

دور القنوات الدينية عبر اليوتيوب فى التنقيف الديني للمرأة المصرية: دراسة مسحية

أم.د. علا عبد القوى عامر محمد *

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة الحالية إلى تحديد دور القنوات الدينية عبر اليوتيوب فى تنقيف المرأة المصرية ، واعتمدت الباحثة على منهج المسح واستمارة البحث الإلكتروني لجمع البيانات من ٤٠٠ إمراة مصرية تشاهد قنوات اليوتيوب الدينية ، وتم إجراء الدراسة الاستطلاعية قبل الدراسة الميدانية لاستنتاج النتائج ، وخلصت الدراسة إلى زيادة نسبة الدوافع النفعية مقارنة بالدوافع الطقوسية، وارتفاع نسبة التفاعل مع المحتوى الديني المقدم عبر قنوات اليوتيوب الدينية، كما تصدرت التأثيرات المعرفية قائمة التأثيرات التي تحدثها متابعة المرأة لقنوات اليوتيوب الدينية، تليها التأثيرات السلوكية، وتشير هذه النتائج إلى زيادة مستوى التنقيف الديني للمرأة المصرية، وذلك بناءً على مقياس التنقيف الديني الذي وضعته الباحثة، وتؤكد هذه النتائج أيضاً دور قنوات اليوتيوب الدينية في تعزيز التنقيف الديني للمرأة المصرية، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين معدل اعتماد المرأة المصرية على قنوات اليوتيوب الدينية ومستوى التنقيف الديني لديهم.

الكلمات المفتاحية: القنوات الدينية، اليوتيوب، التنقيف الديني، المرأة المصرية.

* أستاذ مساعد- قسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال- جامعة السويس

The Role of Religious Channels on YouTube in Religious Education for Egyptian Women: A Survey Study

Dr. Ola abd elkawy amer*

Abstract:

The current study aimed to examine the role of religious YouTube channels in educating Egyptian women, a survey method was used, and data was collected from 400 Egyptian women who watch these channels. The study found that there is a higher percentage of utilitarian motives compared to ritualistic motives among the participants, it also revealed a high level of interaction with the religious content provided on YouTube. The cognitive effects were found to have the greatest impact, followed by behavioral effects, these findings suggest an increase in the level of religious education among Egyptian women due to their engagement with YouTube religious channels. Additionally, the study found a correlation between the reliance on YouTube religious channels and the level of religious education among the participants. Overall, this research highlights the positive role of YouTube religious channels in educating Egyptian women in religious matters.

Keywords: Religious channels, YouTube, Egyptian women, Religious education

* Assistant Professor of Radio and Television at the Faculty of Media and Communication Technology, Suez University

مقدمة:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي، ولا سيما منصة اليوتيوب، من الأدوات الحديثة التي تلعب دوراً حيوياً في توفير المعرفة والتوعية في مختلف المجالات، بما في ذلك المجال الديني، تحظى القنوات الدينية على اليوتيوب بشعبية واسعة بين الجمهور المصري، فأصبحت القنوات التي تبث عبر موقع اليوتيوب واحدة من الوسائل الأكثر شيوعاً وانتشاراً للوصول إلى المعلومات في مختلف المجالات، وتعتبر المرأة المصرية أحد الفئات الهامة التي تعتني بتعزيز تنقيفها الديني والاجتماعي والعلمي، حيث تقوم بدوراً حيوياً في المجتمع المصري، وتستند القنوات الدينية عبر اليوتيوب إلى الاستخدام الفعال للتكنولوجيا، مما يتيح للمرأة المصرية فرصة الوصول إلى محتوى ديني متنوع بشكل واسع وفي أي وقت يناسبها، ويعد هذا الأمر مهماً بشكل خاص في سياق المجتمع المصري حيث تواجه المرأة تحديات متعددة في التنقيف الديني، بما في ذلك القيود الاجتماعية والثقافية.

وشهدت القنوات الدينية عبر اليوتيوب نمواً كبيراً في الآونة الأخيرة، وأصبحت واحدة من الوسائل الرئيسية التي يعتمد عليها الناس للحصول على المعرفة الدينية والتوجيه، وفي حالة المرأة المصرية، يمكن أن تكون القنوات الدينية عبر اليوتيوب واجهة هامة للمرأة المصرية تمكنها من فهم القواعد والمفاهيم الدينية بشكل أعمق، وتساعد في تطبيقها في حياتها اليومية.

ومع ذلك، ينبغي علينا أن نفهم ما إذا كانت هذه القنوات الدينية تقدم معلومات دينية موثوقة ومتوازنة، وإلى أي مدى تؤثر في تشكيل مفهوم المرأة المصرية للدين وتفسيره، وقد تكون هناك تحديات تتعلق بالجدوى والمصداقية والتوجهات المتعمدة في هذه القنوات الدينية، مما يستدعي إجراء دراسة شاملة حول دورها وتأثيرها على التنقيف الديني للمرأة المصرية.

