذي يقوم على الأخلاق، مما يدعو إلى ضرورة قيام علم أخلاق ديني يتسم بالانضباط الصارم ومناهضة الغزو الثقافي المتناقض مع الثقافة الدينية وتحرير الأديان من الخرافات، وهو ما يتفق مع النتائج السابقة من تصدر الأخلاق اهتمام الشباب الجامعي والتي يجب على المؤسسات الدينية الاهتمام بها.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في الأغراض التي تهدف قضايا التسامح والوعي الديني لتحقيقها لصالح الأزهر الشريف في: التمسك بالدين الصحيح، الحفاظ على الهوية الدينية بنسبة 72.64 %، 33.96 % مقابل 48.72 %، 7.05 % لصالح الكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 4.68، 6.10، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99 %.

كما أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية والأغراض التي تهدف المواقع لتحقيقها من خلال تحقيق الوعي والتسامح الديني في: قرآء القرآن الكريم المفضلون لديهم لصالح الكنيسة المصرية في مناهضة الغزو الثقافي المتناقض مع قضايا التسامح والوعي الديني بنسبة 21.15 % مقابل 7.55 % لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيم Z المحسوبة 3.80، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.96، وهي القيم المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95 %.

جدول رقم (15)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو دور المواقع الإلكترونية
للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي بالقضايا الدينية

الاتجاهات	المؤسسة الدينية	ن	الحسابي المتوسط	المعياري الانحراف	قيمة T-Test « ت »	الحرية درجة	المعدنية مستوى	المتوسط العام
توضيح أركان الدين	الأزهر	212	1.78	.680	-1.515	366	.131	1.88
	الكنيسة	156	1.90	.703				
تناقش القضايا المعاصرة وفق رؤية دينية	الأزهر	212	2.13	.705	1.819	366	.070	2.08
	الكنيسة	156	1.99	.684				
تغرس قيم احترام العلم والعلماء	الأزهر	212	2.00	.482	3.384	366	.001	1.85
	الكنيسة	156	1.84	.391				
تنمي القدرة على التفكير العلمي لدى أفراد المجتمع	الأزهر	212	1.83	.730	-.564	366	.573	1.86
	الكنيسة	156	1.88	.747				
تغرس قيمة الحرص على التعلم واكتساب المعرفة	الأزهر	212	2.13	.718	3.084	366	.002	1.97
	الكنيسة	156	1.88	.736				
تنمي روح التجديد والابتكار والمبادأة	الأزهر	212	1.55	.565	2.554	366	.011	1.61
	الكنيسة	156	1.73	.723				
تؤصل أدب الاختلاف والحوار	الأزهر	212	1.82	.749	1.706	366	.089	1.70
	الكنيسة	156	1.68	.656				
ترشد إلى أهمية ربط السلوك بالعقيدة الدينية	الأزهر	212	1.76	.738	2.898	366	.004	1.63
	الكنيسة	156	1.55	.565				
تحذر من البدع والخرافات المتعارضة مع الدين	الأزهر	212	1.82	.757	-.617	366	.538	1.81
	الكنيسة	156	1.88	.738				

تابع / جدول رقم (15):

الاتجاهات	المؤسسة	نوع	ن	الحسابي	المتوسط	المعياري	الانحراف	T-Test	قيمة «ت»	الحرية	درجة	المعدوية	مستوى	العام	المتوسط
تحذر من أنماط السلوك الدخيلة على ثقافتنا الدينية	الأزهر	212	1.92	.789	1.038	366	.300	1.81							
	الكنيسة	156	1.83	.721											
تركز على دور الأخلاق في حماية المجتمع	الأزهر	212	1.75	.729	-1.885	366	.060	1.87							
	الكنيسة	156	1.90	.745											
تطرح التصور الديني في الممارسات والسلوك	الأزهر	212	1.77	.755	-.718	366	.473	1.89							
	الكنيسة	156	1.83	.721											
تصحح الأفكار المتناقضة مع عقيدة الدين	الأزهر	212	1.97	.724	.264	366	.792	1.92							
	الكنيسة	156	1.95	.762											
تدعو إلى الصفح والعفو بين أفراد المجتمع	الأزهر	212	1.78	.729	2.602	366	.010	1.69							
	الكنيسة	156	1.59	.627											
تقدم حلولاً لمواجهة العادات والتقاليد الفاسدة	الأزهر	212	1.49	.535	2.755	366	.006	1.62							
	الكنيسة	156	1.69	.701											

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

كشفت نتائج الدراسة أن اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي بالقضايا الدينية تمثلت - بالترتيب - على النحو الآتي: تناقش القضايا المعاصرة وفق رؤية دينية بمتوسط حسابي 2.08، تغرس قيمة الحرص على التعلم واكتساب المعرفة بمتوسط حسابي 1.97، تصحح الأفكار المتناقضة مع الدين بمتوسط حسابي 1.92، تطرح التصور الديني في الممارسات والسلوك بمتوسط حسابي 1.89، توضح مفهوم وأركان الدين بمتوسط حسابي 1.88، تنمي القدرة على

التفكير العلمي لدى أفراد المجتمع بمتوسط حسابي 1.86، تغرس قيم احترام العلم والعلماء بمتوسط حسابي 1.85، تحذر من البدع والخرافات المتعارضة مع الدين، تحذر من أنماط السلوك الدخيلة على ثقافتنا الدينية بمتوسط حسابي 1.81 لكل منهما على حدة، تؤصل أدب الاختلاف والحوار بمتوسط حسابي 1.70، تدعو إلى الصفح والعفو بين أفراد المجتمع بمتوسط حسابي 1.69، ترشد إلى أهمية ربط السلوك بالعقيدة الدينية بمتوسط حسابي 1.63، تقدم حلولاً لمواجهة العادات والتقاليد الفاسدة بمتوسط حسابي 1.62، تنمي روح التجديد والابتكار والمبادأة بمتوسط حسابي 1.61.

وتشير النتائج السابقة إلى دور الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في نشر الوعي بالقضايا الدينية بتركيزها على مناقشة القضايا المعاصرة وفق رؤية دينية وغرس قيمة الحرص على التعلم واكتساب المعرفة وتصحيح الأفكار المتناقضة مع الدين، وطرح التصور الديني في الممارسات والسلوك، وتوضيح مفهوم وأركان الدين والتي جميعها تهدف إلى توعية الشباب بقضايا الدين الإسلامي والمسيحي وجوهرهما الذي ينشر الأخلاق والفضيلة؛ مما يساهم في قبول الآخر والقضاء على الكثير من الأفكار المتشددة التي لا تتناسب مع صحيح الدين الإسلامي أو المسيحي.

كشفت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي بالقضايا الدينية لصالح الأزهر الشريف في: تغرس قيم احترام العلم والعلماء، تغرس قيمة الحرص على التعلم واكتساب المعرفة، ترشد إلى أهمية ربط السلوك بالعقيدة الدينية، تدعو إلى الصفح والعفو بين أفراد المجتمع بمتوسط حسابي 2.0085، 2.1368، 1.7607، 1.7863 مقابل 1.8486، 1.8845، 1.5578، 1.5936 لصالح الكنيسة

المصرية، إذ بلغت قيم $T\text{-Test}$ 3.384، 3.084، 2.898، 2.602، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.00، وهي أقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

وكشفت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في اتجاهاتهم نحو دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي بالقضايا الدينية لصالح الكنيسة المصرية في: تنمي روح التجديد والابتكار والمبادأة، تقدم حلولاً لمواجهة العادات والتقاليد الفاسدة بمتوسط حسابي 1.7350، 1.6972 مقابل 1.5578، 1.4957 لصالح الأزهر الشريف، إذ بلغت قيم $T\text{-Test}$ 2.775، 2.554، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.011، 0.006، وهي أقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

مقياس متوسطات اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في الوعي بالقضايا الدينية:

جدول رقم (16)

اختبار «ت» لمعنوية الفروق بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية واتجاهاتهم نحو دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في الوعي بالقضايا الدينية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	نوع المؤسسة	
.113	366	1.589	3.754	23.00	212	الأزهر	الاتجاهات نحو
			4.076	23.47	156	الكنيسة	التوعية بالقضايا الدينية

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

كشفت نتائج الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومتوسط درجات موافقتهم على جميع

العبارات حول مقياس متوسطات اتجاهاتهم نحو دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي بالقضايا الدينية، إذ بلغت قيمة «ت» 1.589، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.113، وتشير النتائج إلى اتجاه إيجابي فوق المتوسط بين متوسطات دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي بالقضايا الدينية طبقاً لمتغير نوع المؤسسة.

جدول رقم (17)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو مستوى مصداقية المضامين المقدمة في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

الاتجاهات	المؤسسة	ن	المتوسط	المتغير	T-Test	القيمة «ت»	الدرجة	المعدنية	المستوى	العام
يتم توثيق المعلومات قبل عرضها على الموقع	الأزهر	212	1.78	0.680	-0.785	366	.433	1.79		
	الكنيسة	156	1.90	0.703						
المعلومات الواردة بالموقع على درجة عالية من الدقة	الأزهر	212	2.13	0.705	2.917	366	.004	1.89		
	الكنيسة	156	1.99	0.684						
تقدم حلولاً واقعية للمشكلات وتقدم وجهة النظر السليمة تجاهها	الأزهر	212	2.00	0.482	-0.048	366	.962	2.16		
	الكنيسة	156	1.84	0.391						
اكتسبت عادات جديدة لارتفاع درجة مصداقية القائمين على الموقع	الأزهر	212	1.83	0.730	1.562	366	.119	2.39		
	الكنيسة	156	1.88	0.747						
اكتسبت عادات جديدة لارتفاع درجة مصداقية المعلومات الواردة بالموقع	الأزهر	212	2.13	0.718	-0.738	366	.461	2.33		
	الكنيسة	156	1.88	0.736						
المعلومات التي تقدمها المواقع بها حلول سهلة وبسيطة لمشاكل اجتماعية معقدة	الأزهر	212	1.55	0.565	1.162	366	.246	2.28		
	الكنيسة	156	1.73	0.723						

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

كشفت نتائج الدراسة أن اتجاهات الشباب الجامعي نحو مستوى مصداقية المضمون في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية تمثلت - بالترتيب - في: اكتسبت عادات جديدة لارتفاع درجة مصداقية القائمين على الموقع بمتوسط حسابي 2.39، اكتسبت عادات جديدة لارتفاع درجة مصداقية المعلومات الواردة بالموقع بمتوسط حسابي 2.33، المعلومات التي تقدمها المواقع بها حلول سهلة وبسيطة لمشاكل اجتماعية معقدة بمتوسط حسابي 2.28، تقدم المواقع حلولاً واقعية للمشكلات وتقدم وجهة النظر السليمة تجاهها بمتوسط حسابي 2.16، المعلومات الواردة بالموقع على درجة عالية من الدقة بمتوسط حسابي 1.89، يتم توثيق المعلومات قبل عرضها على الموقع بمتوسط حسابي 1.79.

وتظهر النتائج السابقة أن أهمية مصداقية المضمون الديني في المواقع الإلكترونية الدينية الرسمية تسهم في توقف بعض الشباب عن العديد من الممارسات الخاطئة التي يمارسونها بناء على المعلومات الصحيحة التي تتيحها هذه المواقع، والتي تسهم بدرجة كبيرة في حل العديد من المشاكل التي يتعرض لها هؤلاء الشباب اعتماداً على رأي العديد من العلماء ورجال الدين والقساوسة في العديد من الموضوعات؛ والذين يثق فيهم هؤلاء الشباب. وتظهر النتائج السابقة العلاقة بين مصداقية المضمون المقدم في الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية وأهداف نظرية التهيئة المعرفية القائمة بتشكيل المواقف والاتجاهات من خلال رسائل إقناعية، وتفترض أن عملية تشكيل الموقف والاتجاه عملية ذاتية يقوم بها المتلقي نفسه، في أثناء عملية القراءة أو المشاهدة أو الاستماع، إذ تتولد الأفكار حول المضمون، من خلال عناصر العملية الاتصالية ذاتها، وفي مقدمتها مصداقية المصدر والمتمثل في رجال الدين الإسلامي والمسيحي في المؤسسات الرسمية لتتشكل الاستجابة المعرفية وفق اتجاه المضمون، وأيضاً من خلال الربط بين الأفكار الجديدة والخبرات السابقة⁽⁵⁹⁾.

كشفت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في اتجاهاتهم نحو مستوى مصداقية المضامين في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الأزهر الشريف في: المعلومات الواردة بالموقع على درجة عالية من الدقة بمتوسط حسابي 2.0220 مقابل 1.6957 لصالح الكنيسة المصرية، إذ بلغت قيم T-Test 2.917، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.004، وهي أقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

مقياس متوسطات اتجاهات الشباب الجامعي نحو مستوى مصداقية المضمون في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية:

جدول رقم (18)

اختبار «ت» لمعنوية الفروق بين الشباب الجامعي واتجاهاتهم نحو مستوى المضمون في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	نوع المؤسسة	
.305	366	1.027	3.328	12.78	212	الأزهر	الاتجاهات نحو مصداقية المضمون
			3.798	12.39	156	الكنيسة	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

كشفت نتائج الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومتوسط درجات موافقتهم على جميع العبارات حول مقياس متوسطات اتجاهاتهم نحو مستوى مصداقية المضمون في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، إذ بلغت قيمة «ت» 1.027، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.305، وتشير النتائج إلى اتجاه إيجابي

فوق المتوسط بين متوسطات اتجاهات المبحوثين نحو مستوى مصداقية المضمون في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية طبقاً لمتغير نوع المؤسسة.

جدول رقم (19)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة والقضايا والموضوعات التي يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الديني فيما يتعلق بالتسامح الديني في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				القضايا والموضوعات
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.90	32.61	120	24.36	38	38.68	82	توضيح موقف الدين من التعايش السلمي بين مختلف الأديان والمذاهب
1.32	5.71	21	3.85	6	7.08	15	التركيز على موقف الدين من القضايا المعاصرة كالإرهاب والتعصب والعنف الديني
1.30	35.33	130	39.10	61	32.55	69	الدعوة إلى الالتزام بصحيح الدين والبعد عن مظاهر التشدد والتطرف
.04	47.55	175	47.44	74	47.64	101	التركيز على التسامح الديني مع أصحاب الديانات الأخرى
.05	18.48	68	18.59	29	18.40	39	إبراز تأكيد الأديان على أهمية حرية ممارسة الشعائر الدينية
2.55	24.73	91	31.41	49	19.81	42	شرح العبادات والهدف منها في إعلاء قيم التسامح ونبذ العنف
.66	8.15	30	7.05	11	8.96	19	التركيز على موقف الدين في أهمية الحوار مع أصحاب الديانات الأخرى
	368		156		212		جملة من سئلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة والقضايا والموضوعات التي يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الديني فيما يتعلق بالتسامح الديني في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية - بالترتيب - على النحو الآتي: التركيز على التسامح الديني مع أصحاب الديانات الأخرى بنسبة 47.55%، الدعوة إلى الالتزام بصحيح الدين والبعد عن مظاهر التشدد والتطرف بنسبة 35.33%، توضيح موقف الدين من التعايش السلمي بين مختلف الأديان والمذاهب بنسبة 32.61، شرح العبادات والهدف منها في إعلاء قيم التسامح ونبذ العنف بنسبة 24.73%، إبراز تأكيد الأديان على أهمية حرية ممارسة الشعائر الدينية بنسبة 18.48%، التركيز على موقف الدين في أهمية الحوار مع أصحاب الديانات الأخرى بنسبة 8.15%، التركيز على موقف الدين من القضايا المعاصرة كالإرهاب والتعصب والعنف الديني بنسبة 5.71%.

وتظهر النتائج السابقة أن التركيز على التسامح الديني كان من أهم المضامين التي يرى الشباب الجامعي وجودها في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية؛ ويعود ذلك لانتشار موجات التعصب ضد الآخر في المجتمع المصري بعد 25 يناير 2011؛ لذا يجب أن يركز المضمون الديني على العودة إلى التمسك بصحيح الدين ونبذ العنف والإرهاب وتوضيح الآراء الدينية بكل يسر ووضوح وبعيداً عن أي غلو أو تعصب، كما توضح النتائج السابقة أهمية إشاعة روح التسامح، والتسامح هو الذي يضمن احترام آراء الآخر وحقوقه، فلا يجوز إجبار الآخر على قبول آراء تخالف آراءه، ولا يستلزم قبول أفعال أو أقوال أو معتقدات الآخر، وإنما الأمر يرتبط بحرية التعبير والاعتقاد، بغض النظر عن صحة أو خطأ ما يعتقده الآخر ويؤمن به، وتتفق النتائج السابقة مع أهداف نظرية التهيئة المعرفية والقائمة على المعلومات

التي تتعلق بقضايا التسامح الديني والتي يتلقاها الشباب الجامعي من الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية وتعرض إلى سلسلة عمليات ومعالجة يتم من خلالها إعادة بناء المعلومات، وإدراكها والاستخلاص منها، والحكم عليها، وتوليد الأفكار منها، وتخزينها، وتوليد الصور والاتجاهات منها، ومن ثم استدعاؤها عند ورود المعاني والمعارف المتعلقة بها⁽⁶⁰⁾.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية طبقاً للقضايا والموضوعات التي يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الديني فيما يتعلق بالتسامح الديني في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الأزهر الشريف في: توضيح موقف الدين من التعايش السلمي بين مختلف الأديان والمذاهب بنسبة 38.68 % مقابل 24.36 % لصالح الكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 2.90، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99 %.

كما أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية طبقاً للقضايا والموضوعات التي يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الديني فيما يتعلق بالتسامح الديني في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية في: شرح العبادات والهدف منها في إعلاء قيم التسامح ونبذ العنف بنسبة 31.41 % مقابل 18.81 % لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيم Z المحسوبة 2.55، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.96، وهي القيم المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95 %.