إن فهم دور القنوات الدينية عبر اليوتيوب في التنقيف الديني للمرأة المصرية يمثل مجال بحث مهم، حيث يتطلب استكشاف العوامل المؤثرة في تفضيل المرأة لهذه القنوات وتأثيرها على مستوى التنقيف الديني الفردي والجماعي، فيمكن للقنوات الدينية عبر اليوتيوب أن تقدم مجموعة واسعة من المحتوى الديني، بدءاً من التفسير القرآني والحديث النبوي إلى الدروس والمحاضرات الدينية والمشورة الروحية.

مشكلة الدراسة:

يتأثر فهم المرأة المصرية للدين وتفسيره بالعوامل الثقافية والاجتماعية المحيطة بها، ويتعين فهم تأثير هذه التوجهات والمفاهيم الثقافية على استيعاب المعلومات الدينية التي تقدمها القنوات الدينية عبر اليوتيوب، وقد تكون لتلك القنوات تأثير قوي على التحول الاجتماعي وتمكين المرأة المصرية، و يمكن أن يتضمن ذلك تعزيز المساواة وتمكين المرأة من المشاركة

الفعالة في الحوار الديني واتخاذ القرارات المتعلقة بالممارسة الدينية، وبناء على نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة على نسبة (١٠%) من أفراد عينة الدراسة والتي أكدت نتائجها على متابعة المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب بشكل منتظم بنسبة بلغت (٦٢,٥%) وبشكل غير منتظم بنسب بلغت (٢٥%) وتمثلت أهم القنوات الدينية التي تحرص على متابعتها عينة الدراسة في الأتي قناة الشيخ (عمر عبد الكافي والشيخ محمد متولى الشعراوي) في الترتيب الأول بنسب متقاربة على التوالي (٤٥%, ٤٢,٥%) يليها في الترتيب الثاني قناة (رمضان عبد المعز، مصطفى حسنى) بنسب متقاربة بلغت (٣٥%, ٣٢,٥%)، وفي الترتيب الثالث ظهرت قناة (رمضان عبد الرازق) بنسبة بلغت (٢٧,٥%)، وفي الترتيب الرابع والأخير ظهرت قناتي (البسي واسع و براهيم) بنسب متقاربة بلغت (١٥%, ١٢,٥%)، ومن خلال ما سبق تكمن مشكلة الدراسة في تحديد دور القنوات الدينية عبر موقع اليوتيوب في التنقيف الديني للمرأة المصرية ورصد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية وتقييم تأثيرها في إدراك المرأة المصرية وفهمها للموضوعات والمفاهيم والقيم الدينية التي تبث عبر منصة اليوتيوب.

أهمية الدراسة:-

- ١- كثرة القنوات الدينية على موقع اليوتيوب، مما يجعل لها دور كبير في زيادة المعرفة الدينية للمرأة المصرية، حيث تمكنها من الوصول إلى المحتوى الديني بسهولة ويسر.
- ٢- للقنوات الدينية على موقع اليوتيوب تأثير كبير على المجتمع المصري بشكل عام، ففهم المرأة المصرية للدين وتطبيقه في حياتها اليومية يؤثر على القيم والمبادئ التي يستند إليها المجتمع، لذا فإن فهم دور هذه القنوات وتحليل تأثيرها يمكن أن يساهم في تطوير المجتمع وتعزيز القيم الدينية المشتركة.
- ٣- التنقيف الديني السليم للمرأة المصرية يساعدها على فهم حقوقها وواجباتها والمشاركة الفعالة في المجتمع بناءً على القيم والمبادئ الدينية.
- ٤- ما أشارت إليه نتائج الدراسة الاستطلاعية من ارتفاع نسبة تعرض المبحوثات عينة الدراسة بمتابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب مما يؤكد على أهمية التعرف على الدور الذي تقوم به تلك النوعية من القنوات في التنقيف الديني للمرأة المصرية.

أهداف الدراسة:-

- ١- التعرف على كثافة وأنماط تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب.
- ٢- تحديد أكثر المصادر التي تعتمد عليها المرأة المصرية في الحصول على المعلومات الدينية.

- ٣ - الكشف عن درجة ثقة المرأة المصرية في المعلومات التي تقدم من خلال القنوات الدينية عبر اليوتيوب.
- ٤ - قياس درجة اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للمعلومات.
- ٥ - رصد الأسباب التي تجعل المرأة المصرية تعتمد على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر الحصول على المعلومات
- ٦ - تحديد أنماط تفاعل المرأة المصرية مع الموضوعات التي تقدمها القنوات الدينية عبر اليوتيوب.
- ٧ - رصد أهم الموضوعات الدينية التي تحرص المرأة المصرية على متابعتها عبر قنوات اليوتيوب الدينية.
- ٨ - الكشف عن دوافع متابعة المرأة المصرية عينة الدراسة للقنوات الدينية عبر موقع اليوتيوب.
- ٩ - رصد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب.
- ١٠ - قياس مستوى التنقيف الديني لدى المرأة المصرية عينة الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

مدخل الاستخدامات والتأثيرات

يرتكز مدخل " الاستخدامات والتأثيرات " على كيفية تأثير وسائل الاعلام والاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك، ويؤكد المدخل العلمي أن الجمهور فعالاً في انتقاء رسائل ومضمون وسائل الإعلام طبقاً للاحتياجات التي يبحث عنها؛ فالجمهور يتعرض لوسائل الإعلام لتلبية حاجات إنسانية متعددة فلا يراهم متلقين سلبيين ولكن هم مسؤولون عن اختياراتهم للوسيلة الإعلامية وكيفية استخدامها، وبذلك فاختيار المستخدم لوسيلة بعينها دون وسيلة أخرى يتوقف على طبيعة الاحتياجات والدوافع التي تختلف من مستخدم لآخر باختلاف المتغيرات الديموغرافية والتي تنتج عنها تأثيرات مختلفة^(١).

حيث يقوم الأفراد بعمل اختيارات واعية من بين المحتوى الاتصالي المتاح وينتقون ما يشاهدونه، مما يساهم في خلق تنوع في التأثيرات الاتصالية التي تستند بشكل أساسي إلى حاجات الجمهور، ويتم التأكيد على أن عملية المشاهدة قد تختلف تحت ظروف محددة وفي سياقات مشاهدة محددة، وبالتالي فإن تأثيراتها ستكون متنوعة، خاصة وفقاً لمتغير ثالث يختلف في طبيعته وهو نشاط الجمهور^(٢).

ويقترح مدخل الاستخدامات والتأثيرات أنه يجب أن يتم ربط استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال بالتأثيرات التي تنتج عنها، بالإضافة إلى القرارات والسلوكيات الفردية لأفراد

الجمهور تجاه تلك الوسائل ومضامينها المختلفة، كما يجب أيضاً أن تؤخذ في الاعتبار العوامل الخاصة بالمضمون وما يقدمه، حيث لا يمكن الإجابة على التساؤلات المتعلقة بالدوافع الشخصية لأفراد الجمهور دون الرجوع إلى وسائل الاتصال ومضامينه^(٣)، وتوجد قائمة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تؤثر على سلوك الاتصال لدى أفراد الجمهور، فعندما يشاهد شخص ما محتوى اتصالي معين، تعتمد ردود أفعاله واستجاباته لهذا المحتوى على شخصيته وظروفه الاجتماعية والتجارب النفسية السابقة التي عاشها، بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يكون المشاهد مهتماً بالرسائل الاتصالية حتى يتأثر بها أو تؤثر فيه^(٤)، كما تعتبر الخيارات الشخصية والاختلافات الفردية عوامل قوية تؤثر في أنماط ونتائج استخدام وسائل الاتصال، وينتج عن عدم وجود مبادرة فردية كافية من قبل أفراد الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال تأثيرات قوية للرسائل الاتصالية عليهم^(٥)، ويحاول الاتجاه الحديث في البحوث الإعلامية المزج بين الاستخدامات والتأثيرات مفترضاً أن أفراد الجمهور يبحثون عن وسائل الاتصال للحصول على معلومات محددة في المجالات التي يهتمون بها، وبحصولهم عليها فإنهم يبدأون في التصرف بطريقة معينة بناءً على هذه المعلومات، ثم يرجعون للوسيلة للحصول على المزيد منها، وبالتالي يحاول الباحثون تحليل كيف تؤثر الخلفيات الثقافية والتعليمية والدوافع ومستويات التعرض المختلفة لأفراد الجمهور على النتائج أو التأثيرات المتنوعة للتعرض لرسائل وسائل الإعلام.^(٦)

تطبيق النظرية في الدراسة الحالية

تم تطبيق مدخل "الاستخدامات والتأثيرات" في الدراسة الحالية بهدف تحديد مدى كثافة وأنماط تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب، وتحديد أكثر المصادر التي تعتمد عليها للحصول على المعلومات الدينية، بالإضافة إلى تحديد درجة الثقة في المعلومات التي تستخلصها من قنوات اليوتيوب الدينية، وتم اختبار فرضيات مدخل "الاستخدامات والتأثيرات" والذي أكد على أن مضمون الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الجمهور النشط تحدث تأثيرات مختلفة تنتج عن مجموعة من المتغيرات الوسيطة وذلك من خلال دراسة الفروق بين المتغيرات الديموغرافية ودوافع التعرض، والتأثيرات الناجمة عنها، ودراسة العلاقة بين أنماط التفاعل مع القنوات الدينية عبر اليوتيوب ومستوى التنقيف الديني لدى عينة الدراسة.

الدراسات السابقة

تنقسم الدراسات السابقة إلى الدراسات التي ترتبط بمتغيرات الدراسة والتي تفيد في تحديد تساؤلات وأهداف وفروض الدراسة الحالية، وتنقسم إلى المحاور التالية:

المحور الأول : الدراسات التي تناولت البرامج والقنوات الدينية التلفزيونية

اختلفت اهتمامات الباحثين في هذا المجال فالبعض سلط الضوء على دراسة دور البرامج والقنوات الدينية التلفزيونية في تشكيل الوعي الديني للجمهور في مختلف فئاته، بينما ركز البعض الآخر على تأثير هذه البرامج على فئة المرأة بشكل خاص.