جدول رقم (20)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة ومدى مناقشة الآخرين فيما يطالعونه من مضامين تتعلق بالتسامح الديني في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				مدى المناقشة
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
.08	29.08	107	28.85	45	29.25	62	نعم
.20	16.85	62	17.31	27	16.51	35	أحيانًا
.08	54.08	199	53.85	84	54.25	115	لا
	100	368	100	156	100	212	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع الشباب الجامعي ومدى مناقشة الآخرين فيما يطالعونه من مضامين تتعلق بالتسامح الديني بالمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية - بالترتيب - على النحو الآتي: لا يناقشون بنسبة 54.08 %، نعم بنسبة 29.08 %، أحياناً 16.85 %.

وتظهر النتائج السابقة قلة مناقشة الشباب الجامعي للآخرين فيما يطالعونه من مضامين تتعلق بالتسامح الديني بالمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية؛ وربما يعود ذلك إلى أن هذه المواقع ما زالت حديثة بعض الشيء وقد توجه إليها الشباب الجامعي بكثرة بعد 25 يناير 2011، فما تزال في مراحلها الأولى، وخصوصاً أن وجهة النظر الرسمية فيما يتعلق بصحيح الدين يراها

الشباب أنها من الأمور المسلم بها، وتتم المناقشة فقط في الأمور الخلافية مع الآخرين.

أظهرت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي ومدى مناقشة الآخرين فيما يطالعه من مضامين تتعلق بالتسامح الديني بالمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، إذ كانت قيمة Z الأقل من القيمة 1.96، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95%.

جدول رقم (21)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة والآخرين الذين يتناقشون معهم فيما يطالعه من مضامين تتعلق بالتسامح الديني في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				الأشخاص
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.09	40.83	69	51.39	37	32.99	32	مع أفراد الأسرة
.72	61.54	104	56.94	41	64.95	63	مع الأصدقاء
.68	47.34	80	50.00	36	45.36	44	مع أي شخص يتبادل الموضوع
	169		72		97		جملة من سئلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة والآخرين الذين يتناقشون معهم فيما يطالعه من مضامين تتعلق بالتسامح الديني في المواقع

الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية - بالترتيب - على النحو الآتي: مع الأصدقاء بنسبة 61.54 %، مع أي شخص يتبادل الموضوع بنسبة 47.43، مع أفراد الأسرة بنسبة 40.83 %.

وتظهر النتائج السابقة أن الأصدقاء يمثلون الدور الأكبر في المناقشة؛ وربما يعود ذلك إلى ارتباط الشباب مع قرنائهم بحكم تقارب السن بينهم، كما أن للأسرة دوراً مهماً في مناقشة الأمور الدينية، فالشباب بحكم المرحلة السنية يحتاجون إلى من يوضح لهم أمور دينهم، ويلجؤون لأسرهم باعتبارهم من أكثر الأشخاص الذين يثقون بهم للاستفسار عن العديد من القضايا الدينية، وخاصة المتعلقة بكيفية التعامل مع أصحاب الديانات الأخرى وقبول الآخر والبعد عن التعصب الديني.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية والآخرين الذين يتناقشون معهم فيما يطالعه من مضامين تتعلق بالتسامح الديني في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية في: مع أفراد الأسرة بنسبة 51.39 % مقابل 32.99 % لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيم Z المحسوبة 2.09، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.96، وهي القيم المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95 %.

جدول رقم (22)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة ومدى وجود وسيلة غير المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية يحصلون منها على القضايا المتعلقة بالتسامح الديني

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				مدى المناقشة
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
.34	95.92	353	95.51	149	96.23	204	نعم
	4.08	15	4.49	7	3.77	8	لا
	100	368	100	156	100	212	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع الشباب الجامعي ومدى وجود وسيلة غير المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية يحصلون منها على القضايا المتعلقة بالتسامح الديني - بالترتيب - على النحو الآتي: نعم بنسبة 95.92 %، لا بنسبة 4.08 %.

وتؤكد النتائج ما عرضته النتائج السابقة من اعتماد الشباب الجامعي على وسائل أخرى للحصول على المعلومات الدينية بخلاف المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية؛ فقد يحتاج الشباب إلى الحصول على معلومات أكثر عن القضية أو الموضوع وقد لا يجدون إجابة وافية في المواقع الإلكترونية الرسمية، فيلجؤون إلى الوسائل الأخرى، أو قد يلجؤون لهذه الوسائل للحصول على وجهة نظر مخالفة قد تؤيد وجهة نظرهم أو قد لا تدعمها، فالشباب في هذه المرحلة السنية لديهم بعض التساؤلات التي قد لا تجيب عنها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية.

أظهرت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي ومدى وجود وسيلة غير المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية يحصلون منها على القضايا المتعلقة بالتسامح الديني، إذ كانت قيمة Z الأقل من القيمة 1.96، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95%.

جدول رقم (23)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة والوسيلة المفضلة التي يحصلون منها على معلوماتهم الدينية بخلاف الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				المصادر
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
1.06	76.09	280	78.85	123	74.06	157	الإنترنت
4.45	29.35	108	41.67	65	20.28	43	القنوات الفضائية
5.22	36.41	134	21.15	33	47.64	101	مواقع التواصل الاجتماعي
.07	6.52	24	6.41	10	6.60	14	المجلات
3.32	26.36	97	35.26	55	19.81	42	الصحف
.35	7.61	28	7.05	11	8.02	17	الأسطوانات المدمجة
.34	35.60	131	34.62	54	36.32	77	الخطب الدينية
.05	3.26	12	3.21	5	3.30	7	أخرى تذكر
	368		156		212		جملة من سئلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع الشباب الجامعي والوسيلة المفضلة التي يحصلون منها على معلوماتهم الدينية بخلاف الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية -بالترتيب- على النحو الآتي: الإنترنت بنسبة 76.09 %، مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 36.41 %، الخطب الدينية بنسبة 35.60 %، القنوات الفضائية بنسبة 29.35 %، الصحف بنسبة 26.36 %، الأسطوانات المدمجة بنسبة 7.61 %، المجلات بنسبة 6.52 %، وأخرى تذكر بنسبة 3.62 % وتمثلت في الملصقات والكتب والكتيبات الدينية التي تصدر عن بعض الجهات الرسمية وغير الرسمية.

وتظهر النتائج السابقة أهمية الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات، وتظهر أيضاً النتائج خطورة الإنترنت ومواقع الإنترنت، إذ يوجد عليهما الكثير من المعلومات الدينية الخاطئة، والتي يجب على هذه المؤسسات متابعة ما يعرض خلالها والعمل على تصويبها في الوقت المناسب حتى لا يصعب تصحيح هذه المعلومات فيما بعد، بعد أن تكون انتشرت بين مختلف فئات الشباب، كما تظهر النتائج السابقة أهمية الخطب الدينية لرجال الدين الإسلامي والمسيحي في المساجد والكنائس؛ ويقع على رجال الدين أهمية نشر مفاهيم التسامح الديني وقبول الآخر والبعد عن نشر التعصب الديني؛ إذ لا يمكن القضاء على نوازع التطرف والإرهاب إلا من خلال نشر مفاهيم التسامح الديني والدعوة إلى التعددية التي ترفض بشكل قاطع الالتزام الديني القسري، وتجرم أعمال العنف والإيذاء والتحرير باسم الأديان، ويمكن تفسير النتيجة السابقة أيضاً بأنه في ضوء الآراء التي تشير إلى أن وسائل الإعلام لا يلغي بعضها بعضاً، إنما هي تتكامل كل بسماته وخصائصه وميزاته التي تختلف عن الوسائل الأخرى، كما يمكن القول: إنه في

ظل سيادة مفاهيم العنف والتعصب الديني التي تشهدها المجتمعات المختلفة، غالباً ما يلجأ الأفراد إلى التعرض لأكثر من وسيلة سعياً لتوثيق المعلومة، أو التحقق من صحتها، أو مقارنة المعلومات بعضها ببعض، وذلك في ظل الاستخدام المتزايد على وسائل الإعلام، ويظهر هنا دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في القضاء على هذه المفاهيم ونشر مفاهيم الوعي والتسامح الديني بين الشباب.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية والوسيلة المفضلة التي يحصلون منها على معلوماتهم الدينية بخلاف الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الأزهر الشريف في: الصحف بنسبة 47.64% مقابل 21.15% لصالح الكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 5.22، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

كما أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية والوسيلة المفضلة التي يحصلون منها على معلوماتهم الدينية بخلاف الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية في: الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 41.67%، 35.26% مقابل 20.28%، 19.81% لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيم Z المحسوبة 4.45، 3.32، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيم المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

جدول رقم (24)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة والثقة في المضامين الدينية
وما تعرضه من قضايا الوعي والتسامح الديني*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				أساليب الإقناع
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
5.95	26.90	99	42.95	67	15.09	32	استخدام الأرقام والإحصائيات
3.64	30.16	111	20.51	32	37.26	79	عرضت المواقع وجهات النظر المختلفة حول القضايا
1.03	48.64	179	45.51	71	50.94	108	نقلت المعلومات من مصادر موثوق بها
.38	70.11	258	71.15	111	69.34	147	استخدمت الدلالات الدينية
.07	11.68	43	11.54	18	11.79	25	تعاملت مع قضايا التسامح الديني بشكل علمي واستخدمت البراهين العلمية
.00	8.97	33	8.97	14	8.96	19	اعتمدت على استمالة مشاعر الجمهور نحو قضية التسامح الديني
5.00	25.82	95	39.10	61	16.04	34	فككت دلالات الخطابات المتطرفة وبينت تأثيرها في المجتمع
1.01	30.71	113	30.13	47	31.13	66	اعتمدت على شخصيات بارزة قريبة من الجمهور للتأثير بالرأي العام مثل شيخ الأزهر وقداسة البابا
	368		156		212		جملة من سنلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع الشباب الجامعي والثقة في المضامين الدينية وما تعرضه من قضايا الوعي والتسامح الديني - بالترتيب - على النحو الآتي: استخدمت الدلالات الدينية بنسبة 70.11 %، نقلت المعلومات من مصادر موثوق بها بنسبة 48.64 %، اعتمدت على شخصيات بارزة قريبة من الجمهور للتأثير بالرأي العام مثل شيخ الأزهر وقداصة البابا بنسبة 30.71 %، عرضت المواقع وجهات النظر المختلفة حول قضايا التسامح الديني بنسبة 30.16 %، استخدام الأرقام والإحصائيات بنسبة 26.90 %، فككت دلالات الخطابات المتطرفة وبينت تأثيرها في المجتمع بنسبة 25.82 %، تعاملت مع القضايا بشكل علمي واستخدمت البراهين العلمية بنسبة 11.68 %، اعتمدت على استمالة مشاعر الجمهور نحو قضية معينة أو موضوع محدد بنسبة 8.97 %.

وأظهرت النتائج السابقة أن استخدام المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية للدلالات الدينية لها التأثير الأكبر لإقناع الشباب بقضايا التسامح الديني، فهذه الأدلة تزيد من إقناع الشباب بالتسامح الديني ونبذ العنف؛ والذي يمكن الإقناع بخطورته من خلال عرض الأرقام المتعلقة بضحايا الإرهاب والتعصب الديني على مر العصور، كما أن الاستعانة بالشخصيات الدينية ذات المصداقية مثل شيخ الأزهر أو قداصة البابا تزيد من الإقناع والثقة بالمضمون الديني المتعلق بقضايا التسامح الديني، وتتفق النتائج السابقة مع فروض نظرية التهيئة المعرفية فيما يتعلق بمتغير الثقة، إذ يؤثر متغير الثقة في مصداقية وسائل الإعلام على العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي لما يقدمه الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية من قضايا تتعلق بالتسامح الديني واتجاهاتهم نحو هذه القضايا والأطراف المشاركة فيها؛ فكلما زاد مستوى ثقة الشباب في هذين الموقعين، زاد تأثيرها في اتجاهاتهم نحو قضايا التسامح الديني ورجال الدين فيهما⁽⁶¹⁾.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية والثقة في المضامين الدينية لصالح الأزهر الشريف في: عرضت المواقع وجهات النظر المختلفة حول القضايا بنسبة 37.26% مقابل 20.51% لصالح الكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 3.64، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

كما أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية والثقة في المضامين الدينية وما تعرضه من قضايا الوعي والتسامح الديني لصالح الكنيسة المصرية في: استخدمت المواقع الأرقام والإحصائيات، فككت دلالات الخطابات المتطرفة وبينت تأثيرها السياسي في المجتمع بنسبة 42.95%، 39.10% مقابل 15.09%، 16.04% لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيم Z المحسوبة 5.95، 5.00، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيم المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99%.

جدول رقم (25)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة ومدى مساهمة المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في تحقيق الراحة النفسية لهم*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				المصادر
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
3.02	20.92	77	13.46	21	26.42	56	تخفيف ضغط الحياة
3.36	41.85	154	51.92	81	34.43	73	تخفيف المشاعر المؤلمة مثل الحزن والضيق
2.88	11.68	43	17.31	27	7.55	16	تعزيز الثقة بالنفس
.02	20.38	75	20.51	32	20.28	43	تخفيف الشعور بالملل
.21	8.70	32	8.33	13	8.96	19	التحرر من الشعور بالذنب
.32	29.08	107	28.21	44	29.72	63	الشعور بالأمان والاطمئنان
	368		156		212		جملة من سئلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع الشباب الجامعي ومدى مساهمة المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في تحقيق الراحة النفسية لهم - بالترتيب - على النحو الآتي: تخفيف المشاعر المؤلمة مثل الحزن والضيق بنسبة 41.85 %، الشعور بالأمان والاطمئنان بنسبة 29.08 %، تخفيف ضغط الحياة بنسبة 20.92 %، تخفيف الشعور بالملل بنسبة 20.38 %، تعزيز الثقة بالنفس بنسبة 11.68 %، التحرر من الشعور بالذنب بنسبة 8.70 %.

وتظهر النتائج السابقة أن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لها دور كبير في تحقيق الراحة النفسية للشباب الجامعي من خلال إحساسهم بالأمن والاطمئنان وتخفيف المشاعر المؤلمة مثل الحزن والضيق، وكلها من العوامل التي تساعد على فتح الآفاق لديهم وتعزز التسامح الديني لديهم والرغبة في مساعدة الآخرين بغض النظر عن الدين أو الجنس.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومدى مساهمة المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في تحقيق الراحة النفسية لهم لصالح الأزهر الشريف في: تخفيف ضغط الحياة بنسبة 26.42 % مقابل 13.46 % لصالح الكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 3.02، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99 %.

كما أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومدى مساهمة المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في تحقيق الراحة النفسية لهم لصالح الكنيسة المصرية في: تخفيف المشاعر المؤلمة مثل الحزن والضيق، تعزيز الثقة بالنفس بنسبة 51.92 %، 17.31 % مقابل 34.43 %، 7.55 % لصالح الأزهر الشريف، إذ كانت قيم Z المحسوبة 3.36، 2.88، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيم المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99 %.

جدول رقم (26)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة ومنظومة القيم الأخلاقية التي ساعدت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية على دعمها لديهم*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				المصادر
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
4.50	23.64	87	35.26	55	15.09	32	التعاون
4.35	23.37	86	12.18	19	31.60	67	الصبر
.17	6.79	25	7.05	11	6.60	14	الإيثار
3.77	33.42	123	44.23	69	25.47	54	الصدق
1.95	25.00	92	19.87	31	28.77	61	العفو
1.09	39.13	144	35.90	56	41.51	88	الشكر
.18	10.60	39	10.26	16	10.85	23	القناعة
.15	49.18	181	48.72	76	49.53	105	صلة الأرحام
.31	24.18	89	25.00	39	23.58	50	الإحسان إلى الجيران
	368		156		212		جملة من سئلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع الشباب الجامعي ومنظومة القيم الأخلاقية التي ساعدت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية على دعمها لديهم - بالترتيب - على النحو الآتي: صلة الأرحام بنسبة 49.18%، الشكر بنسبة 39.13%، الصدق

بنسبة 33.42 %، العفو بنسبة 25.00 %، الإحسان إلى الجيران بنسبة 24.18 %، التعاون بنسبة 23.64 %، الصبر بنسبة 23.37 %، القناعة بنسبة 10.60 %، الإيثار بنسبة 6.79 %.

وتظهر النتائج السابقة دعم المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية للمنظومة الأخلاقية التي تقوم على العديد من المبادئ مثل صلة الأرحام والصدق والعفو والتعاون. ومن الملاحظ أن دعم هذه القيم الأخلاقية سوف يؤدي إلى تعميق الجانب الأخلاقي لدى الشباب الجامعي؛ ومن ثم تعزيز التسامح الديني لديهم.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومنظومة القيم الأخلاقية التي ساعدت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية على دعمها لديهم لصالح الأزهر الشريف في: الصبر بنسبة 31.60 % مقابل 12.18 % لصالح الكنيسة المصرية، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 4.35، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99 %.

كما أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف ومنظومة القيم الأخلاقية التي ساعدت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية على دعمها لديهم لصالح الكنيسة المصرية في: التعاون، الصدق بنسبة 35.26 %، 44.23 % مقابل 15.09، 25.47 % لصالح الأزهر الشريف، حيث كانت قيم Z المحسوبة 4.50، 3.77، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيم المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99 %.

جدول رقم (27)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة ومدى اعتمادهم على المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية فيما تقدمه من مضامين تتعلق بالتسامح الديني

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				مدى الثقة
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
4.68	66.03	243	52.56	82	75.94	161	إلى حد كبير
5.53	21.47	79	35.26	55	11.32	24	إلى حد ما
.16	12.50	46	12.18	19	12.74	27	بدرجة قليلة
	100	368	100	156	100	212	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع مدى اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية فيما تقدمه من مضامين مختلفة تتعلق بالتسامح الديني - بالترتيب - على النحو الآتي: الاعتماد إلى حد كبير بنسبة 66.03 %، الاعتماد إلى حد ما بنسبة 21.47 %، الاعتماد بدرجة قليلة بنسبة 12.50 %.