فقد توصلت دراسة (السيد أبو شعيشع، ٢٠٢١)، إلى وجود علاقة ارتباطية بين دوافع متابعة القنوات الدينية والتأثيرات الناتجة عنها^(٧)، واستهدفت مجموعة من الدراسات قياس تأثير مشاهدة المرأة للبرامج والقنوات الدينية، فأشارت نتائج دراسة (فاطمة الزهراء أبو الفتوح، ٢٠٢٠) تأثير مشاهدة المرأة للبرامج والقنوات الدينية، حيث ركزت هذه القنوات في موضوعاتها الدينية على دور المرأة في المجتمع، وقدمت نماذج إيجابية للمرأة المصرية، ولعب ذلك دورًا كبيرًا في تحفيز المرأة على العمل والمشاركة المجتمعية، خاصة في الأعمال الخيرية، وبرز تأثير البرامج الدينية بشكل إيجابي على ربوات البيوت بنسبة كبيرة، حيث قمن بتطبيق التعاليم الدينية في حياتهن الاجتماعية^(٨)، بالإضافة إلى ذلك، تناولت دراسة (دينا فلاح، ٢٠١٩) دور قناة رؤيا الدينية في توعية المرأة بشؤون الأسرة، وأشارت النتائج إلى نجاح القناة في توعية المرأة بالدور الذي حدده لها الإسلام في خدمة الأسرة والمجتمع.^(٩)، في حين ركزت بعض الدراسات على استكشاف اتجاهات الجمهور نحو القنوات الدينية وأظهرت نتائج هذه الدراسات وجود اتجاه إيجابي نحو هذه القنوات فقد أوضحت نتائج دراسة (Kocamaner, Hikmet, 2018) نجاح القنوات الدينية الإسلامية في تشكيل الوعي الديني لدى الأسرة التركية، وذلك من خلال بث مجموعة من القيم الدينية الإسلامية التي فقدتها الأسرة التركية في ظل التحولات الاجتماعية والسياسية لا سيما بعد عام ٢٠٠٢^(١٠)، بينما سلطت دراسة (Almaswari, Ibtisam Abdullah, 2017) الضوء على اتجاهات شباب الجامعات اليمنية نحو معالجة قضايا التطرف في البرامج الدينية بهدف معرفة الآثار المعرفية والسلوكية والعاطفية، وأظهرت النتائج تأثيرًا إيجابيًا بشكل خاص على سلوكيات الشباب، حيث كانت لديهم اتجاهات سلبية تجاه قضايا التطرف التي تؤدي إلى العنف ونشويه صورة المسلمين، كما أظهرت الدراسة أن هذه القنوات حازت على مستوى عالٍ من الثقة من قبل الشباب الجامعي في المعلومات الدينية التي تقدمها^(١١) وتوصلت نتائج دراسة (لينه فاروق، ٢٠١٧) إلى تكوين اتجاهات إيجابية من قبل طلاب الدراسات الإسلامية عينة الدراسة نحو البرامج الدينية نتيجة الدور الإيجابي الذي قامت به في تشكيل الوعي الديني لدى المشاهدين وتركز هذا الدور في تصحيح المفاهيم المغلوطة التي نشرتها الجماعات الإسلامية المتطرفة عن الإسلام، حيث اعتبرت أن البرامج الدينية تمثل خط الدفاع عن الدين الإسلامي مما ساعدهم على تشكيل الوعي الديني لديهم بنسبة كبيرة، فقد وفرت هذه البرامج المحتوى الديني الملهم والمتنوع الذي ساعد الناس على تعزيز ارتباطهم الروحي وتطويره وبالتالي ساهمت في تعزيز القيم الأخلاقية وتوجيه الناس نحو سلوك أخلاقي صالح^(١٢)، ومن جانبها أوضحت دراسة (ريحانة محمد،

(٢٠١٧) أن أهم دوافع تعرض النساء في فلسطين للقنوات الفضائية الدينية هو التعرف على سيرة الصحابة وسيرة النبي محمد صلى الله عليه وسلم، وأن التأثيرات الوجدانية تتمثل في زيادة الشعور بالقرب من الله بدرجة كبيرة^(١٣)، وتوافقت دراسة أخرى لـ (زهير حسن، ٢٠١٦) مع هذه النتائج، وأظهرت وجود اتجاهات إيجابية نحو هذه القنوات، وأشارت إلى أن من أهم دوافع المشاهدة هو رغبة الشباب في الحصول على المعلومات الجديدة التي تساهم في تكوين ثقافتهم الدينية^(١٤) ومن بين العوامل التي ساعدت على تكوين اتجاهات إيجابية لدى المرأة نحو البرامج الدينية هو ارتفاع نسبة ثقافتها في المعلومات المقدمة من خلال تلك القنوات، مما أدى إلى زيادة الاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات، (محمد سامح، ٢٠١٥)^(١٥)، وفي إحدى الدراسات التي أجريت من قبل (محمود إسماعيل، مروة إبراهيم، محمد وهدان، ٢٠١٥) تم رصد العوامل التي تجذب المراهقين لمشاهدة البرامج الدينية والآثار الإيجابية والسلبية التي نتجت عن مشاهدتها، وأظهرت النتائج أن تلك البرامج تقدم معلومات ومعارف دينية جديدة لم يسبق لعينة الدراسة معرفتها مما ساعد على رفع الثقافة الدينية لديهم بنسبة ٧٧%، وهذا أدى إلى زيادة الاعتماد على البرامج الدينية كمصدر للحصول على المعلومات^(١٦)، وفي نفس السياق أشارت نتائج دراسة لكلاً من (محمد بكير، ٢٠١٤) و(Kim & Asim 2014) وجود اختلافات في اتجاهات المراهقين نحو البرامج الدينية والشبكات الاجتماعية التي تنشر محتوى ديني وذلك استناداً إلى درجة الاهتمام ودوافع التعرض وأنماط التفاعل مع موضوعات دينية، مما يؤثر على مستوى الوعي الديني لديهم^(١٧، ١٨)، وأظهرت دراسة (إبراهيم عويس، ٢٠١٤) وجود تكوين لاتجاهات إيجابية من قبل طلاب الجامعات نحو الأحزاب الدينية السياسية، ووجد الطلاب أهمية كبيرة في متابعة تلك القنوات، وتوصلوا إلى أن استضافة القنوات للعلماء المتخصصين في مناقشة القضايا الدينية المختلفة وزيادة المصداقية في المعلومات المقدمة كانت من بين أهم الأسباب التي أدت إلى تكوين هذه الاتجاهات الإيجابية^(١٩)، بالإضافة إلى ذلك، كان للدور الروحاني الذي تقوم به برامج المرأة في القنوات الدينية تأثير كبير على تشكيل اتجاهات إيجابية لدى المرأة نحو تلك البرامج (ليلي فرشة، ٢٠١٤)^(٢٠).

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت دور قنوات اليوتيوب في نشر الوعي الثقافي في مختلف المجالات

توصلت الدراسات السابقة في هذا المحور إلى اتفاق حول فعالية ونجاح موقع اليوتيوب في رفع الوعي الثقافي لدى مستخدمي قنوات اليوتيوب في مختلف المجالات، وقد أكدت نتائج الدراسات الميدانية ارتفاع مستوى استخدام الجمهور للقنوات الثقافية على اليوتيوب بشكل خاص وقنوات اليوتيوب بشكل عام، وأشارت النتائج إلى أن زيادة نسبة الاستخدام تعود إلى عناصر الجذب التي يتمتع بها موقع اليوتيوب، مثل طرق العرض المبتكرة وسهولة التفاعل والتعرض للمحتوى، وتنوع المواضيع التي لا يتم عرضها بشكل كبير في القنوات التلفزيونية.

تناولت مجموعة من الدراسات دوافع التعرض للقنوات الثقافية عبر موقع اليوتيوب ودورها في تنمية الوعي الثقافي لدى الجمهور، أشارت نتائج دراسة (Whyke, T.W., Chen, Z.T & others, 2022) أن القنوات الثقافية عبر اليوتيوب لا سيما قنوات البلوجر الصينيين تسهم بشكل كبير في نقل ثقافة الدول، على سبيل المثال تم نشر ثقافة المجتمع الصيني من خلال قنوات المشاهير الصينيين بلوجر، مما أثر بشكل كبير في نقل صورة المجتمع الصيني للدول الأخرى. واعتمدت تلك القنوات على أن من بين دوافع ورغبات مشاهدة قنوات البلوجر التي تنتشر ثقافات الدول المختلفة هو التعرف على تلك الدول من حيث العادات والتقاليد، خاصة بالنسبة لأولئك الذين لا يستطيعون السفر إليها^(٢١)، ونوهت دراسة (Montero A., & Mora-Fernandez J, 2021) أننا نعيش في عصر الثقافة الرقمية حيث أن العالم أصبح يعتمد بشكل كبير على شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل التكنولوجيا الحديثة للحصول على المعلومات والمعارف وتنمية وذلك لتعزيز الجانب المعرفي والثقافي، جاءت قنوات اليوتيوب لتؤكد أن الثقافة الرقمية التي تنتجها من خلال وسائل الإعلام الرقمية هي الثقافة السائدة في الوقت الحالي، وأجريت الدراسة على عينة قوامها ١٦٠ شخص يشاهدون القنوات الثقافية عبر اليوتيوب وأكدوا أن الوسائل السمعية والبصرية التي يعتمد عليها اليوتيوب تزيد من قدرتهم على الاستيعاب والتفاعل مما يعزز سهولة تذكر واستخدام المعلومة^(٢٢)، وأظهرت نتائج الدراسة التي أجرتها (أميرة عبد الوهاب، ٢٠٢٠) دور القنوات الثقافية عبر منصة يوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب أن من أبرز دوافع المتابعين لتلك القنوات هو توفر معلومات جديدة وهادفة، إلى جانب زيادة الاهتمام والتعمق في الموضوعات المختلفة^(٢٣)، واتفقت نتائج دراسة كلاً من (إيمان عز الدين، ٢٠٢٠) و (عائشة بن ديس، ٢٠١٨) التي تناولت دور القنوات الثقافية عبر منصة يوتيوب في تنمية الوعي والمعرفة الثقافية لدى طلاب الجامعات، أن القنوات الثقافية على منصة يوتيوب تقدم محتوى غني ومتنوع يفتقده الجمهور في القنوات التلفزيونية وتقدمه بشكل جذاب وتفاعلي، وتلبي احتياجات المعرفة في مجالات متعددة غير مغطاة بشكل كافٍ في التلفزيون، كما أشارت النتائج إلى أن فئة طلاب الجامعة يرون منصة اليوتيوب مصدر رئيسي للمعرفة في المواضيع التي يهتمون بها.^(٢٤)،^(٢٥)

التعقيب على الدراسات السابقة.