وتظهر النتائج السابقة أن درجة اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية جاءت مرتفعة، نظراً لأن هذه المؤسسات تقدم الجانب الصحيح من الدين بعيداً عن أي مصالح سياسية أو شخصية، بل الهدف الأساسي لها هو نشر الدين الصحيح البعيد عن أي غلو أو تطرف، ففي ضوء أن زيادة مستويات الاعتماد على المواقع الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول التسامح الديني تنعكس بالتبعية على مستويات

إدراك الشباب لمصداقيتها، فقد يكون معيار كثافة الاستخدام ليس مؤشراً قوياً ومؤثراً بنفس مقدار مستوى الاعتماد الذي يعد ترجمة واقعية ومنطقية لاتجاهات الشباب وتقييمهم لمصداقيتها، وتتفق النتائج السابقة مع أهداف نظرية التهيئة المعرفية، والتي ترى أن الشباب الجامعي عندما يتلقون رسالة ما عن موضوعات تتعلق بالتسامح الديني، فإنهم يحاولون ربطها بالمخزون المعرفي لديهم عن موضوع التسامح الديني، وهم عند قيامهم بذلك تصدر عنهم استجابات معرفية تختلف عما ورد من موضوعات، فإذا كانت هذه الاستجابات تؤيد التسامح الديني فإن الشباب يقبل الرسالة، أما إذا كانت الرسالة تثير استجابات معرفية معادية فإن الشباب سيرفض الرسالة، وتكون استجابات الشباب المعرفية أكثر إقناعاً من الحجج التي تقدمها الرسالة، ما قد ينتج عنه رد فعل عكسي تجاه الرسالة⁽⁶²⁾.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومدى اعتمادهم على ما تقدمه المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية من مضامين مختلفة تتعلق بالتسامح الديني في: الاعتماد إلى حد كبير لصالح الأزهر الشريف بنسبة 75.94 % مقابل 52.56 % للإناث، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 4.68، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95 %.

أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومدى اعتمادهم على ما تقدمه المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية من مضامين مختلفة تتعلق بالتسامح الديني في: الاعتماد إلى حد ما لصالح الكنيسة المصرية بنسبة 35.26 % مقابل 11.32 %، إذ كانت قيمة Z المحسوبة 5.530، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99 %.

جدول رقم (28)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو دور الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في نشر التسامح الديني

الاتجاهات	المؤسسة	ن	الحسابي المتوسط	الانحراف المعياري	T-Test قيمة « ت »	الحرية درجة	المعدنية مستوى	العام المتوسط
تحذر من أنماط السلوك الدخيلة على ثقافتنا الإسلامية	الأزهر	212	1.95	.914	.679	366	.970	1.84
	الكنيسة	156	1.86	.865				
تحذر من أصحاب الأفكار الهدامة	الأزهر	212	1.88	.685	2.970	366	.024	1.91
	الكنيسة	156	2.31	1.081				
ترشد إلى أهمية ربط السلوك بالدين	الأزهر	212	1.41	.589	-1.231	366	.066	1.82
	الكنيسة	156	1.52	.648				
تعرض الآراء الدينية التي تحض على التسامح وقبول الآخر	الأزهر	212	1.62	.847	.048	366	.785	2.19
	الكنيسة	156	1.62	.582				
عرض نماذج القدوة الدينية التي تشجع على التسامح وقبول الآخر	الأزهر	212	2.29	.558	4.600	366	.008	2.16
	الكنيسة	156	2.84	.900				
ترسخ لمبادئ النقد الديني القائم على الاحترام	الأزهر	212	2.23	.774	3.162	366	.008	1.92
	الكنيسة	156	1.90	.538				
تنمية القيم المرتبطة بالعقيدة السمحة	الأزهر	212	2.37	.833	2.253	366	.777	2.05
	الكنيسة	156	2.11	.635				
تعزز شرعية احترام عقائد الآخرين	الأزهر	212	1.40	.559	-.850	366	.561	2.13
	الكنيسة	156	2.28	1.135				

الاتجاهات	المؤسسة	نوع	ن	الحسابي	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة T-Test «ت»	الحرية	درجة	المعنوية	مستوى	العام	المتوسط
تشجيع نبذ العنف والتعصب الديني	الأزهر	212	1.98	0.828	5.715	366	0.020	2.17					
	الكنيسة	156	2.08	0.881									
ترسيخ قيم الإنسانية بين أصحاب العقائد المختلفة	الأزهر	212	1.80	0.824	0.169	366	0.914	2.18					
	الكنيسة	156	1.78	0.709									
نشر الأخلاق السمة	الأزهر	212	1.78	0.819	-0.038	366	0.162	2.14					
	الكنيسة	156	1.78	0.661									
الحيادية والموضوعية في عرض الموضوعات الدينية	الأزهر	212	1.95	0.894	2.276	366	0.736	1.91					
	الكنيسة	156	2.24	0.942									

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها:

يتوزع الشباب الجامعي طبقاً لاتجاهاتهم نحو دور الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في نشر التسامح الديني - بالترتيب - على النحو الآتي: 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 السمة بمتوسط حسابي 2.14، تعزيز شرعية احترام عقائد الآخرين بمتوسط حسابي 2.13، تنمية القيم المرتبطة بالعقيدة السمة 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 الدينية بمتوسط حسابي 1.84، ترشد إلى أهمية ربط السلوك بالدين بمتوسط حسابي 1.82.

وتظهر النتائج السابقة أهمية دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية الدينية في نشر قيم التسامح الديني بين الشباب انطلاقاً من الإيمان بالتعددية والحوار والتسامح والمواطنة، وإعلاء قيمة الهوية العربية والثقافة الشرقية بما في ذلك التركيز على قيمة الوطن وما فيه من تعدد وتداخل ثقافي كبير بين الطوائف الدينية واحترام عقائد الآخرين وتقبل الآخر وتقبل الاختلاف العقائدي؛ مما يستوجب التقريب بين وجهات النظر الإسلامية والمسيحية، وتأهيل وتدريب شباب الدعاة والقساوسة، وفرض الخلافات التي تنشأ بين أصحاب الديانتين؛ مما يستلزم جهوداً مشتركة بين الأزهر الشريف والكنيسة المصرية، تقوم على التسامح الديني والحوار والتعددية وكذلك الشراكة في الوطن وتحمل همومه.

كشفت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في اتجاهاتهم نحو دور الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في نشر التسامح الديني لصالح الأزهر الشريف في: ترسخ لمبادئ النقد الديني القائم على الاحترام بمتوسط حسابي 2.2332 مقابل 1.9016 لصالح الكنيسة المصرية وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.004؛ إذ بلغت قيم T-Test 3.162، وهي أقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً، ولصالح الكنيسة المصرية في: تحذر من أصحاب الأفكار الهدامة، عرض نماذج القدوة الدينية التي تشجع على التسامح وقبول الآخر، تشجيع نبذ العنف والتعصب الديني بمتوسط حسابي 2.3162، 2.8498، 2.8063

مقابل 1.8852، 2.29501، 1.98063، إذ بلغت قيم T -Test 2.970، 4.600، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.024، 0.008، 0.020، وهي أقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

مقياس متوسطات اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في نشر التسامح الديني :

جدول رقم (29)

اختبار «ت» لمعنوية الفروق بين الشباب الجامعي واتجاهاتهم نحو دور الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في نشر التسامح الديني

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	نوع المؤسسة	
.000	366	4.027	4.34	19.78	212	الأزهر	الاتجاهات نحو التسامح الديني
			5.34	23.34	156	الكنيسة	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

كشفت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومتوسط درجات موافقتهم على جميع العبارات حول مقياس متوسطات اتجاهاتهم نحو دور الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في نشر التسامح الديني لصالح الكنيسة المصرية بمتوسط حسابي 23.3452 مقابل 19.7802 للأزهر الشريف، إذ بلغت قيمة «ت» 4.027 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.000، وتشير النتائج إلى اتجاه إيجابي متوسط بين متوسطات اتجاهات الباحثين نحو دور الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في نشر التسامح الديني طبقاً لمتغير نوع المؤسسة.

جدول رقم (30)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة ومستوى اهتمام المبحوثين
في أثناء استخدام المضامين التي تتعلق بالتسامح الديني في المواقع
الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				مدى المناقشة
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
.08	29.08	107	28.85	45	29.25	62	أتابع بعض القضايا دون غيرها
.20	16.85	62	17.31	27	16.51	35	أقوم ببعض الأعمال في أثناء استخدامي
.08	54.08	199	53.85	84	54.25	115	أنفـرغ تماماً لمتابعة ما يقدم
	100	368	100	156	100	212	المجموع

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع الشباب الجامعي ومستوى اهتمام المبحوثين في أثناء استخدام
المضامين التي تتعلق بالتسامح الديني في المواقع الإلكترونية للمؤسسات
الدينية الرسمية - بالترتيب - على النحو الآتي: أتفرغ تماماً لمتابعة ما يقدم
بنسبة 54.08%، أتابع بعض القضايا دون غيرها بنسبة 29.08%، أقوم ببعض
الأعمال في أثناء استخدامي بنسبة 16.85%.

وتظهر النتائج السابقة مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة المضامين الدينية،
ودرجة أهميتها لديهم خاصة المتعلقة بالوعي والتسامح الديني التي تجعل
الشباب يسعى دائماً إلى الإلمام بها، ومعرفة أمور دينه في شتى المجالات،
وتشير النتائج السابقة إلى أن التأثيرات القوية للتهيئة ترتبط بالمستويات

الأقل من الاهتمام لأنهم يرون أن قيام الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية بالتهيئة المعرفية قد يكون له أثر كبير؛ فالشباب الذين لا يولون اهتماماً كبيراً لقضايا التسامح الديني تقل احتمالية أن يكون لديهم تقييمات موجودة ومتاحة دائماً لهذه القضايا؛ وبناءً عليه فمثل هؤلاء الشباب من المحتمل جداً أن يصدروا قراراتهم بناءً على المعلومات المحدودة التي اكتسبوها مؤخراً عند التوصل إلى تقييماتهم، وهي المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الأخرى؛ ومن ثم يكون تقييمهم لهذه الموضوعات بناءً على الخلفية المعرفية لديهم والبحث عن معلومات أخرى حولها للوصول إلى تقييم موضوعي لها⁽⁶³⁾.

أظهرت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي ومدى مناقشة الآخرين فيما يطالعه من مضامين تتعلق بالتسامح الديني بالمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، إذ كانت قيمة Z الأقل من القيمة 1.96، وهي القيمة المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95 %.

جدول رقم (31)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة واتجاهاتهم نحو دور مواقع المؤسسات الأخرى في نشر التعصب الديني

الاتجاهات	المؤسسة	ن	الحسابي المتوسط	المعياري الانحراف	T-Test قيمة «ت»	الحرية درجة	المعنوية مستوى	العام المتوسط
العمل على إثارة الفوضى في المجتمع	الأزهر	212	2.86	1.291	-1.401	366	.162	2.04
	الكنيسة	156	3.07	1.356				
عدم الرغبة في قبول الآخر وعدم احترام عقائده	الأزهر	212	2.32	1.128	-.337	366	.736	1.88
	الكنيسة	156	2.36	1.128				
تشجع على التعصب لمذهب أو لدين معين	الأزهر	212	3.10	1.375	.078	366	.938	2.00
	الكنيسة	156	3.09	1.355				
إثارة النزاعات الدينية في المجتمع	الأزهر	212	3.31	1.547	-.390	366	.697	2.00
	الكنيسة	156	3.38	1.503				
فرض الرأي على الآخرين بالقوة	الأزهر	212	2.16	.876	1.468	366	.143	2.05
	الكنيسة	156	2.02	.788				
عدم احترام الرأي المخالف	الأزهر	212	3.86	1.300	-.311	366	.756	1.75
	الكنيسة	156	3.91	1.259				
الابتعاد عن التعامل مع من يخالفني في الدين أو المذهب	الأزهر	212	3.76	1.314	-1.320	366	.188	1.79
	الكنيسة	156	3.96	1.252				
الحث على عدم احترام القوانين الوضعية	الأزهر	212	3.57	1.387	.585	366	.559	1.71
	الكنيسة	156	3.47	1.465				
العمل على تقييد الحريات في المجتمع بدعوى مخالفتها للدين	الأزهر	212	3.63	1.350	-1.185	366	.237	1.84
	الكنيسة	156	3.81	1.331				

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها:

يتوزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة واتجاهاتهم نحو دور مواقع المؤسسات الأخرى في نشر التعصب الديني - بالترتيب - على النحو الآتي: 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، العمل على تقييد الحريات في المجتمع بدعوى مخالفتها للدين بمتوسط حسابي 1.84، الابتعاد عن التعامل مع من يخالفني في الدين أو المذهب بمتوسط حسابي 1.79، عدم احترام الرأي المخالف بمتوسط حسابي 1.75، الحث 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.

وتظهر النتائج السابقة أهمية الدور الذي يجب أن يقوم به الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية في مواجهة التعصب الديني نظراً للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الأخرى في إذكاء روح التعصب، خاصة بعد انتشار مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية التي تعمل على الفرقة والخلاف بين أبناء المجتمع الواحد في الوقت الذي يجب أن يكون فيه الإعلام بعيداً كل البعد عن إذكاء روح التعصب والغلو بين أفراد المجتمع وخصوصاً بين الشباب؛ ومن ثم يجب على المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية الرد على كل الأفكار المتشددة الدينية والسياسية التي تتبنى التعصب من خلال عدد من وسائل الإعلام؛ وهنا لا بد من مواجهة الفكر المتشدد بالفكر الصحيح، وأن نقوم بتفنيد المزاعم والأكاذيب والخرافات التي تبث عبر هذه الوسائل.

كشفت نتائج الدراسة التفصيلية عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية طبقاً لنوع المؤسسة واتجاهاتهم نحو دور مواقع المؤسسات الأخرى في نشر التعصب الديني، إذ جاءت قيم مستوى المعنوية أكبر من 0.05. الدالة إحصائياً.

مقياس متوسطات اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور مواقع المؤسسات الأخرى في نشر التعصب الديني:

جدول رقم (32)

اختبار «ت» لمعنوية الفروق بين الشباب الجامعي واتجاهاتهم نحو دور مواقع المؤسسات الأخرى في نشر التعصب الديني

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	نوع المؤسسة	
.091		1.121	3.32	15.89	212	الأزهر	الاتجاهات نحو التسامح الديني
			3.23	15.73	156	الكنيسة	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

كشفت نتائج الدراسة عن عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومتوسط درجات موافقتهم على جميع العبارات حول مقياس متوسطات اتجاهاتهم نحو دور مواقع المؤسسات الأخرى في نشر التعصب الديني، إذ بلغت قيمة «ت» 1.121 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.091، وتشير النتائج إلى اتجاه إيجابي ضعيف بين متوسطات اتجاهات المبحوثين نحو دور مواقع المؤسسات الأخرى في نشر التعصب الديني.

جدول رقم (33)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة واتجاهاتهم نحو الأبعاد
المعرفية والوجدانية والسلوكية

الأبعاد	المؤسسة	نوع	المتوسط	الانحراف	T-Test	الحرية	الدرجة	المعنوية	المتوسط
يقوم الأزهر والكنيسة بتزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة عن الدين	الأزهر	212	1.81	.848	.324	366	.746	1.81	
	الكنيسة	156	1.78	.825					
تحرص قيادات الأزهر والكنيسة على المساهمة في احترام عقيدة الآخر	الأزهر	212	1.61	.869	-.772	366	.440	1.69	
	الكنيسة	156	1.68	.853					
يعمل الأزهر والكنيسة على تعريف الجمهور بالقضايا الدينية المعاصرة والواقعية	الأزهر	212	1.87	.790	1.373	366	.171	1.80	
	الكنيسة	156	1.76	.745					
تساهم اللقاءات المتبادلة بين القيادات الدينية على تعزيز ثقافة التسامح والاختلاف الديني	الأزهر	212	1.98	.823	4.339	366	.000	2.18	
	الكنيسة	156	2.35	.702					
تحرص قيادات الأزهر والكنيسة على إظهار مشاعر الإخوة نحو الآخرين	الأزهر	212	2.64	1.408	1.430	366	.154	2.51	
	الكنيسة	156	2.45	.671					
يعمل الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على التخلص من المشاعر السلبية تجاه الآخرين	الأزهر	212	2.65	1.520	.584	366	.559	2.60	
	الكنيسة	156	2.57	.608					

تابع / جدول رقم (33):

الأبعاد	نوع المؤسسة	ن	الحسابي المتوسط	الانحراف المعياري	T-Test قيمة «ت»	الحرية درجة	المعنوية مستوى	العام المتوسط
يعمل الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على إظهار الروح الصحيحة للدين القائمة على التسامح	الأزهر	212	2.19	.780	-1.798	366	.073	2.20
	الكنيسة	156	2.34	.701				
يعمل الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على إظهار كيفية التعامل مع الآخري المواقف المختلفة	الأزهر	212	2.32	.725	2.373	366	.018	2.30
	الكنيسة	156	2.51	.706				
يحرص الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على توضيح أمور العبادات المختلفة وكيفية الانتظام في العبادات والطقوس الدينية	الأزهر	212	2.33	.749	-.258	366	.797	2.31
	الكنيسة	156	2.35	.691				
يحرص الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على نشر زيارات القيادات الدينية لتوضيح سماحة الأديان السماوية	الأزهر	212	2.02	.838	2.448	366	.015	1.91
	الكنيسة	156	1.81	.679				

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها:

يتوزع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة واتجاهاتهم نحو الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

-بالترتيب- على النحو الآتي: يعمل الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على التخلص من المشاعر السلبية تجاه الآخرين بمتوسط حسابي 2.60، تحرص قيادات الأزهر والكنيسة على إظهار مشاعر الإخوة نحو الآخرين بمتوسط حسابي 2.51، يحرص الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على توضيح أمور العبادات المختلفة وكيفية الانتظام في العبادات والطقوس الدينية بمتوسط حسابي 2.31، يعمل الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على إظهار كيفية التعامل مع الآخر في المواقف المختلفة بمتوسط حسابي 2.30، يعمل الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على إظهار الروح الصحيحة للدين القائمة على التسامح بمتوسط حسابي 2.20، يحرص الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على نشر زيارات القيادات الدينية لتوضيح سماحة الأديان السماوية بمتوسط حسابي 1.91، يقوم الأزهر والكنيسة بتزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة عن الدين بمتوسط حسابي 1.81، يعمل الأزهر والكنيسة على تعريف الجمهور بالقضايا الدينية المعاصرة والواقعية بمتوسط حسابي 1.80، تحرص قيادات الأزهر والكنيسة على المساهمة في احترام عقيدة الآخر بمتوسط حسابي 1.68.

كشفت نتائج الدراسة التفصيلية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية في اتجاهاتهم نحو الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية لصالح الأزهر الشريف في: يحرص الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على نشر زيارات القيادات الدينية لتوضيح سماحة الأديان السماوية بمتوسط حسابي 2.0253 مقابل 1.8154 لصالح الكنيسة المصرية، إذ جاءت قيمة $T\text{-test } 2.448$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.015. الدالة إحصائياً، ولصالح الكنيسة المصرية في: تساهم اللقاءات المتبادلة بين القيادات الدينية في تعزيز ثقافة التسامح والاختلاف الديني، يعمل الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على إظهار كيفية التعامل

مع الآخر في المواقف المختلفة بمتوسط 2.3538، 2.5154 مقابل 1.9831، 2.3291 للأزهر الشريف، إذ جاءت قيمة 2.373، T-test 4.339، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.000، 0.018. الدالة إحصائياً.

مقياس متوسطات اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية:

جدول رقم (34)

اختبار «ت» لمعنوية الفروق بين الشباب الجامعي واتجاهاتهم نحو دور الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	نوع المؤسسة	
.623	366	.492	3.581	21.47	212	الأزهر	الاتجاهات نحو الأبعاد
			2.474	21.64	156	الكنيسة	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

كشفت نتائج الدراسة عن عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومتوسط درجات موافقتهم على جميع العبارات حول مقياس متوسطات اتجاهاتهم نحو دور الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، إذ بلغت قيمة «ت» 492، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 623، وتشير النتائج إلى اتجاه إيجابي فوق المتوسط بين متوسطات اتجاهات الباحثين نحو دور الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية لهذه المواقع.

جدول رقم (35)

توزيع الشباب الجامعي طبقاً لنوع المؤسسة ومقترحاتهم لتطوير المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية*

Z-Test	المجموع الكلي		نوع المؤسسة				المقترحات
			الكنيسة المصرية		الأزهر الشريف		
	%	ك	%	ك	%	ك	
5.05	56.25	207	41.03	64	67.45	143	الاعتماد على متخصصين في مجالات الدين والحياة
7.79	42.12	155	66.03	103	24.53	52	الاهتمام بتقديم المزيد من المعلومات الدينية
1.36	85.60	315	82.69	129	87.74	186	الاعتماد على علماء وقساوسة لهم حضور قوي لدى المستخدمين
3.32	42.66	157	32.69	51	50.00	106	زيادة عدد المضامين الروحية
1.46	13.04	48	16.03	25	10.85	23	أخرى تذكر
	368		156		212		جملة من سئلوا

* تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج، منها:

يتوزع الشباب الجامعي ومقترحاتهم لتطوير المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية - بالترتيب - على النحو الآتي: الاعتماد على علماء وقساوسة لهم حضور قوي لدى المستخدمين بنسبة 85.60%، الاعتماد على متخصصين في مجالات الدين والحياة بنسبة 56.25%، زيادة عدد المضامين الروحية بنسبة 42.66%، الاهتمام بتقديم المزيد من المعلومات

الدينية بنسبة 42.12 %، أخرى تذكر بنسبة 13.04 %، وتمثلت في: نقل
الفعاليات المختلفة، الاهتمام ببث الحوار بين العلماء ورجال الدين على
الموقع الإلكتروني، عدم الاقتصار على أحاديث بعض العلماء فقط والتنوع في
عرض لقاءات العديد من العلماء والقساوسة.

كما أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب
الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومقترحاتهم لتطوير المواقع
الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الأزهر الشريف في: الاعتماد على
متخصصين في مجالات الدين والحياة، زيادة عدد المضامين الروحية بنسبة
67.45 %، 41.03 % مقابل 50.00 %، 32.69 % لصالح الكنيسة المصرية، إذ
كانت قيم Z المحسوبة 5.05، 3.32، وهي القيم المنبئة بوجود علاقة فارقة بين
المتغيرين عند مستوى ثقة 99 %.

وأظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب
الجامعي من الأزهر الشريف والكنيسة المصرية ومقترحاتهم لتطوير المواقع
الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية لصالح الكنيسة المصرية في: الاهتمام
بتقديم المزيد من المعلومات الدينية بنسبة 66.03 % مقابل 24.53 % لصالح
الأزهر الشريف، إذ كانت قيم Z المحسوبة 7.79، وهي القيم المنبئة بوجود
علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 99 %.

ثالثاً - اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اتجاهات الشباب
الجامعي نحو الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية
في نشر الوعي الديني والتسامح الديني وبين مصداقية المواقع الإلكترونية
للمؤسسات الدينية الرسمية.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اتجاهات الشباب الجامعي نحو الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني والتسامح الديني وبين مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، وذلك كما يأتي:

أولاً - الوعي الديني:

جدول رقم (36)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اتجاهات الشباب الجامعي نحو الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني وبين مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

مصادقية المواقع		المتغير
معامل الارتباط	الدلالة	
0.164	0.004	دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني

يتبين من الجدول السابق ما يأتي:

وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين اتجاهات الشباب الجامعي نحو الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني وبين مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون 0.164، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.004، وبذلك نقبل الفرض القائل بأنه يزداد الاتجاه الإيجابي نحو الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر

الوعي الديني وبين مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، إذ إن المصدر ذا المصداقية المرتفعة يكون مؤثراً في تغيير اتجاهات الجمهور وسلوكه، فمصداقية المصدر في المواقع الإلكترونية الرسمية - باعتبارها تقدم صحيح الدين - من العوامل التي تحدد ما إذا كانت الرسالة ستكون فعالة أم لا، فتأثيرات مصداقية المصدر في تغيير الاتجاهات والآراء ترتفع مع المصادر ذات المصداقية المرتفعة، وينتج عنها تغيير فوري في الاتجاهات أكثر من المصادر ذات المصداقية المنخفضة؛ وهو ما يعني أن زيادة استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية يؤدي إلى زيادة ومصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة بها، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء حدوث فرض التهيئة المعرفية، إذ أدى تناول الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية لقضايا الوعي الديني إلى تشكيل اتجاه الشباب نحو أداء هذه المؤسسات في المجتمع في نشر هذه المفاهيم، فكلما زاد تناول هذه المواقع لقضايا الوعي الديني، زادت إيجابية مصداقية الرسالة المقدمة من خلالها.

ثانياً - التسامح الديني:

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لرصد العلاقة بين مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ودرجة المبحوثين على مقياس التسامح الديني، وذلك كما يأتي:

جدول رقم (37)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اتجاهات الشباب الجامعي
نحو مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ودرجة
المبحوثين على مقياس التسامح الديني

مصادقية المواقع		المتغير
الدالة	معامل الارتباط	
0.009	0.651	دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في التسامح الديني

يتبين من الجدول السابق ما يأتي:

كشف تحليل البيانات أن الارتباط بين هذين المتغيرين هو 0.6511، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.009؛ وهذا يعني وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الشباب الجامعي نحو مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ودرجة المبحوثين على مقياس التسامح الديني، وبذلك يتم قبول الفرض الثالث، إذ توجد علاقة ارتباطية بين الصورة المتكونة من اتجاهات الشباب الجامعي نحو مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ودرجة المبحوثين على مقياس التسامح الديني، وتستند قابلية الوسيلة الاتصالية للتصديق إلى الثقة بها، والتي تنبع من خصائص الوسيلة نفسها، ومن الصور الذهنية المكونة لها في نفوس الجمهور، ومما يزيد من مصداقية الوسيلة وتحسين استخدام خصائصها في الاتصال بالجمهور، وحسن استغلال الوسيلة لخصائصهما يكسبهما درجة أعلى من المصداقية، وهذه النتيجة تعد مؤشراً إيجابياً للدور الذي تقوم به مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في التسامح الديني؛ ما يؤثر

إيجابياً في اتجاه الشباب نحو هذه المواقع، ويمكن تفسير هذه النتيجة - كما أوضحنا في الجدول المتعلق بالشق الأول من الفرض - في ضوء حدوث فرض التهيئة المعرفية، إذ أدى تناول الموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية الرسمية لقضايا التسامح الديني إلى تشكيل اتجاه الشباب نحو أداء هذه المؤسسات في المجتمع في نشر هذه المفاهيم، فكلما زاد تناول هذه المواقع لقضايا التسامح الديني، زادت إيجابية مصداقية الرسالة المقدمة من خلالها⁽⁶⁴⁾.

وبناء على ما سبق نقبل الفرض القائل: «توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الشباب الجامعي نحو الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني والتسامح الديني وبين مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية»، وهو ما يتفق مع نظرية التهيئة المعرفية من أن أكثر الشباب معرفة في قضايا التسامح الديني من خلال مصداقيتهم في الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية تكون لديهم حصانة نسبية ضد تركيز وسائل الإعلام الأخرى على موضوعات التعصب الديني، كما أن لديهم قدرة أكبر على تحديد دور الدين في أي قضية بعيداً عن التعصب والمذهبية؛ أي: إن معايير الحكم لديهم أكثر رسوخاً وحضوراً في ذهن دون الحاجة إلى الاعتماد على وسائل إعلامية أخرى نتيجة لمصداقية الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية⁽⁶⁵⁾.

الفرض الثاني: «توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات اعتماد الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ونشر الوعي والتسامح الديني».

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستويات اعتماد الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ونشر الوعي والتسامح الديني، وذلك كما يأتي:

أولاً - الوعي الديني:

جدول رقم (38)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستويات اعتماد المبحوثين للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ونشر الوعي الديني

المتغير		دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني
معامل الارتباط	الدالة	
0.651	0.000	مستويات اعتماد المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

يتبين من الجدول السابق ما يأتي:

وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستويات اعتماد المبحوثين للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ومصادقية الرسالة الإعلامية المقدمة بها، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط 0.561، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.000، 0.00، وتعتبر تلك النتيجة منطقية لأن من يعتمد على المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ينتبه عند عرضها بشكل كبير بهدف الحصول على أكبر قدر من المعلومات عن الوعي الديني، والإحاطة بكافة جوانبه، وهو ما يتحقق في حالة الاستخدام لما يقدم، والعكس صحيح ففي حالة عدم استخدام المضمون المقدم يقل مستوى الوعي الديني في أثناء الاستخدام، إذ يعد متغير مستوى الاعتماد على المواقع الإلكترونية مؤشراً قوياً للحكم على مصداقيتها، فالشباب الأكثر اعتماداً على المواقع الإلكترونية هم الأكثر إدراكاً لمصداقيتها، إذ إن اكتساب الشباب للخبرات بشأن طبيعة المواقع ومكوناتها ينعكس على زيادة قدرته على الحكم على مصداقيتها.

ثانيًا - التسامح الديني :

جدول رقم (39)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستويات استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ونشر التسامح الديني

المتغير		دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر التسامح الديني
معامل الارتباط	الدالة	
0.271	0.001	مستويات استخدام المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية

يتبين من الجدول السابق ما يأتي:

وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين مستويات استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ومصادقية الرسالة الإعلامية المقدمة بها، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط 0.271 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.001، وكما أسلفنا، تعتبر تلك النتيجة منطقية لأن من يستخدم المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ينتبه عند عرضها بشكل كبير بهدف الحصول على أكبر قدر من المعلومات عن التسامح الديني، والإحاطة بكافة جوانبه وهو ما يتحقق في حالة الاستخدام لما يقدم، والعكس صحيح ففي حالة عدم استخدام المضمون المقدم يقل مستوى الوعي الديني في أثناء الاستخدام، وإن مستوى استخدام المواقع الإلكترونية محل التحليل سوف يزداد مستقبلاً لدى نسبة كبيرة من عينة الدراسة، ومع ذلك يمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء الصراع الأيديولوجي بين المذاهب المختلفة، وانتقاله لساحة وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية منها على وجه الخصوص، وتوظيف

القائمين على هذه المواقع للصراع المذهبي والطائفي في استقطاب مريدين لهم مما يخلق حالة من عدم الثقة لدى كل طرف بشكل قد يؤدي بالجميع إلى التوقف عن متابعة أية مضامين سياسية عبر هذه المواقع حتى وإن اتخذت هذه المواقع صبغة دينية بالأساس، والتوجه إلى المواقع الإلكترونية الدينية للمؤسسات الرسمية للحصول على المعلومات عن صحيح الدين، مما يسهم في نشر مفاهيم الوعي والتسامح الديني بين الشباب.

وبناء على ما سبق نقبل الفرض القائل: «توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات اعتماد الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ونشر الوعي والتسامح الديني»، وتتفق النتائج السابقة مع فروض نظرية التهيئة المعرفية والتي ترى أن منخفضي الاعتماد على الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية يتأثرون سلباً في استرجاع المحتوى الإعلامي المخزن في ذاكرتهم في قضايا التسامح الديني، والعكس صحيح فإن مرتفعي الاعتماد على الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية يتأثرون إيجابياً في استرجاع المحتوى الإعلامي المخزن في ذاكرتهم في قضايا التسامح الديني⁽⁶⁶⁾.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين طبقاً للثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي والتسامح الديني وبين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لرصد العلاقة بين الثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي والتسامح الديني وبين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين، وجاءت النتيجة على النحو المبين بالجدول الآتي:

أولاً - الوعي الديني:

جدول رقم (40)

العلاقة بين الثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية
في نشر الوعي الديني وبين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين

الخصائص الديموغرافية	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
النوع	0.071	0.234
نوع المؤسسة	0.539	0.000
السن	0.108-	0.075
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	0.019	0.739

يتبين من الجدول السابق ما يأتي:

عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني وبين السن للمبحوثين، إذ بلغ مستوى معنوية 0.075، وقيمة معامل ارتباط بيرسون في هذه العلاقة 0.108، وتبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية أيضاً بين الثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني وبين نوع المبحوثين، إذ بلغ مستوى معنوية 0.234 وقيمة معامل ارتباط بيرسون في هذه العلاقة 0.071، كما يتضح عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني وبين المستوى الاجتماعي الاقتصادي، إذ بلغ مستوى

معنوية 0.739، وقيمة معامل ارتباط بيرسون في هذه العلاقة 0.109. وفي المقابل يتضح أيضاً من تحليل بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني وبين نوع المؤسسة، إذ بلغ مستوى معنوية 0.000، وقيمة معامل الارتباط 0.539، وتشير النتائج السابقة إلى أن متغير الثقة في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية يؤثر في العلاقة بين استخدام الشباب لما تقدمه هذه المواقع من قضايا الوعي والتسامح الديني واتجاهاتهم نحو هذه القضايا والأطراف المشاركة فيها، فكلما زاد مستوى ثقة الشباب في هذه القضايا، زاد تأثير هذه المواقع في اتجاهاتهم نحوها، والعكس كذلك فكلما قل مستوى الثقة لديهم في هذه الوسائل، قل تأثيرها في اتجاهاتهم.

ثانياً - التسامح الديني:

جدول رقم (41)

العلاقة بين الثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر التسامح الديني وبين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين

الخصائص الديموغرافية	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
النوع	0.087	0.122
نوع المؤسسة	0.843	0.000
السن	0.640	0.000
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	0.030	0.652

يتبين من الجدول السابق ما يأتي:

وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر التسامح الديني وبين السن للمبحوثين، إذ بلغ مستوى معنوية 0.000، وقيمة معامل ارتباط بيرسون في هذه العلاقة 0.640، وتبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً أيضاً بين الثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر التسامح الديني وبين نوع المبحوثين، إذ بلغ مستوى معنوية 0.000. وقيمة معامل ارتباط بيرسون في هذه العلاقة 0.843، وفي المقابل يتضح أيضاً عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر التسامح الديني وبين النوع، إذ بلغ مستوى معنوية 0.122، وقيمة معامل ارتباط بيرسون في هذه العلاقة 0.087، وعدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الثقة في دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر التسامح الديني وبين المستوى الاجتماعي الاقتصادي، إذ بلغ مستوى معنوية 0.652، وقيمة معامل الارتباط 0.030.

وتشير النتائج السابقة إلى أن تأثير التهيئة المعرفية لدى الشباب الجامعي يتوقف على سماته الشخصية، والتي تختلف من فرد لآخر وتختلف معها تأثيرات وسائل الإعلام فيه، إذ يمكن أن يستخدم الشباب المعلومات نفسها من المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، لكنهم يفسرونها بأنماط مختلفة وفقاً لآرائهم وتحيزاتهم المسبقة، وبذلك فإن المضمون الواحد في هذه المواقع قد يؤدي إلى تقييمات مختلفة لدى الشباب نحو قضايا الوعي والتسامح الديني، ومن ثم تؤثر المتغيرات الديموغرافية الخاصة بالشباب - باستثناء متغير النوع - في العلاقة بين تعرضه لقضية الوعي والتسامح الديني في هذه المواقع، واتجاهاته (إيجابية أو سلبية أو محايدة) نحوها، وتتفق النتائج

السابقة مع نظرية التهيئة المعرفية والتي ترى أن المصادر الإعلامية الجديرة بالثقة مثل رجال الأزهر الشريف أو الكنيسة المصرية تكون أكثر إقناعاً من تلك التي لا يثق بها الشباب، فحينما يولي الشباب ثقتهم لما تقررهِ وسائل الإعلام الأخرى، فإنهم ربما يميلون إلى قبول معتقدات تلك المصادر حول قضايا التسامح الديني سواء تم نقلها بشكل ضمني أو صريح عبر القصص الإخبارية، وهو ما يقدم إثباتاً للتهيئة الإعلامية.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية والأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية:

جدول رقم (42)

العلاقة بين مستويات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية والأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية

الأبعاد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
المعرفية	.611	.000
الوجدانية	.150	.003
السلوكية	.014	.779
الأبعاد بصفة عامة	.611	.000

يتبين من الجدول السابق ما يأتي:

وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية والأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية، إذ بلغ مستوى معنوية 0.00، وقيمة معامل ارتباط بيرسون في هذه العلاقة 611، وتظهر النتائج التفصيلية مستويات العلاقة على النحو الآتي:

- الأبعاد المعرفية: أظهرت نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية والأبعاد المعرفية، إذ بلغ مستوى معنوية 0.00، وقيمة معامل ارتباط بيرسون في هذه العلاقة 611.