- توصلت الدراسات السابقة العربية والأجنبية إلى توافق في النتائج حول زيادة اعتماد المرأة المصرية على القنوات والبرامج التلفزيونية للحصول على المعلومات الدينية، مما ساهم في رفع مستوى الوعي الديني لديهن وفي الوقت نفسه، لم يشهد موقع اليوتيوب استخداماً كبيراً من قبل الجمهور.
- أشارت النتائج أيضاً أن مع ظهور وانتشار قنوات اليوتيوب، التي جذبت عدداً كبيراً من المستخدمين، احتلت القنوات الهادفة عبر هذا الموقع مكانة مهمة، وركزت هذه القنوات على

نشر محتوى ثقافي يلبي احتياجات واهتمامات الجمهور المعرفية والثقافية، وقد استخدم الكثيرون هذه القنوات كبديل للقنوات التلفزيونية التقليدية، خاصة لأنها تعرض موضوعات لا يتم طرحها في القنوات التلفزيونية.

- أوضحت نتائج بعض الدراسات أهمية توفير محتوى ديني متوازن ومتنوع يحقق تمثيلاً متساوياً للنساء ويعالج قضاياهن المتعلقة بالدين والمجتمع، وأشارت بعض الدراسات أيضاً إلى أن تعليم النساء وتمكينهن من المعرفة الدينية يمكن أن يسهم في تعزيز الوعي الديني لديهن ودورهن في المجتمع، ومع ذلك أشارت دراسة واحدة فقط إلى التأثير السلبي لموقع اليوتيوب على المراهقات، خاصة فيما يتعلق بالانحراف عن القيم الدينية والأخلاقية، وهذا يؤكد أهمية وجود قنوات دينية على اليوتيوب لمواجهة هذا التحدي.

- لم تهتم الدراسات السابقة بالبحث عن تأثير قنوات اليوتيوب الدينية وتنمية الوعي الثقافي للجمهور بشكل عام والمرأة بشكل خاص، وعلى الرغم من وجود دراسات سابقة تركزت على قنوات اليوتيوب، إلا أن الدراسة الحالية تهدف إلى استكشاف دور قنوات اليوتيوب الدينية في تنمية الوعي الثقافي للمرأة المصرية، يأتي ذلك في ضوء ارتفاع مستوى اعتماد الجمهور على قنوات اليوتيوب في الحصول على المعلومات، وهذا ما أشارت إليه الدراسات السابقة في هذا السياق.

التساؤلات:-

- ١- مامدى كثافة وأنماط تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب؟
- ٢- ما أكثر المصادر التي تعتمد عليها المرأة المصرية في الحصول على المعلومات الدينية؟
- ٣- ما درجة ثقة المرأة المصرية في المعلومات التي تقدم من خلال القنوات الدينية عبر اليوتيوب؟
- ٤- إلى أى درجة تعتمد المرأة المصرية على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات الدينية؟
- ٥- ما الأسباب التي تجعل المرأة المصرية تعتمد على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات الدينية؟
- ٦- ما أنماط تفاعل المرأة المصرية تجاه الموضوعات التي تعرضها القنوات الدينية عبر اليوتيوب؟
- ٧- ما أكثر الموضوعات الدينية التي تحرص المرأة المصرية على متابعتها من خلال القنوات الدينية عبر اليوتيوب؟

- ٨- ما دوافع متابعة المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب؟
- ٩- ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن متابعة المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب؟
- ١٠- ما مستوى التنقيف الديني الناتج عن تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب؟

الفروض:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب ودرجة التنقيف الديني لديهن.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب ودرجة ثقافتها في المعلومات التي تقدم من خلال هذه القنوات.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للمعلومات ومعدل التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا التعرض.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة البحث في معدل تعرضهن لقنوات اليوتيوب الدينية وفق متغيرات (السن، المستوى التعليمي).

مفاهيم الدراسة:-

القنوات الدينية عبر اليوتيوب:- هي قنوات على منصة اليوتيوب تم إنشاءها بواسطة أئمة ودعاة وعلماء دين وأشخاص مهتمين بالمجال الديني، ويتم استخدام الفيديوهات والتقنيات المتاحة على اليوتيوب لنشر المحتوى الديني والتواصل مع المشاهدين، وتهدف إلى تقديم محتوى ديني متنوع ومتخصص، وتتضمن القنوات الدينية عبر اليوتيوب محتوى يشمل مختلف الجوانب الدينية مثل المحاضرات الدينية، تفسير الآيات القرآنية وشرح الأحاديث النبوية، بهدف التوعية الدينية وتشجيع التفاعل والتواصل فيما يتعلق بالممارسات والتعاليم الدينية.