- الأبعاد الوجدانية: أظهرت نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية والأبعاد الوجدانية، إذ بلغ مستوى معنوية 0.003، وقيمة معامل ارتباط بيرسون في هذه العلاقة 150.

- الأبعاد السلوكية: أظهرت نتائج الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية والأبعاد السلوكية، إذ بلغ مستوى معنوية 779. وقيمة معامل ارتباط بيرسون في هذه العلاقة 014.

ويتضح من العرض السابق أن هناك علاقة ارتباط بين مستويات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية والأبعاد المعرفية والوجدانية وبين الآثار الناتجة عن هذا الاستخدام - ماعدا الآثار السلوكية منفردة - ومن ثم يتم قبول الفرض الرابع لهذه الدراسة والقائل بأنه

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية والأبعاد المعرفية والوجدانية وعدم قبولها بالنسبة للتأثيرات السلوكية، وتعتبر تلك النتيجة منطقية، فالتأثير في السلوك يعد صعب الحدوث بالمقارنة بباقي الأبعاد، إذ إنه يتطلب أكثر من مجرد الاستخدام أو الاعتماد على موقع بعينه، بل يدخل فيه عدة متغيرات وعوامل أخرى؛ منها تأثير الموضوع على حياة المستخدم بشكل شخصي أو أحد المحيطين به، ومن ثم تشير نتائج الجدول السابق إلى تنوع تأثيرات التهيئة المعرفية التي تقوم بها المواقع الإلكترونية لهذه المؤسسات ما بين معرفية ووجدانية وسلوكية؛ مما يشير إلى أن الأبعاد المتعلقة بنظرية التهيئة المعرفية ليست تأثيرات ذات طبيعة معرفية فقط، فمن الواضح أن هذه المواقع يمكن أن تقوم بتهيئة تقييمات عاطفية تجاه قضايا الوعي والتسامح الديني، وتتفق النتائج السابقة مع فروض نظرية التهيئة المعرفية من أن الفرد يتأثر في سلوكه بالنظام الإدراكي والمعرفي الذي كونه عن القضايا والموضوعات الدينية الإسلامية والمسيحية من خلال استخدامهم للموقع الإلكتروني للأزهر الشريف والكنيسة المصرية والذي يتسم بالتسامح الديني تجاه الآخرين، والأفراد ينظمون إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم في أشكال ذات معنى، ويدركون العالم الخارجي في إطار هذا المعنى، فيأتي سلوكهم متأثرًا بهذه المعاني التي يكونها الفرد عن قضايا التسامح الديني. وبالإضافة إلى النظام الإدراكي الذي يؤثر في رؤية الفرد لهذه القضايا، فإنه يفترض بنية معينة للمظاهر الأخرى في العالم، ويفسر الأفراد ما يلاحظونه ويصدرون أحكامهم، ويحاولون أن يفسروا مشاعرهم ومشاعر الآخرين، وهذه كلها تؤثر في الموقف السلوكي المتسم بالتسامح الديني واستجابتنا له⁽⁶⁷⁾.

ووجد الباحثون أنه كلما زاد التعرض لمضامين عنيفة، زادت تهيئتهم نحو القيام بسلوك عدواني، والعكس صحيح، فكلما زاد تعرض الشباب الجامعي لمضامين تدعو للتسامح الديني، زادت تهيئتهم نحو القيام بسلوكيات تحت على التسامح الديني نحو الآخرين⁽⁶⁸⁾.

مناقشة نتائج الدراسة:

أولاً - عادات وأنماط استخدام المواقع الدينية الرسمية: كشفت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف الشباب الجامعي يستخدمون المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية بصفة دائمة في مقابل من يستخدمونها أحياناً ومن لا يستخدمونها، كما كشفت نتائج الدراسة أن الفترة المفضلة لاستخدام أكثر من نصف الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية تمثلت في فترة المساء (3م - 10م)، يليها فترة السهرة (10م - 6ص)، فترة الظهيرة والعصر (10ص - 3م)، الفترة الصباحية (6ص - 10ص)، وربما تفسر النتائج السابقة بانشغال الشباب في مطالعة موضوعات ومضامين أخرى تتمثل في المواد الإخبارية أو الدرامية أو مواقع التواصل الاجتماعي، كما أظهرت نتائج الدراسة أن أقل من نصف الشباب الجامعي يستخدمون المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية من ساعة لأقل من ساعتين، في مقابل من يستخدمونها: أقل من ساعة، من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات، وجاء أكثر من ثلاث ساعات في المرتبة الأخيرة، وهذا يشير إلى كثرة الوقت الذي يقضيه هؤلاء الشباب على هذه المواقع، وربما يرجع ذلك بسبب الدراسة أو تعرّف بعض الموضوعات الدينية اليومية أو بعض الموضوعات والقضايا الأخرى.

ثانياً - المضامين التي يفضلها الشباب الجامعي: أظهرت نتائج الدراسة أن المضامين التي يتابعها الشباب الجامعي في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية تتمثل في: التفسير للقرآن الكريم والكتاب المقدس، الأسرة

والمجتمع، العبادات، الأسئلة، الأخلاق، قصص الأنبياء والقديسين، الأدعية والأجبية، المعاملات المالية، مواقيت العبادات والصلوات، كما كشفت نتائج الدراسة أن أسباب تفضيل الشباب الجامعي للمضامين التي يتابعونها في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية تتمثل في: ارتفاع المعلومات الدينية، سرعة الإيقاع، التعريف بالأماكن المقدسة، التعريف بالشخصيات الدينية المعاصرة، إعطاء التدريبات الروحية، ومن الملاحظ اهتمام الشباب الجامعي بالتفسير للقرآن الكريم والكتاب المقدس وخاصة أن هناك العديد من التفسيرات الخاطئة والتي تُنشئ الكثير من اللبس لدى الشباب، بالإضافة إلى الاهتمام بمعرفة النواحي الأخلاقية وأسئلة رجال الدين والقساوسة والرهبان، بالإضافة إلى الأدعية والأجبية والتي يحتاج إليها الشباب الجامعي المسلم والمسيحي في حياته اليومية، وفي سبيل تحقيق ذلك كشفت نتائج الدراسة أن ثلث الشباب الجامعي يتصلون بالمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، ومن هذه الوسائل: المواقع الإلكترونية، إرسال بريد إلكتروني، الاتصالات الهاتفية، إرسال بريد عادي، ومن الملاحظ اهتمام الشباب الجامعي بالتفاعل مع الموقع الإلكتروني للمؤسسة أو موقعها على مواقع التواصل الاجتماعي أو إرسال بريد إلكتروني للمؤسسة للاستفسار عن بعض الموضوعات التي تهم هؤلاء الشباب.

ثالثاً - دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية: كشفت نتائج الدراسة أن دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية تمثلت في: تعرّف معلومات دينية تفيد المبحوثين، ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل، لعدم الشعور بالوحدة، الشعور بالسعادة والتسلية، تعرّف القراءات الدينية المختلفة، للاعتياد على الاستخدام لها، الاسترخاء والشعور بالراحة، لنسيان المشاكل اليومية

التي يتعرض لها المبحوثون، لمعرفة حلول دينية للمشكلات، تعرّف التعاليم الإسلامية المختلفة، ومن الملاحظ أن هناك دوافع أخرى لاستخدام وسائل الإعلام الجديدة مثل إمكانية معرفة الكثير من المعلومات عن الإنجيل من خلال سهولة الوصول إلى تبادل وتلقي المعلومات من جميع الكنائس في أنحاء العالم (دراسة David K. Okai, Mr. Ernest K. Ampomah, 2017)، وقد كشفت إحدى الدراسات أن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تنحصر في ثلاثة دوافع: الدين كوسيلة لتميرير الوقت، الدين كطريقة لتلبية احتياجات الذات، والدين كمحفز للتعليم (دراسة et al Amanda & Jo Ratcliff, 2017)، ومن الملاحظ أنه كلما كان استخدام الجمهور للفيديو لأغراض ترفيهية، قلت فرصة تواصلهم مع الكنيسة أو يحضرون إلى الكنيسة بانتظام؛ مما يشير إلى أهمية المعلومات التي تعرضها المواقع الدينية للجمهور المتعامل معها، ولا يقتصر الأمر على الدوافع السابقة، بل تأتي دوافع أخرى مثل الرغبة في القرب من الله، الدعم المعنوي، الرفقة، بحكم العادة والهروب من الواقع (دراسة Kenthea Albert-Leigh Joan Fogenay, 2013).

رابعاً - قضايا الوعي الديني والتسامح: كشفت نتائج الدراسة أن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية اهتمت بالقضايا التي تزيد من الوعي الديني والتسامح بين الشباب الجامعي، فقد اهتمت هذه المواقع بضرورة التمسك بالدين، ونشر القيم والأخلاق الفاضلة، الحفاظ على الهوية الدينية، التعريف بالمذاهب العصرية، مناهضة الغزو الثقافي المتناقض مع قضايا التسامح والوعي الديني، بيان العقيدة الصحيحة للمسلم وتحرير الشباب من الخرافات، كما كشفت نتائج الدراسة أن مصادر قضايا التسامح والوعي الديني والتي تحرص المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية على الاهتمام بها من وجهة نظر أكثر من ثلثي الشباب الجامعي تتمثل في: القرآن الكريم، والكتاب

المقدس؛ مما يشير إلى أهمية بيان ما تشير إليه الكتب المقدسة من قبول الآخر ونبذ الكراهية والعنف والتي من الممكن أن تروج لها بعض التيارات الهدامة، وهذا الأمر لا يقتصر على الدين الإسلامي، فقد كشفت نتائج إحدى الدراسات أن الفيسبوك له تأثيرات سلبية في المسيحيين من خلال نشر الأفكار الهدامة والمناقضة لصحيح الدين المسيحي، ويمكن أن يقع المسيحيون ضحية للمواقع الإلكترونية المسيحية غير المعروفة والمجهولة المصدر (دراسة (David K. Okai, Mr. Ernest K. Ampomah, 2017)، مع ضرورة الأخذ في الحسبان أن الإطار القيمي ينبغي أن ينبع من قضايا التسامح والوعي الديني والتي لا تتعارض مع الثوابت المجتمعية بحيث يعبر هذا الإطار عن فلسفة الإسلام وأيديولوجيته، وكشفت نتائج الدراسة أن مواجهة قيم العولمة الهدامة بقيم الدين المضادة لها، والقدرة على مجابهة كل ما هو مجوج من أيديولوجيات أخرى، وتلقي النتائج السابقة الضوء على وجود بعض التيارات التي لا تهتم إلا بالشكل فقط والعودة بالأفكار إلى العصور السابقة مثل إصرار بعض التيارات على أن تظل النساء في المنزل دون الاختلاط مع المجتمع، واستبعاد المسيحيين كنوع من التهميش الأيديولوجي لهم (دراسة Esmat Youssef, 2014)، وهذا الدور الذي يجب أن تقوم به المؤسسات الدينية في عرض 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 السمحة، تعزيز شرعية احترام عقائد الآخرين، تنمية القيم المرتبطة بالعقيدة السمحة، ترسخ لمبادئ النقد الديني القائم على الاحترام، تحذر من أصحاب الأفكار الهدامة، الحيادية والموضوعية في عرض الموضوعات الدينية، تحذر من أنماط السلوك الدخيلة على ثقافتنا الدينية، ترشد إلى أهمية ربط السلوك بالدين، كما

كشفت نتائج الدراسة أن اتجاهات الشباب الجامعي نحو الدور المتوقع من المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في الوعي الديني تمثلت في: تناقش القضايا المعاصرة وفق رؤية دينية، تغرس قيمة الحرص على التعلم واكتساب المعرفة، وتصحح الأفكار المتناقضة مع عقيدة الدين، تطرح التصور الديني في الممارسات والسلوك، توضح أركان الإيمان، تنمي القدرة على التفكير العلمي لدى أفراد المجتمع، تغرس قيم احترام العلم والعلماء، تحذر من البدع والخرافات المتعارضة مع الدين، تحذر من أنماط السلوك الدخيلة على الدين، تؤصل أدب الاختلاف والحوار، تدعو إلى الصفح والعفو بين أفراد المجتمع، ترشد إلى أهمية ربط السلوك بالعقيدة، تقدم حلولاً لمواجهة العادات والتقاليد الفاسدة، تنمي روح التجديد والابتكار والمبادأة، كما كشفت نتائج الدراسة أن الشباب الجامعي يرون أن هناك العديد من القضايا والموضوعات التي يجب أن يركز عليها مضمون الخطاب الديني في المواقع مثل: التركيز على التسامح الديني مع أصحاب الديانات الأخرى، الدعوة إلى الالتزام بصحيح الدين والبعد عن مظاهر التشدد والتطرف، توضيح موقف الدين من التعايش السلمي بين مختلف الأديان والمذاهب، شرح العبادات والهدف منها في الدنيا، إبراز تأكيد الأديان على أهمية حرية ممارسة الشعائر الدينية، التركيز على موقف الدين في أهمية الحوار مع أصحاب الديانات الأخرى، التركيز على موقف الدين من القضايا المعاصرة كالإرهاب والإدمان وحقوق الإنسان، ويؤدي ذلك في النهاية إلى تدعيم منظومة القيم الأخلاقية لدى الشباب الجامعي والتي تتمثل في: صلة الأرحام، الشكر، الصدق، العفو، الإحسان إلى الجيران، التعاون، الصبر، القناعة، الإيثار.

خامساً - المصادقية والثقة في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية: كشفت نتائج الدراسة أن اتجاهات الشباب الجامعي نحو مستوى

مصادقية المضمون في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية تمثلت في: التوقف عن بعض الممارسات الدينية الخاطئة للثقة في المضمون المقدم بها، اكتساب عادات جديدة للثقة في المضمون، المعلومات التي تقدمها البرامج بها حلول سهلة وبسيطة لمشاكل اجتماعية معقدة، تقدم البرامج حلولاً واقعية للمشكلات وتقدم وجهة النظر السليمة تجاهها، يتم مراجعة المعلومات التي تتم إذاعتها بدرجة عالية من الكفاءة قبل عرضها، تحرص المواقع على عرض آراء خبراء على درجة كبيرة من الكفاءة المهنية، كما كشفت نتائج الدراسة أن هناك العديد من الأسباب التي تؤدي إلى ثقة الشباب الجامعي في المضمون المقدم في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية وتتمثل في: استخدام الدلالات الدينية من القرآن الكتاب المقدس، نقل المعلومات من مصادر موثوق منها، الاعتماد على شخصيات بارزة قريبة من الجمهور للتأثير بالرأي العام، عرض وجهات النظر المختلفة حول القضايا، استخدام البرامج الأرقام والإحصائيات، تفكيك دلالات الخطابات المتطرفة وبيان تأثيرها السياسي في المجتمع، التعامل مع القضايا بشكل علمي واستخدام البراهين العلمية، الاعتماد على استمالة مشاعر الجمهور نحو قضية معينة أو موضوع محدد، كما كشفت نتائج الدراسة أن مساهمة المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية في تعزيز ثقة الشباب الجامعي بالله تتمثل في: الدعاء بشكل أفضل، تعزيز الصلة بالله تعالى، الخشوع في الصلاة، رفع درجة الإيمان بالله، الخشوع والتدبر عند استخدام القرآن والإنجيل، مما يسهم في تخفيف المشاعر المؤلمة مثل الحزن والضيق، الشعور بالأمان والاطمئنان، تخفيف ضغط الحياة، تخفيف الشعور بالملل، تعزيز الثقة، التحرر من الشعور بالذنب؛ مما يوضح أن ثقة الشباب الجامعي فيما تقدمه المواقع من معلومات يثق معظم الشباب الجامعي في هذه المضامين، مما يستلزم الاعتماد على رجال دين لهم حضور

قوي لدى المستخدمين، الاعتماد على متخصصين في مجالات الدين والحياة، ومن الملاحظ زيادة ثقة المبحوثين في المواقع الإلكترونية الإسلامية إذ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المبحوثين للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت وتقييمهم لمصداقية المضامين الدينية المقدمة بهذه المواقع (دراسة ريهام الحبيبي، 2014).

سادساً - الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية: كشفت نتائج الدراسة أن اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية تمثلت في: يعمل الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على التخلص من المشاعر السلبية تجاه الآخرين، حرص قيادات الأزهر والكنيسة على إظهار مشاعر الإخوة نحو الآخرين، حرص الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على توضيح أمور العبادات المختلفة وكيفية الانتظام في العبادات والطقوس الدينية، يعمل الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على إظهار كيفية التعامل مع الآخر في المواقف المختلفة، يعمل الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على إظهار الروح الصحيحة للدين القائمة على التسامح، حرص الموقع الإلكتروني للأزهر والكنيسة على نشر زيارات القيادات الدينية لتوضيح سماحة الأديان السماوية، يقوم الأزهر والكنيسة بتزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة عن الدين، يعمل الأزهر والكنيسة على تعريف الجمهور بالقضايا الدينية المعاصرة والواقعية، تحرص قيادات الأزهر والكنيسة على المساهمة في احترام عقيدة الآخر، ومن الملاحظ أن الأبعاد الوجدانية تتفوق على الأبعاد المعرفية والسلوكية، إذ إن قضية الوعي والتسامح الديني صعبة ومعقدة، مما يجعل الشباب الجامعي عاجزين عن التدخل فيها إلا من خلال التعاطف الشديد مع قضية الوعي والتسامح الديني ونبذ العنف والتعصب الديني، وزيادة الشعور بالكرهية لكل

ما يخالف مفاهيم الوعي والتسامح الديني، والخوف على مستقبل تلك القضية في ضوء تنامي ظاهرة الإرهاب في العالم في الوقت الحالي، ويتضح من النتائج تدني نسبة الأبعاد السلوكية، من خلال عجز المبحوثين عن اتخاذ مواقف من شأنها المساندة والمساعدة في قضية نبذ التعصب ونبذ العنف، إذ جاءت أعلى النسب بتأييد حرص قيادات الأزهر والكنيسة على إظهار مشاعر الإخوة نحو الآخرين.