التنقيف الديني: هو عملية توفير المعرفة والتعليم والتوجيه فيما يتعلق بالدين، ويهدف التنقيف الديني إلى تعزيز الفهم والوعي الديني، وتعزيز القيم والمعتقدات الدينية، ويشمل التنقيف الديني نقل المعلومات الدينية والتعاليم الدينية، وفهم النصوص الدينية وتفسيرها، وتوضيح القيم والأخلاق الدينية وتطبيقها في الحياة اليومية مما يساهم في بناء هوية دينية قوية وتعزيز التعايش السلمي والفهم المتبادل بين أفراد المجتمعات المختلفة.

التصميم المنهجي للدراسة:-

- نوع الدراسة ومنهجها

تندرج الدراسة الحالية ضمن الدراسات الوصفية التي تتعلق بجمع المعلومات والبيانات حول ظاهرة الدراسة الحالية وهي دور القنوات الدينية عبر اليوتيوب في التنقيف الديني للمرأة المصرية.

وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي ومنهج العلاقات الارتباطية، حيث تستهدف الدراسة عينة من النساء المصريات، وتركز على تحديد العلاقة بين تعرض العينة للقنوات الدينية على اليوتيوب ومستوى التنقيف الديني لديهن، وذلك بتحليل المتغيرات المتعلقة بالظاهرة المدروسة.

- مجتمع الدراسة:

يتكون من النساء المصريات المقيمات في إقليم القاهرة الكبرى (القاهرة، الجيزة، القليوبية)، وتم اختيار إقليم القاهرة الكبرى نظراً للخصائص التي يتمتع بها من حيث الكثافة السكانية حيث يعتبر واحداً من أكبر المناطق الحضرية في مصر ويضم تعداد سكاني كبير، مما يعكس تنوعاً اجتماعياً وثقافياً يمكن أن يؤثر على استجابة النساء للمحتوى الديني عبر اليوتيوب، وتم إجراء الدراسة الميدانية خلال الفترة من ٣٠ مايو إلى ٣٠ سبتمبر ٢٠٢٣.

- عينة الدراسة

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على عينة عمدية مكونة من ٤٠٠ امرأة مصرية تتراوح أعمارهن بين ١٨ و ٥٠ فأكثر.

مبررات إختيار العينة

١- حرصت الباحثة على اختيار عينة عمدية من النساء المصريات اللاتي يهتمن بمتابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب، وذلك لضمان توافر الخصائص المطلوبة للأفراد الذين يهتمون بمتابعة القنوات الدينية.

٢- تم التأكيد على أهمية تحديد القنوات الدينية عبر اليوتيوب بشكل خاص في استبيان الدراسة، حيث يتطلب الإجابة على تساؤلات البحث التعرض لتلك القنوات، وليس فقط لقنوات اليوتيوب بشكل عام، وقد أخذت الباحثة في الاعتبار أيضاً أن اهتمامات ودوافع التعرض للمحتوى الديني قد تختلف بين الفئات العمرية للمرأة المصرية، وبالتالي قد يكون هناك اختلاف في مستوى التنقيف الديني لديهن.

٣- اعتمدت الباحثة على العينة العمدية لقياس المتغير المستقل، وهو قنوات اليوتيوب الدينية، وقياس المتغير التابع، وهو التنقيف الديني بشكل أدق، وهذا ما دفع الباحثة لإختيار هذا النوع من العينات لتجنب الاعتماد على عينة احتمالية قد تحتوي على متابعين وغير متابعين.

جدول (١) يوضح الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	الفئة	توصيف عينة البحث
٤٩	١٩٦	من ١٨ سنة لأقل من ٣٥	السن
٣٧.٢	١٤٩	من ٣٥ سنة لأقل من ٥٠ سنة	
١٣.٨	٥٥	من ٥٠ سنة فأكثر	
%١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
١٥.٥	٦٢	طالبة جامعية	المستوى التعليمي
٣٦.٥	١٤٦	بكالوريوس	
١٨.٢	٧٣	ماجستير	
٢٩.٨	١١٩	دكتوراه	
%١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٢٩.٥	١١٨	مرتفع	المستوى الاقتصادي
٦٨.٧	٢٧٥	متوسط	
١.٨	٧	منخفض	
%١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٤٧	١٨٨	عزباء	الحالة الاجتماعية
٣٠.٢	١٢١	متزوجة	
١٥.٣	٦١	مطلقة	
٧.٥	٣٠	أرملة	
%١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٦١.٢	٢٤٥	تعمل	العمل
٣٨.٨	١٥٥	لا تعمل	
%١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	

وعن طبيعة العمل فقد تمثلت معظم الوظائف في (وظائف إدارية، ثم الوظائف أكاديمية كالمعلمات وأساتذة الجامعات، ثم في الأخير أصحاب الأعمال الحرة والعمل الخاص).

أداة جمع البيانات

استخدمت الباحثة استمارة استبيان إلكترونية كأداة أساسية لجمع البيانات وتم تطبيق الاستمارة عبر Google Forms ، وتضمنت الاستمارة ثمان محاور رئيسية:

المحور الأول: تناول كثافة وأنماط تعرض عينة الدراسة للقنوات الدينية عبر اليوتيوب.

المحور الثاني: تناول أكثر المصادر التي تعتمد عليها المرأة المصرية في الحصول على المعلومات الدينية.