سابعاً - اختبار فروض الدراسة: كشف اختبار فروض الدراسة عن وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاهات الشباب الجامعي نحو الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في الوعي الديني وبين مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية، وعدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الشباب الجامعي نحو مصداقية المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ودرجة المبحوثين على مقياس التسامح الديني، ووجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستويات استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ومصادقية الرسالة الإعلامية المقدمة بها، وعدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني وبين السن للمبحوثين ونوع المبحوثين والمستوى الاجتماعي الاقتصادي، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر الوعي الديني وبين نوع المؤسسة، كما كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية والأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية.

توصيات الدراسة:

- ضرورة الاهتمام بعرض المصادر المختلفة للثقافتين الإسلامية والمسيحية عن بعض الجوانب المختلفة وغير المعروفة لدى الشباب الجامعي.
- ضرورة التركيز على المعاملات اليومية وزيادة المضامين المتعلقة بها.
- ضرورة الاهتمام بالمضامين التي تهتم بصحيح الدين الإسلامي والمسيحي والتي توضح خطورة الأفكار المتشددة.
- الاهتمام بتغطية الأحداث المحلية الدينية والإقليمية والدولية، والشخصيات الإسلامية والمسيحية المؤثرة عبر التاريخ الإسلامي.
- ضرورة التجديد والابتكار في الشكل والمضمون المتعلق بالمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية.
- العمل على الاستعانة بالوسائط المتعددة والتي يمكن استغلالها لتقريب المفاهيم المتعلقة بالتسامح الديني بين أصحاب الديانات وغيرهم.

الهوامش

- (1) جيهان سباق علي خليفة، 2019، أطر تقديم حركات الإسلام السياسي في الصحافة الإلكترونية العربية والغربية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، 2019.
- (2) Siegel, Alexandra A.; Tucker, Joshua A, The Islamic State's information warfare Measuring the success of ISIS's online strategy, **Journal of Language & Politics**, Vol. 17, Issue 2, 2018, p258 – 280.
- (3) محمد عبد المنعم كمال، المواقع الإلكترونية الإسلامية ودورها في تشكيل المعرفة الدينية لدى المسلمين الجدد من غير الناطقين باللغة العربية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2018.
- (4) دعاء محمد فوزي عيسى عرابي، اتجاه الخطاب الإسلامي الإلكتروني نحو عينة من القضايا القومية المعاصرة وانعكاسه على اتجاهات الجمهور: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، 2018.
- (5) نجاح بولس تاوضروس، العلاقة بين التعرض للمواقع القبطية على الإنترنت ومستوى المشاركة السياسية لأقباط المهجر، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2018.
- (6) معد عاصي علي، دور المواقع الإلكترونية الإسلامية في تشكيل اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون فيها بعد سقوط النظام العراقي، دفا تر السياسة والقانون، يناير، 2003، ص 98-128.
- (7) كيرلس عفت نسيم مصري، معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لقضايا الأقباط في مصر وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو الوحدة الوطنية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، 2018.
- (8) مؤمن جبر عبد الشافي، أحمد مختار بدر، اتجاهات شباب الجامعات نحو معالجة الأحداث السياسية بالمواقع الإلكترونية الدينية، مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، الإصدار 20، العدد 74، يناير-مارس 2017.

- (9) David K. Okai, Mr. Ernest K. Ampomah, The Influence Of Facebook Usage on Christians, A Review, **The American Journal of Biblical Theology**, Volume 18, Issue48, November 26, 2017, p1 – 12.
- (10) Pamela Jo Brubaker, Michel M. Haigh, The Religious Facebook Experience: Uses and Gratifications of Faith-Based Content, **Social Media + Society**, April-June,2017, p1 – 11.
- (11) Amanda Jo Ratcliff, Josh McCarty, Matt Ritter, Religion and New Media: A Uses and Gratifications Approach, **Journal of Media and Religion**, Vol 16, Issue1, January, 2017, p15–26.
- (12) Sara Monaci, Explaining the Islamic State's Online Media Strategy: A Transmedia Approach, **International Journal of Communication**, Vol11, 2017, p2842 – 2860.
- (13) أحمد عبد المالك أحمد عبد الحكيم، الخطاب الديني في المنتديات العربية على الإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2016.
- (14) نجية محمد محمد محمود العناني، أطر معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية للعلاقة بين المسلم والمسيحي وعلاقتها بمستويات الانتماء لدى المراهقين، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2016.
- (15) وجدان جاسم، 2016، دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال البحرينية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2016.
- (16) Mohamed Satti, Framing the Islamic State on Al Jazeera English and the BBC websites, **Journal of Arab & Muslim Media Research**, Volume 8 Number 1,2015, p. 37–53
- (17) حردان هادي صايل، دور المواقع الإسلامية الافتراضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا الدينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015.

(18) أميرة محمد محمد سيد أحمد، دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثالث، يوليو - سبتمبر، 2019، ص 153 - 217.

(19) ريهام الحبيبي، مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصري: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، 2014.

(20) Esmat, Youssef, Constructing an Islamist Vision: A Discourse Analysis of Egyptian Islamist Websites". **Un-Published Master dissertation**, Cairo: The American University, Journalism and Mass Communication Department, 2014.

(21) Christopher C. Keppler, Facebook and The Church: Gratifications Sought and Gratifications Obtained, **Un-Published dissertation**, The Graduate Faculty, The University of Akron, 2014.

(22) Marita Lehnert Haakenstad, The discussion of Coptic issues in the Egyptian media, after the revolution – sectarian and polarizing? **Un-Published Master Dissertation**, University of Oslo, Department of Political Science, 2013.

(23) Kenthea Albert-Leigh Joan Fogenay, A Christian Mega Church Strives for Relevance: Examining Social Media and Religiosity, **Un-Published Master dissertation**, Greenspun College of Urban Affairs The Graduate College, University of Nevada, Las Vegas, 2013.

(24) كريستينا بدوي أمين بدوي، دور الخطاب الديني بالقنوات المسيحية العربية في التثقيف الديني لدى الشباب المسيحي المصري ، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، 2013.

(25) إياد مصطفى الأطرش، معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية، لواقع الأقباط في مصر: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الجزيرة نت والعربية نت،

رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الآداب والعلوم الإنسانية،
غزة، 2011.

- (26) Thomas Stallbaumer II, (Social) Media Priming: The Role of Social Media in Priming Biases and Aggression in Online News Readership, **Un-Published Master dissertation**, University of Arkansas, Arts in Journalism, 2017, p2.
- (27) Francesca R. Dillman Carpentier, **Priming: Memory, Media and Minorities**, New York, The Routledge Companion to Media and Race, 1st ed., 2016, p. 424.
- (28) Daniel Stevens, Susan Banducci, Jeffrey Karp, Jack Vowles, priming time for Blair? Media priming, Iraq, and leadership evaluations in Britain, **Electoral Studies**, Vol 30, 2001, p 2.
- (29) أيمن منصور ندا، شيماء ذو الفقار حامد زغيب، دراسات في نظريات الرأي العام، المدينة برس، القاهرة، 2004، ص 63.
- (30) ولاء إبراهيم عقاد، معالجة القضايا المقدمة في برامج الرأي الجماهيرية في الفضائيات العربية واتجاهات النخبة المصرية نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2011، ص 105 – 106.
- (31) محمد عبد العزيز سيد طه، مصداقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2017.
- (32) Silvia Knobloch-Westerwick, Steven B. Kleinman, Preelection Selective Exposure: Confirmation Bias Versus Informational Utility, **Communication Research**, Vol 39, Issue 2, 2012, p 175.
- (33) Gunnar Thesen, Christoffer Green-Pedersen, Peter B. Mortensen, Priming, Issue Ownership, and Party Support: The Electoral Gains of an Issue-Friendly Media Agenda, **Political Communication**, Vol 34, 2017, p 285.

(34) رضا شاكر السيد الخولي، المعالجة التلفزيونية لقضايا الأحزاب السياسية في مصر وعلاقتها باتجاهات الشباب المصري نحو هذه الأحزاب، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2017، ص 100.

(35) Sungtae Ha, Attribute Priming Effects and Presidential Candidate Evaluation: The Conditionality of Political Sophistication, **Mass Communication and Society**, Vol 14, 2011, p 318.

(36) Hyun Suk Kim; Mello, Susan Lorraine; Sungkyoung Lee; Cappella, Joseph N, It Takes Two: The Significance of Examining Both Recency and Frequency of Media Priming Effects, **Conference Papers – International Communication Association**, Annual Meeting, 2012, p8.

(37) آية محمد علي محمد علي، التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2017، ص 33.

(38) Francesca R. Dillman Carpentier, C. Temple Northup, M. Scott Parrott, Revisiting Media Priming Effects of Sexual Depictions: Replication, Extension, and Consideration of Sexual Depiction Strength, **Media Psychology**, Vol 17, 2014, p37.

(39) Andreea Elena Cârstea, Framing the 2009 Presidential Elections Electoral Campaign Coverage in Opinion Articles, **Journal of Media Research**, Vol. 5 Issue 2, 2012, p97.

(40) بوابة الأزهر، تاريخ الجامع الأزهر، تم الاطلاع 31 ديسمبر 2019، متاح على الموقع الإلكتروني:

<http://www.azhar.eg/alazhar/%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE>.

(41) الكنيسة المسيحية القبطية الأرثوذكسية في مصر، تاريخ الاطلاع 30 ديسمبر، متاح على الموقع الإلكتروني:

https://st-takla.org/Coptic-church-1_.html

- (42) سمير محمد حسين. البحث العلمي: الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، 1991، ص98.
- (43) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص158.
- (44) بركات عبد العزيز، طرق البحث في علم الاتصال، دن، القاهرة، 2003، ص62-63.
- (45) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 19.
- (46) فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2001، ص 88.
- (47) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص130.
- (48) ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط1، دار الفكر، 2007، الأردن، ص94.
- (49) أحمد الخطيب، البحث العلمي، عالم الكتاب الحديث، القاهرة، 2009، ص 136.
- (50) أريج محمد فخر الدين فؤاد، مصداقية الإعلان التلفزيوني في القنوات الفضائية العربية وعلاقته بالاتجاهات الشرائية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2016، ص 43-44.
- (51) إيمان أسامة أحمد عبد الفتاح، تقييم فعالية استخدام الوسائل الإعلانية التفاعلية في التأثير على النوايا الشرائية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2017، ص 46.
- (52) سمير حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2006، ص206.
- (53) محمد الوفاي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1989، ص112.
- (54) المرجع السابق، ص12.

- (55) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص130.
- (56) Wimmer, R. D., & Dominick, J. R, 9th Edition, **Mass Media Research: An Introduction**, USA, American Marketing Association, 2011, p.178.
- (57) نشوى عقل، المعالجة التلفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان، رسالة دكتوراه، غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007، ص60.
- (58) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط4، عالم الكتب، القاهرة، 2015، ص465.
- (59) ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009، ص176.
- (60) شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004، ص32.
- (61) Silvia Knobloch-Westerwick, Steven B. Kleinman, Preelection Selective Exposure: Confirmation Bias Versus Informational Utility, **Communication Research**, Vol 39, Issue 2, 2012, p172.
- (62) Richard Petty , T. M. Ostrom, T. C. Brock , **Cognitive Responses in Persuasion**, New York, Psychology Press, 2014, p. 13 -15.
- (63) Mariana Goya Martinez, Contextual Priming Effects in The Reception and Evaluation of News Events, Un- Published PHD dissertation, University of Illinois, Journalism college, 2013, p. 88.
- (64) عمرو محمد محمود عبد الحميد، اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2016، ص261.
- (65) شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، مرجع سابق، ص 92.

(66) رضا شاكر السيد الخولي، المعالجة التلفزيونية لقضايا الأحزاب السياسية في مصر وعلاقتها باتجاهات الشباب المصري نحو هذه الأحزاب، مرجع سابق، ص102.

(67) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص287-288.

(68) آية محمد علي محمد علي، التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري، مرجع سابق، 2017، ص34.

المراجع

أولاً - باللغة العربية :

- أحمد الخطيب، **البحث العلمي**، عالم الكتاب الحديث، القاهرة، 2009.
- أحمد عبد المالك أحمد عبد الحكيم، الخطاب الديني في المنتديات العربية على الإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2016.
- أريج محمد فخر الدين فؤاد، مصداقية الإعلان التلفزيوني في القنوات الفضائية العربية وعلاقته بالاتجاهات الشرائية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2016.
- أميرة محمد محمد سيد أحمد، دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثالث، يوليو - سبتمبر، 2019.**
- إياد مصطفى الأطرش، معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الجزيرة نت والعربية نت، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، غزة، 2011.
- آية محمد علي محمد علي، التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2017.
- إيمان أسامة أحمد عبد الفتاح، تقييم فعالية استخدام الوسائل الإعلانية التفاعلية في التأثير على النوايا الشرائية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2017.
- أيمن منصور ندا، شيماء ذو الفقار حامد زغيب، **دراسات في نظريات الرأي العام، المدينة برس، القاهرة، 2004.**
- بركات عبد العزيز، **طرق البحث في علم الاتصال**، دن، القاهرة، 2003.
- بوابة الأزهر، تاريخ الجامع الأزهر، تم الاطلاع 31 ديسمبر 2019، متاح على الموقع الإلكتروني.

<http://www.azhar.eg/alazhar/%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE>.

- جبهان سباق علي خليفة، أطر تقديم حركات الإسلام السياسي في الصحافة الإلكترونية العربية والغربية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، 2019.
- حردان هادي صايل، دور المواقع الإسلامية الافتراضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا الدينية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015.
- دعاء محمد فوزي عيسى عرابي، اتجاه الخطاب الإسلامي الإلكتروني نحو عينة من القضايا القومية المعاصرة وانعكاسه على اتجاهات الجمهور: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، 2018.
- ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، ط1، دار الفكر 2007، الأردن.
- رضا شاکر السيد الخولي، المعالجة التلفزيونية لقضايا الأحزاب السياسية في مصر وعلاقتها باتجاهات الشباب المصري نحو هذه الأحزاب، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2017.
- ريهام الحبيبي، صداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصري: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، 2014.
- سمير حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2006.
- سمير محمد حسين. البحث العلمي: الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، 1991.
- شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004.
- عمرو محمد محمود عبد الحميد، اتجاهات الرأي العام المصري نحو صداقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2016.

- فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2001.
- كريستينا بدوي أمين بدوي، دور الخطاب الديني بالقنوات المسيحية العربية في التنقيف الديني لدى الشباب المسيحي المصري، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، 2013.
- الكنيسة المسيحية القبطية الأرثوذكسية في مصر، تاريخ الاطلاع 30 ديسمبر، متاح على الموقع الإلكتروني: https://st-takla.org/Coptic-church-1_.html
- كيرلس عفت نسيم مصري، معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لقضايا الأقباط في مصر وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو الوحدة الوطنية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، 2018.
- محمد الوفاي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1989.
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط4، عالم الكتب، القاهرة، 2015.
- محمد عبد المنعم كمال، المواقع الإلكترونية الإسلامية ودورها في تشكيل المعرفة الدينية لدى المسلمين الجدد من غير الناطقين باللغة العربية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2018.
- محمد عبد العزيز سيد طه، مصداقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2017.
- معد عاصي علي، دور المواقع الإلكترونية الإسلامية في تشكيل اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون فيها بعد سقوط النظام العراقي، دفاثر السياسة والقانون، 2003.
- مؤمن جبر عبد الشافي، أحمد مختار بدر، اتجاهات شباب الجامعات نحو معالجة الأحداث السياسية بالمواقع الإلكترونية الدينية، مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، الإصدار 20، العدد 74، يناير - مارس 2017.

- ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009.
- نجاح بولس تاووضروس، العلاقة بين التعرض للمواقع القبطية على الإنترنت ومستوى المشاركة السياسية لأقباط المهجر، **رسالة ماجستير**، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2018.
- نجية محمد محمد محمود العناني، أطر معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية للعلاقة بين المسلم والمسيحي وعلاقتها بمستويات الانتماء لدى المراهقين، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2016.
- نشوى عقل، المعالجة التلفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007.
- وجدان جاسم، دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال البحرينية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية: دراسة تحليلية وميدانية، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2016.
- ولاء إبراهيم عقاد، معالجة القضايا المقدمة في برامج الرأي الجماهيرية في الفضائيات العربية واتجاهات النخبة المصرية نحوها، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2011.

ثانياً - باللغة الإنجليزية :

- Amanda Jo Ratcliff, Josh McCarty, Matt Ritter, Religion and New Media: A Uses and Gratifications Approach, **Journal of Media and Religion**, Vol 16, Issue1, January, 2017 .
- Andreea Elena Cârstea, Framing the 2009 Presidential Elections Electoral Campaign Coverage in Opinion Articles, **Journal of Media Research**, Vol. 5 Issue 2, 2012.
- Christopher C. Keppler, Facebook and The Church: Gratifications Sought and Gratifications Obtained, **Un-Published dissertation**, The Graduate Faculty, The University of Akron, 2014.

- Daniel Stevens, Susan Banducci, Jeffrey Karp, Jack Vowles, priming time for Blair? Media priming, Iraq, and leadership evaluations in Britain, **Electoral Studies**, Vol 30, 2001.
- David K. Okai, Mr. Ernest K. Ampomah, The Influence Of Facebook Usage on Christians, A Review, **The American Journal of Biblical Theology**, Volume 18, Issue48, November 26, 2017.
- Esmat, Youssef, Constructing an Islamist Vision: A Discourse Analysis of Egyptian Islamist Websites”. **Un-Published Master dissertation**, Cairo: The American University, Journalism and Mass Communication Department, 2014.
- Francesca R. Dillman Carpentier, C. Temple Northup, M. Scott Parrott, Revisiting Media Priming Effects of Sexual Depictions: Replication, Extension, and Consideration of Sexual Depiction Strength, **Media Psychology**, Vol 17, 2014.
- Francesca R. Dillman Carpentier, **Priming: Memory, Media and Minorities**, New York, The Routledge Companion to Media and Race, 1st ed., 2016.
- Gunnar Thesen, Christoffer Green-Pedersen, Peter B. Mortensen, Priming, Issue Ownership, and Party Support: The Electoral Gains of an Issue-Friendly Media Agenda, **Political Communication**, Vol 34, 2017
- Hyun Suk Kim; Mello, Susan Lorraine; Sungkyoung Lee; Cappella, Joseph N, It Takes Two: The Significance of Examining Both Recency and Frequency of MediaPriming Effects, **Conference Papers - International Communication Association**, Annual Meeting, 2012.
- Kenthea Albert-Leigh Joan Fogenay, A Christian Mega Church Strives for Relevance: Examining Social Media and Religiosity, **Un-Published Master dissertation**, Greenspun College of Urban Affairs the Graduate College, University of Nevada, Las Vegas, 2013.
- Mariana Goya Martinez, Contextual Priming Effects in The Reception and Evaluation of News Events, Un- Published PHD dissertation, University of Illinois, Journalism college, 2013.

- Marita Lehnert Haakenstad, The discussion of Coptic issues in the Egyptian media, after the revolution – sectarian and polarizing? **Un-Published Master Dissertation**, University of Oslo, Department of Political Science, 2013.
- Mohamed Satti, Framing the Islamic State on Al Jazeera English and the BBC websites, **Journal of Arab & Muslim Media Research**, Volume 8 Number 1, 2015.
- Pamela Jo Brubaker, Michel M. Haigh, The Religious Facebook Experience: Uses and Gratifications of Faith-Based Content, **Social Media + Society**, April-June, 2017.
- Richard Petty , T. M. Ostrom, T. C. Brock , **Cognitive Responses in Persuasion**, New York, Psychology Press, 2014.
- Sara Monaci, Explaining the Islamic State's Online Media Strategy: A Transmedia Approach, **International Journal of Communication**, Vol11, 2017.
- Siegel, Alexandra A.; Tucker, Joshua A, The Islamic State's information warfare Measuring the success of ISIS's online strategy, **Journal of Language & Politics**, Vol. 17, Issue 2, 2018.
- Silvia Knobloch-Westerwick, Steven B. Kleinman, Preelection Selective Exposure: Confirmation Bias Versus Informational Utility, **Communication Research**, Vol 39, Issue 2, 2012.
- Sungtae Ha, Attribute Priming Effects and Presidential Candidate Evaluation: The Conditionality of Political Sophistication, **Mass Communication and Society**, Vol 14, 2011.
- Thomas Stallbaumer II, (Social) Media Priming: The Role of Social Media in Priming Biases and Aggression in Online News Readership, **Un-Published Master dissertation**, University of Arkansas, Arts in Journalism, 2017.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R, 9th Edition, **Mass Media Research: An Introduction**, USA, American Marketing Association, 2011.

University Students' Use of Official Religious Websites and the Relation of their Attitudes towards Issues of Religious Awareness and Tolerance: A Comparative Study between the Sites of Al-Azhar and the Egyptian Church

Abstract:

The study aimed to identify the university students' usage of official religious Websites and their attitudes towards the issues of religious awareness and tolerance between the sites of Al-Azhar and the Egyptian Church, applying to an available sample of 368 using the questionnaire tool to obtain information about the subject of the study. The results revealed that the two websites have taken care of issues that increase the religious awareness and tolerance among university students by resisting the cultural invasion. These sites have paid attention to the importance of values and virtuous morals, religious identity. The results also revealed that the sources of tolerance and religious awareness were: Holy Qur'an and the Bible. The results also revealed that university students' attitudes towards the credibility of the content of the official religious websites came as follow: I stopped some wrong religious practices because of my trust in the content presented, I gained new habits because of my confidence in the content presented, the information presented were easy and introduced simple solutions to complex social problems. Finally, the sites offered realistic solutions to all problems and provided all view. All information provided on the two sites has been reviewed with a high degree of efficiency before displaying from experts regarding the degree of professionalism.

Keywords: Official Religious Websites, Religious Awareness, Religious Tolerance, Al-Azhar, Egyptian Church.

The Author:**Dr. Abdul Sadek Hassan Abdul Sadek**

- PhD in Mass Communication - Cairo University - Faculty of Mass Communication - 2006 with honors - Arab Republic of Egypt.
- Associate Professor of Mass Communication - College of Arts and Sciences - Ahlia University - Kingdom of Bahrain.

Publications:

- 1- Gulf Banks' Public Relations Use of Interactive Communication with Customers, The Egyptian Journal of Public Opinion Research - Faculty of Mass Communication - Cairo University, Volume 19, Issue 1.2020.
- 2- The Dialogue Strategy in Public Relations Practice: A Comparative Study between Government Organizations in Bahrain and Egypt, Journal of the Gulf & Arabian Peninsula Studies. 2021, Vol. 47 Issue 181, p15-57.
- 3- The Effectiveness of Training Programs on Modern Technology use in Developing the Performance of Public Relations Practitioners in Egyptian and Bahraini Government Institutions, The Egyptian Journal of Media Research - Faculty of Mass Communication - Cairo University. The Egyptian Journal of Media Research - Faculty of Mass Communication - Cairo University, Volume 10, Issue 71.2020.
- 4- The Experience of the Kingdom of Saudi Arabia in the Field of E-learning During the Coronavirus Pandemic, Studies in Computational Intelligence, Technologies, Artificial Intelligence and the Future of Learning Post-COVID-19 The Crucial Role of International Accreditation, Volume 1019, 2022 ,PP 345- 368.
- 5- The Influence of Artificial Intelligence on Smart Learning: An Overview, Studies in Computational Intelligence, Technologies, Artificial Intelligence and the Future of Learning Post-COVID-19 The Crucial Role of International Accreditation, Volume 1019, 2022, pp 591-618.
- 6- The Role of Artificial Intelligence in Entrepreneurship, Artificial Intelligence for Sustainable Finance and Sustainable Technology Proceedings of ICGER 2021, Volume 238.
- 7- The Role of Artificial Intelligence in Human Resources, Future of Organizations and Work After the 4th Industrial Revolution, Future of Organizations and Work After the 4th Industrial Revolution, Studies in Computational Intelligence 1037, 2022.
- 8- The Usage of Artificial Intelligence in Arab Financial Institutions, Artificial Intelligence for Sustainable Finance and Sustainable Technology Proceedings of ICGER 2021, Volume 238.
- 9- The Usage of Artificial Intelligence in Digital Marketing: A Review, Applications of Artificial Intelligence in Business, Education and Healthcare, Studies in Computational Intelligence, Volume 954, 2022.

10.34120/0757-043-611-001

Monograph 611

University Students' Use of Official Religious Websites and the Relation of their Attitudes towards Issues of Religious Awareness and Tolerance: A Comparative Study between the Sites of Al-Azhar and the Egyptian Church

Abdul Sadek Hassan Abdul Sadek, Ph.D.

College of Arts and Sciences - Ahlia University

Kingdom of Bahrain

عزيزي القارئ:

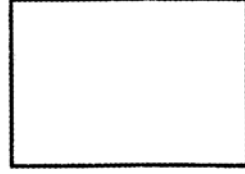
يسر أسرة تحرير حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية أن ترحب بكم وتتقدم لكم بأطيب التحيات، شاكرين لكم سلفاً تعاونكم من أجل تطوير الحوليات؛ وذلك من خلال إجاباتكم عن هذه الأسئلة:

- ١ - العمر: سنة
- ٢ - الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى
- ٣ - بلد الإقامة: ☐ الكويت ☐ خارج الكويت (انكر)
- ٤ - التعليم: ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ ماجستير ☐ دكتوراه
- ٥ - طبيعة المهنة: ☐ أكاديمي ☐ إداري ☐ مهني ☐ أخرى (وانكرها) ...
- ٦ - مواضيعك المفضلة: ☐ أدبية ولغوية ☐ سياسية ☐ اجتماعية ونفسية ☐ تاريخية ☐ ثقافية ☐ أخرى (وانكرها) ...
- ٧ - كيف تحصل على الحوليات؟ ☐ شراء ☐ اشتراكاً ☐ استعارة ☐ لا
- ٨ - هل تصلك الحوليات في الوقت المناسب؟ ☐ نعم ☐ لا
- ٩ - رأيك في حجم الحوليات؟ ☐ كبير ☐ متوسط ☐ صغير
- ١٠ - كيف ترى موضوعات الحوليات؟ ☐ متنوعة ☐ غير متنوعة
- ١١ - ما الطابع العام للحوليات من وجهة نظرك؟ ☐ لغوي ☐ اجتماعي ☐ تاريخي ☐ جغرافي ☐ متنوع
- ١٢ - هل تقرأ الحوليات بانتظام؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٣ - هل تقرأ الحوليات فقط إذا كان موضوعها له علاقة بتخصصك؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٤ - هل تقرأ الحوليات فقط إذا كنت ستستعين بمادتها كمرجع لبحث؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٥ - هل تحتفظ بالحوليات بعد قراءتها؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٦ - اقتراحاتك لتطوير الحوليات وتطوير خدماتها للقارئ:

.....

.....

.....



حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية
مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت
ص.ب: 17370 الخالدية
الكويت 72454
دولة الكويت

البريد الجوي
BY AIR MAIL
PAR AVION

إصدار شهري

«تصدر مؤقتاً كل ثلاثة أشهر»

نعنى بشؤون الأنظمة والمحاماة



أهداف المجلة :

- * طرح ومعالجة شتى قضايا العصر ذات الطابع الشرعي والقانوني مع التركيز على إبراز الفقه الإسلامي وتبيان تميزه وشموليته في معالجة تلك القضايا .
- * أن تكون ساحة إعلامية لنوعي الإختصاص الشرعي والقانوني يقدمون من خلالها البحوث والدراسات ، فضلاً عن التحقيقات الصحفية المتميزة ذات العلاقة .
- * نشر الوعي بأهمية المحاماة ، وحاجة الناس إليها والتأكيد على أن المحاماة علم ، وفن ، ورسالة .

دعوة للمشاركة :

- * يسر «المحامي» دعوتكم للمساهمة عبر صفحاتها في كل الشؤون الشرعية والقانونية من بحوث ودراسات ومقالات أو تحقيقات .
- * تقدم المجلة مكافأة عن المقالات والمواضيع التي تقبلها للنشر .

رئيس التحرير :

المحامي / طارق المزني

سكرتير التحرير :

حسين العسكر

مسؤول إشتراكات :

خالد يس

الهيئة الاستشارية :

فضيلة الشيخ / عبد الله البسام

فضيلة الشيخ / مصطفى الزرقا

فضيلة الشيخ / سعد البريك

سعادة الدكتور / سعود الدريب

سعادة الأستاذ / عبدالله السبهان

سعادة الدكتور / عبدالفتاح خضر

سعادة المستشار / أحمد منير فهمي

الاشتراكات: المملكة العربية السعودية : ١٠٠ ريال في السنة (للأفراد والمؤسسات)

الدول الأخرى : ٢٧ دولار أمريكي (للأفراد والمؤسسات)

تدفع الاشتراكات باسم المجلة ، بشيك مسحوب على أحد المصارف السعودية أو بتحويل مصرفي باسم رئيس التحرير : حساب رقم ٥٦٤٩/١ - شركة الراجحي المصرفية للاستثمار - الرياض - فرع الروضة .

توجه جميع المراسلات إلى رئيس التحرير : ص . ب ٦٨٧٤ الرياض (١١٤٥٢)

هاتف : ٤٦٥٢٧٢٥ (٩٦٦١) / فاكس : ٤٦١٣١٥٢ (٩٦٦١)

مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية



مجلة علمية فصلية محكمة تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت
صدر العدد الأول منها في يناير عام 1975م

رئيس التحرير

أ. د. عثمان حمود الخضر

ترحب المجلة بنشر البحوث والدراسات العلمية المتعلقة بشؤون
منطقة الخليج والجزيرة العربية في مختلف المجالات العلمية.

ومن أبوابها

■ البحوث العربية

■ البحوث الإنجليزية

■ البحوث الفرنسية

الاشتراكات

ترسل قيمة الاشتراك مقدماً بشيك لأمر - جامعة الكويت
مسحوب على أحد المصارف الكويتية

داخل دولة الكويت : للأفراد : 3 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً
الدول العربية : للأفراد : 4 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً
الدول الغير عربية : للأفراد : 4 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً

توجه جميع المراسلات باسم رئيس تحرير مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية

ص.ب: 170073 الخالدية - الرمز البريدي: 72451 الكويت

تلفون: 24984067 - 24984066 - 24833705 (965)

البريد الإلكتروني: jgaps@ku.edu.kw

موقع المجلة: www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/jgaps

f : jgaps.kuniv

t : jgaps_ku

@ : jgaps_ku

المجلة التربوية



مجلة فصلية، تخصصية، محكمة

تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت

رئيس التحرير: أ. د. سلطان غالب الديحاني

نُشِرَ:

البحوث التربوية المحكمة

مراجعات الكتب التربوية الحديثة

محاضرات الحوار التربوي

التقارير عن المؤتمرات التربوية

وملخصات الرسائل الجامعية

❖ تقبل البحوث باللغتين العربية والإنجليزية.

❖ تنشر لأساتذة التربية والمختصين بها من مختلف الأقطار العربية والدول الأجنبية.

الاشتراكات:

في الكويت: ثلاثة دنائير للأفراد، وخمسة عشر ديناراً للمؤسسات.

في الدول العربية: أربعة دنائير للأفراد، وخمسة عشر ديناراً للمؤسسات.

في الدول الأجنبية: خمسة عشر دولاراً للأفراد، وستون دولاراً للمؤسسات.

توجه جميع المراسلات إلى:

رئيس تحرير المجلة التربوية - مجلس النشر العلمي ص.ب. ١٣٤١١ كيفان - الرمز البريدي 71955

الكويت هاتف: ٢٤٨٤٦٨٤٣ (داخلي ٤٤٠٣ - ٤٤٠٩) - مباشر: ٢٤٨٤٧٩٦١ - فاكس: ٢٤٨٣٧٧٩٤

E-mail: joe@ku.edu.kw

مَجَلَّةُ الشَّرِيعَةِ وَالْأَسْأَلِ الْإِسْلَامِيِّ

فَصَلِيَّةٌ عِلْمِيَّةٌ مَحْكَمَةٌ تَصْدُرُ عَنْ مَجْلِسِ النِّشْرِ الْعِلْمِيِّ بِجَامِعَةِ الْكُوَيْتِ
تُعْنَى بِالْبَحْثِ وَالدراسَاتِ الْإِسْلَامِيَّةِ

رئيس التحرير الأستاذ الدكتور : عبدالرزاق خليفة الشايحي

صدر العدد الأول في رجب ١٤٠٤هـ - أبريل ١٩٨٤م

- * تهدف إلى معالجة المشكلات المعاصرة والقضايا المستجدة من وجهة نظر الشريعة الإسلامية.
- * تشمل موضوعاتها معظم علوم الشريعة الإسلامية: من تفسير، وحديث، وفقه، واقتصاد وتربية إسلامية، إلى غير ذلك من تقارير عن المؤتمرات، ومراجعة كتب شرعية معاصرة، وفتاوى شرعية، وتعليقات على قضايا علمية.
- * تنوع الباحثون فيها، فكانوا من أعضاء هيئة التدريس في مختلف الجامعات والكليات الإسلامية على رقعة العالمين: العربي والإسلامي.
- * تخضع البحوث المقدمة للمجلة إلى عملية فحص وتحكيم حسب الضوابط التي التزمت بها المجلة، ويقوم بها كبار العلماء والمختصين في الشريعة الإسلامية، بهدف الارتقاء بالبحث العلمي الإسلامي الذي يخدم الأمة، ويعمل على رفعة شأنها، نسأل المولى عز وجل مزيداً من التقدم والازدهار.

جميع المراسلات توجه باسم رئيس التحرير

ص ب ١٧٤٣٣ الخالدية 72455 الكويت هاتف: ٢٤٨١٢٥٠٤ - ٢٤٩٨٤٧٢٣ - ٢٤٩٨٨٠٩٥ فاكس: ٢٤٨١٠٤٣٤

العنوان الإلكتروني: E-mail - jsis@ku.edu.kw - الاشتراكات - هاتف: ٢٤٩٨٦٠٦١ - 1029 - 8908 issn:



alsharia_ku

http://pubcouncil.kuniv.edu.kw/JSIS عنوان المجلة على شبكة الإنترنت:

اعتماد المجلة في قاعدة بيانات اليونسكو Social and Human Sciences Documentation Center

في شبكة الإنترنت تحت الموقع www.unesco.org/general/eng/infoserv/db/dare.html

تتوفر نصوص البحوث كاملة لدى: دار المنظومة www.mandumah.com

تفهرس المجلة وملخصاتها ونصوصها في قواعد البيانات والمعلومات التالية: EBSCO Publishing Products



لجنة التأليف والترجمة والنشر



جامعة الكويت مجلس النشر العلمي

تشكلت لجنة التأليف والترجمة
والنشر - التابعة لمجلس النشر
العلمي بجامعة الكويت
في عام 1976.

* أهداف اللجنة:

- 1- توسيع دائرة النشر العلمي بمختلف التخصصات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في جامعة الكويت.
- 2- إثراء المكتبة الكويتية بالكتب والمؤلفات العلمية والتخصصية والثقافية وكتب التراث الإسلامي باللغات العربية والأجنبية.
- 3- دعم وتنشيط عملية الترجمة التي تعد من الأهداف الرئيسية التي انعقد عليها الإجماع العربي.

* مهام اللجنة:

طبع ونشر المؤلفات العلمية والدراسية والأكاديمية والكتب الجامعية (Text Book). والترجمة لأعضاء هيئة التدريس التي يرغب أصحابها في نشرها على نفقة الجامعة. وبراعى التوازن في نشر هذه المؤلفات بحيث تغطي مختلف الاختصاصات في الكليات الجامعية.

توجه جميع المراسلات باسم رئيس اللجنة على العنوان التالي:

لجنة التأليف والترجمة والنشر/ جامعة الكويت

ص.ب: 28301 الصفاة 13144 - دولة الكويت

تلفون: 24984566 - 24984571 (965)

البريد الإلكتروني: atpc@ku.edu.kw

الموقع على الإنترنت: apc.ku.edu.kw/atpc

مجلة فصلية أكاديمية

محكمة تعنى بنشر البحوث

والدراسات القانونية والشرعية

مجلة الحقوق



تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت

رئيس التحرير

الدكتور/ فهد علي الزميع



الاشتراكات

في الكويت	في الدول العربية	في الدول الأجنبية	
٣ دنانير	٤ دنانير	١٥ دولاراً	الأفراد
١٥ ديناراً	١٥ ديناراً	٦٠ دولاراً	المؤسسات



توجه جميع المراسلات إلى رئيس التحرير على العنوان الآتي:

مجلة الحقوق - جامعة الكويت ص.ب: ٦٤٩٨٥ الشويخ - ب 70460 الكويت

تلفون: ٢٤٨٣٥٧٨٩ - ٢٤٨٤٧٨١٤ فاكس: ٢٤٨٣١١٤٣

E.mail: jol@ku.edu.kw

عنوان المجلة في شبكة الإنترنت <http://www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/jol>

ISSN 1029 - 6069



التعاون Attaawun

رئيس التحرير
الدكتور مرزوق بشير مرزوق

صدر العدد الأول

في ربيع الآخر ١٤٠٦ هـ — يناير ١٩٨٦ م

— تقبل الدراسات والبحوث والمقالات ذات الصلة المباشرة بقضايا دول مجلس التعاون في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية سواء كانت مكتوبة باللغة العربية أو الإنجليزية .

— تشمل على بحث أو دراسة رئيسية إضافة إلى الأبواب الثابتة الأخرى تحت عنوان : بحوث — آراء ووجهات نظر / تقارير / وثائق / عرض كتب / يوميات مجلس التعاون / جغرافيا مجلس التعاون / إحصاءات مجلس التعاون

يحررها نخبة من الباحثين والمختصين
يمنح المشاركون مكافأة مالية وفق نظام المكافآت الخاصة بالمجلة

توجه جميع المراسلات الى : رئيس التحرير — مجلة التعاون

ص . ب : ٧١٥٣ — الرياض : ١١٤٦٢

هاتف : ٤٨٨٠٤١٢ (٩٦٦١)

فاكس : ٤٨٢٩١٠٩ (٩٦٦١)

Email : attaawun@gcc-sg.org

KUWAIT JOURNAL OF SCIENCE

An International Journal of the Kuwait University

ISSN 2307 - 4108

A refereed Journal publishes original research in various fields of Basic and Applied Sciences and also Computer Sciences. The Journal is published three times a year by the Academic Publication Council (APC) Kuwait University.

The Journal is indexed and abstracted by major publishing houses such as Chemical Abstract, Science Citation Index Expanded, Mathematical Reviews, SCOPUS, zbMATH, Current Contents, Mathematics Abstract, Microbiological Abstracts, Directory of Open Access Journals (DOAJ) etc.

Annual Subscription

Inside Kuwait:	3 KD	<i>for individuals.</i>
	15 KD	<i>for establishments</i>
Arab Countries:	4 KD	<i>for Individuals.</i>
	15 KD	<i>for establishments</i>
Other Countries:	15 US\$	<i>for Individuals.</i>
	60 US\$	<i>for establishments</i>

Index to KUWAIT JOURNAL OF SCIENCE is available from the Academic Publication Council, Kuwait University.

All Correspondence and Manuscripts directed to:
Professor Mohammad Afzal, Editor-in-Chief
P.O.Box 17225, Khaldiya 72453, KUWAIT
Tel: (+965) 2481 6261, 2498 4414, 2498 4625, 2498 4456.
Fax: (+965) 2484 6725

E-mail: kjs@ku.edu.kw
Website: <http://journals.ku.edu.kw/kjs>

The Journal is now Printed and bounded in the STATE OF KUWAIT by the Al-Khat Printing Press Company. P. O. Box: 26992 Safat 13130 Kuwait
Tel.: (+965) 24844545 Fax: (+965) 24844949
(Email: info@alkhatpress.com)

The Publications of The Academic Publication Council

Journal of the Social Sciences 1973, Kuwait	Peninsula Studies 1975, Authorship Translation and Publication Committee 1976, Journal of Law 1977, Annals of the Arts and Social Sciences 1980, Arab	Journal for the Humanities 1981, The Educational Journal 1983, Journal of Sharia and Islamic Studies 1983, Arab Journal of Administrative Sciences 1991.
---	---	--

المجلة المريية للملوم الإنسانية

فصلية علمية محكمة تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت

بحوث باللغة العربية

بحوث باللغة الإنجليزية

بحوث باللغة الفرنسية

مناقشات وندوات

عروض الكتب الجديدة



رئيس التحرير

أ.د / عبد الهادي ناصر العجمي

مجلس
النشر
العلمي



ص.ب: 26585 الصفاة 13126 الكويت- هاتف: (965)24817689- فاكس: (965)24815453 فاكس: (965) 24812514

P.O. Box 26585 Safat, 13126 Kuwait - Tel.: (965) 24817689 - (965) 24815453 - Fax: (965) 24812514

Email: ajh@ku.edu.kw - http:// www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/ajh

مجلة العلوم الاجتماعية

تأسست عام ١٩٧٣م. فصلية. محكمة. تصدر عن مجلس النشر العلمي. جامعة الكويت
تعنى بنشر الأبحاث والدراسات في تخصصات السياسة والاجتماع والخدمة الاجتماعية
وعلم النفس والأنثروبولوجيا والجغرافيا وعلوم المكتبات والمعلومات والأعلام



رئيس التحرير:
د. د. مها مشاري السجاري

تفتح أبوابها أمام

أوسع مشاركة للباحثين العرب في مجال العلوم الاجتماعية
لنشر البحوث الأصلية والإسهام في معالجة قضايا مجتمعاتهم

ترحب بالدراسات المقارنة وتشجع على التكامل بين مختلف
تخصصات العلوم الاجتماعية

عرض مراجعات الكتب والتقارير وملخصات رسائل ماجستير
والدكتوراه

تتوفر نصوص البحوث كاملة لدى
EBSCO PUBLISHING

و دار المنظومة www.mandumah.com

توجه جميع المراسلات إلى:

رئيس تحرير مجلة العلوم الاجتماعية
جامعة الكويت

ص. ب: 27780 الصفاة، 13055 الكويت

تلفون: 00965 24810436

فاكس: 24836026

jss@ku.edu.kw

E-mail jsskuwait@gmail.com

الاشتراكات

الدول الأجنبية		الكويت والدول العربية	
أفراد	١٥ دولاراً	أفراد	٣ دنانير سنوياً في الكويت ٤ دنانير في الدول العربية
مؤسسات	٦٠ دولاراً في السنة ١١٠ دولارات لسنتين	مؤسسات	١٥ ديناراً في السنة ٢٥ ديناراً لمدة سنتين

تدفع اشتراكات الأفراد مقدماً نقداً أو بشيك باسم جامعة الكويت أو بتحويل مصري لحساب
جامعة الكويت رقم ٠٤٢١٠٢٦٠٨ لدى البنك المركزي في الكويت.

IBN / KW 21CBKU 000000000000004202608

Visit our Website: apc.kuniv.edu.kw/jss

حساب المجلة بالتويتر: @jsskuwait1

حساب المجلة بالاسستغرام: @jsskuwait



مسابقتنا الكويتية للدراسات والبحوث

الدورة الثالثة عشرة

(١٤٤٣ - ١٤٤٥ هـ / ٢٠٢٢ - ٢٠٢٣ م)

تحت رعاية كريمة من سمو ولي العهد الشيخ

فشيحنا الإمام أحمد بن حنبل

تدعو الباحثين والمهتمين بشؤون الوقف إلى المشاركة في تقديم أبحاثهم ضمن موضوعات المسابقة
تجرى المسابقة في ثلاثة مواضيع، يختار الباحث أحدها:
الموضوع الأول: مخالفة شرط الوقف للحاجة أو الضرورة (تأصيلًا، وتقريبًا)
الموضوع الثاني: دور الوقف في تحقيق الأمن الغذائي
الموضوع الثالث: توظيف التكنولوجيا المالية في تنمية الوقف واستثماره

شروط المسابقة:

- ١- يحق للباحثين: (الأفراد- المجموعات- المؤسسات العلمية) المشاركة في المسابقة.
- ٢- تقدم الأبحاث بإحدى اللغات الثلاث (العربية، الإنجليزية، الفرنسية). بشرط أن يكون البحث مصحوبًا بترجمة كاملة إلى العربية.
- ٣- ألا يقل البحث عن (٩٠) صفحة ولا يتجاوز (١٠٥) صفحات.
- ٤- الالتزام باستيفاء الكتابة في العناصر الاسترشادية، كحد أدنى، وللباحث أن يضيف ما يراه مفيدًا ومثريًا، بحيث يكون له علاقة بموضوع البحث.
- ٥- الالتزام بشروط البحث العلمي مع مراعاة المنهج النقدي، ومناقشة وجهات النظر المختلفة حول موضوع البحث، مع التوثيق العلمي للأراء وفقًا للقواعد المتعارف عليها.
- ٦- المعايير الأساسية لتحكيم الأبحاث هي: سلامة المنهج العلمي، وتسلسل الأفكار، ووضوح العرض، والقدرة على ربط النتائج بالمقدمات، وسلامة لغة البحث.
- ٧- يحق للأمانة العامة للأوقاف سحب أي من الجوائز إذا لم ترق الأبحاث المقدمة إلى المستوى المطلوب، وهي غير ملزمة برد الأبحاث التي تصلها، سواء أكانت فائزة أم غير فائزة.
- ٨- يحق للأمانة العامة للأوقاف سحب الجائزة من الأبحاث الفائزة، التي يتبين مخالفتها للقواعد العلمية.
- ٩- الأبحاث التي تخالف الشروط السابقة لا تدخل تحكيم المسابقة.

- ١٠- ألا يكون البحث قد سبق أن حصل على جائزة أخرى أو على شهادة علمية، ويحق للأمانة العامة للأوقاف سحب قيمة الجائزة إذا اكتشفت أن البحث الفائز قد نشر سابقًا، أو قدم إلى جهة أخرى لغرض آخر أو كان مستلًا من رسالة علمية.
- ١١- لا يحق للفائزين نشر أبحاثهم الفائزة بأنفسهم، أو التصرف فيها للغير إلا بموافقة خطية من الأمانة العامة للأوقاف.
- ١٢- تقدم الأبحاث مطبوعة على الكمبيوتر بحجم ورق A4 وفقًا للتخطيط المعتمد للصفحة، الذي هو على النحو الآتي:

أ- هوامش الصفحة:
- الفراغ أعلى الصفحة وأسفلها: ٢,٥٤ سم.
- الفراغ يمين الصفحة ويسارها: ٣ سم.
ب- الخط في المتن:
- نوعية الخط: Traditional Arabic.
- حجم الخط: Bold 18 للعناوين، 16 للكتابات.
- المسافة بين الأسطر: single.
ج- الخط في الهامش المرجعي أسفل الصفحة:
- نوعية الخط: Traditional Arabic.
- حجم الخط: ١١.
- المسافة بين الأسطر: single.

- ١٣- يرفق مع البحث السيرة الذاتية لصاحبه + صورة شخصية.
- ١٤- تقدم أصول الأبحاث في موعد القصاص ١٥ صفر ١٤٤٥ هـ الموافق ٢٠٢٣/٨/٣١ م.

توثيق المصادر والإحالات المرجعية:

يتم توثيق الإحالات المرجعية وفق طريقة التوثيق العلمي المعتمدة في إصدارات الأمانة، والمذكورة في الكتيب التعريفي للمسابقة.

إجراءات التقدم للمسابقة:

١- الحصول على نسخة من الكتيب التعريفي لموضوعات المسابقة، وعناصرها الاسترشادية، من خلال الموقع الإلكتروني للأمانة العامة للأوقاف: <http://www.awqaf.org.kw>.

٢- إرسال نموذج الاشتراك في المسابقة، والسيرة الذاتية (إلى (إيميل) المسابقة لأخذ الموافقة على الكتابة، ومن ثم ترسل الأبحاث إلى الأمانة العامة للأوقاف بدولة الكويت، من خلال البريد الإلكتروني لإدارة الدراسات والعلاقات الخارجية: serd@awqaf.org serd.kwt@gmail.com

٣- لمزيد من المعلومات حول المسابقة يرجى الاتصال على: هاتف: ٢٢٠٦٥٢٢-٢٢٠٦٥١٣-٢٢٠٦٥١٣ (الرمز الدولي: ٩٦٥). فاكس: ٢٢٥٤٢٦٦ (٩٦٥).

جوائز المسابقة:

تقسم جوائز المسابقة إلى ثلاث جوائز لكل موضوع على النحو الآتي:

- الجائزة الأولى: (٦) آلاف دولار أمريكي.
- الجائزة الثانية: (٥) آلاف دولار أمريكي.
- الجائزة الثالثة: (٤) آلاف دولار أمريكي.

Advisory Board

Prof. Basil Hatim

American University
Sharjah - United Arab Emirates

Prof. Mona Baker

Manchester University
United Kingdom

Prof. Ibrahim Al-Sa'afin

Department of Arabic Language
and Literature - Jordan University

Prof. Abdul Qader Al-Fasi Al Fehri

Department of Arabic Language and
Literature -Mohammed V University

Prof. Hamdi Hasan Abul Enein

Faculty of Mass Communication
Misr International University

Prof. Mahmoud Al-Sayed Abul-Nil

Department of Psychology
Ain Shams University

Prof. Sari Hanafi

President of the International Sociological
Association - American University- Beirut

Prof. Abdullah Al-Walee'i

Geography Department
King Saud University

Prof. Ma'moun Fandi

Director of London Institute of Strategic Studies

Editorial Board

Prof. Yagoub Y. Al-Kandari
Editor - in - Chief

Prof. Abdallah M. E Alghazali
Department of Arabic
Language and Literature

Prof. Aded El-Aziz Ali Safar
Department of Arabic
Language and Literature

Prof. Taghreed Alqudsi
Information Studies Department

Prof. Numan M. Jubran
History Department

Prof. Baqer Salman Alnajjar
Sociology and Social
Service Department

Prof. Hesham Fathy Gad-elrab
Psychology Department

Dr. Abdullah Mohamed Aljasmy
Philosophy Department

Dr. Ibraheem Nagy Al-Hadban
Department of Political Science

Dr. Ahmed Mubarak AlHasem
Geography Department

Maha Ibrahim Al-Msad
Editorial Manager

ANNALS OF THE ARTS AND SOCIAL SCIENCES

Issued by the Academic Publication Council - Kuwait University

A REFEREED ACADEMIC QUARTERLY THAT
PUBLISHES MONOGRAPHS ON TOPICS
RELEVANT TO THE SCHOLARLY CONCERNS
OF THE FIELD OF HUMANITIES AND SOCIAL
SCIENCES.

Volume 43, 2022

Rates

Kuwait : K. D 0.500

Bahrain : BD 1

Qatar : RQ 10

Emirates: DH 10

Saudi Arabia : RS 10

Qatar : RQ 10

Cost per issue in Arab Countries: Equivalent to one US dollar

Cost per issue in other Countries: Equivalent to three US dollar

Subscription For 12 Monographs

Foreign Countries	Arab Countries	Kuwait	Subscription Type	Subscription Period
1 Year	Individuals	4 K.D	6 K.D	22 \$
	Institutions	22 K.D	22 K.D	90 \$
2 Years	Individuals	7 K.D	10 K.D	37 \$
	Institutions	37 K.D	37 K.D	150 \$
3 Years	Individuals	10 K.D	14 K.D	52 \$
	Institutions	52K.D	52K.D	210 \$
4 Years	Individuals	13 K.D	18 K.D	67 \$
	Institutions	67 K.D	67 K.D	270 \$

All correspondence and enquiries must be addressed to:

Editor

ANNALS OF THE ARTS AND SOCIAL SCIENCES

P.O.BOX 17370 El-Khaldiah - KUWAIT 72454

Tel: 24830256 - Fax: 24830256

ISSN 1560-5248 Key title: Hawliyyat Kulliyyat al-Adab

E-mail: aass@Ku.edu.Kw

[http: // apc. kuniv.edu.kw/AASS/](http://apc.kuniv.edu.kw/AASS/)

تتوفر نصوص البحوث كاملة لدى:

EBSCO Publishing Products

دار المنظومة: www.mandumah.com

The Publications of The Academic publication council

journal of the Social Sciences 1975, Authorship Translation for the Humanities 1981, The
1973, Kuwait Journal of and Puplication Committee Sducational Journal 1983,
Science and Engineering 1976, journal of law 1977, Journal of Sharia and Islamic
1974, journal of the Gulf and Annals of the Arts and Social Studies 1983, Arab Journal of
Arabian Peninsula Studies Sciences 1980, Arab Journal Administrative Sciences 1991.

ANNALS OF THE ARTS AND SOCIAL SCIENCES

A Refereed Academic Quarterly, Published by the Academic Publication Council - University of Kuwait

University Students' Us of Official Religious Websites and the Relation of their Attitudes towards Issues of Religious Awareness and Tolerance: A Comparative Study between the Sites of Al-Azhar and the Egyptian Church

University
of Kuwait

Academic
Publication Council



جامعة الكويت
KUWAIT UNIVERSITY

Abdul Sadek Hassan Abdul Sadek, Ph.D.
College of Arts and Sciences - Ahlia University
Kingdom of Bahrain

ISSN: 1560 - 5248

Monograph - 611 Volume 43

1444 A.H/2022 (Disambir)