المحور الثالث: درجة وثقة اعتماد عينة الدراسة على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للمعلومات الدينية.

المحور الرابع: تناول أكثر الموضوعات الدينية التي يحرص أفراد عينة الدراسة على متابعتها.

المحور الخامس: تناول دوافع متابعة عينة الدراسة للقنوات الدينية عبر اليوتيوب.

المحور السادس: تناول التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تنتج عن متابعة عينة الدراسة للقنوات الدينية عبر اليوتيوب.

المحور السابع: تناول قياس مستوى التنقيف الديني للمرأة المصرية الناتج عن متابعتها لقنوات اليوتيوب الدينية. وقد تم وضع مجموعة من العبارات تمثلت في (١٩) عبارة تكون منها مقياس مستوى التنقيف الديني لدى المرأة المصرية.

المحور الثامن: تناول الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة والتي تشمل (الفئة العمرية- المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي - الحالة الاجتماعية).

إجراءات الصدق والثبات

للتأكد من صدق أداة جمع البيانات (استمارة الاستبيان) قبل تطبيقها، تم عرضها على عدد من السادة المحكمين المختصين في المجال الذي يتم تناوله في البحث، وتم اختيارهم بناءً على خبرتهم ومعرفتهم العلمية في المجال المعني(*)، وتم إجراء التعديلات اللازمة بناءً على

(* أسماء السادة المحكمين

أ.د. أشرف جلال، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
أ.د. نشوة عقل، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
أ.د. خالد صلاح الدين، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
أ.د. عادل فهمي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
أ.م.د. رجاء الغمراوي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية اللغة والإعلام بالأكاديمية العربية للعلوم والنقل البحري.

ملاحظاتهم، وذلك للتأكد من صلاحية الأستمارة وتحقيق أهداف الدراسة قبل تطبيقها بشكلها النهائي على عينة الدراسة.

أولاً. الصدق:

الصدق الذاتي: تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق الاستبيان وذلك بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات الكلي للاستبيان، وقد جاء مساوياً (٠.٩٨)، مما يدل على تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الصدق.

ثانياً. الثبات:

الثبات باستخدام معامل الفا كرونباخ: للتأكد من ثبات الاستبيان بمحاوره؛ قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبيان باستخدام معامل (الفا كرونباخ)، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول (٢) قيم الثبات للاستبيان

أداة الدراسة	قيمة معامل ألفا
المحور الأول تناول: كثافة وأنماط تعرض	٠.٧٨٢
المحور الثاني: المصادر المعتمد عليها	٠.٧١٠
المحور الثالث: درجة الثقة في الاعتماد على الوسائل	٠.٨٦
المحور الرابع: أكثر الموضوعات الدينية متابعه	٠.٨٨٩
المحور الخامس: دوافع التعرض	٠.٨٧٥
المحور السادس: التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية	٠.٩٣٩
المحور السابع: مقياس التثقيف الديني	٠.٩٠٩
الاستبيان ككل	٠.٩٧٥

يتضح من نتائج الجدول: أن جميع قيم معامل ثبات "الفا كرونباخ" الخاصة بالاستبيان ككل ومحاوره جاءت دالة على تمتع الاستبيان بثبات مرتفع.

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss" من خلال اللجوء إلى المعاملات الإحصائية التالية:

- الجذر التربيعي لحساب الصدق.
- معامل الفا كرونباخ لحساب الثبات.
- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.

- الانحراف المعياري
- الرتب.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه.
- اختبار المقارنات البعدية Post Hock- Scheffe.

النتائج

أولاً: النتائج العامة للدراسة

جدول (٣) يوضح مدى متابعة المبحوثات للقنوات الدينية عبر اليوتيوب

النسبة %	التكرار	مدى المتابعة
٤٥.٢	١٨١	دائمًا
٣٨.٥	١٥٤	أحيانًا
١٦.٣	٦٥	نادرًا
١٠٠%	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن نسبة ٤٥.٢% من عينة البحث يتابعون القنوات الدينية عبر اليوتيوب (دائمًا)، ثم من يتابعونها (أحيانًا) بنسبة ٣٨.٥% في الترتيب الثاني، وأخيرًا من يتابعونها (نادرًا) بنسبة ١٦.٣%.

وتعكس تلك النتائج مداومة المبحوثات عينة الدراسة بمتابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب، مما يشير إلى نجاح تلك القنوات في أن تجذب الجمهور من المرأة المصرية نحو مشاهدتها ومتابعتها في الوقت ذاته، وهذا ما أكدته ندرة المتابعة والتي ظهرت بنسبة قليلة جدا.

جدول (٤) يوضح عدد الساعات التي تقضيها المبحوثات في متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب

النسبة %	التكرار	عدد الساعات
٥٢.٥	٢١٠	أقل من ساعة
٢٣.٥	٩٤	من ساعة لأقل من ساعتين
١٤.٢	٥٧	ثلاث ساعات فأكثر
٩.٨	٣٩	من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات
١٠٠%	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن نسبة ٥٢.٥% من عينة البحث يقضون (أقل من ساعة يوميًا) في متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب في الترتيب الأول، ثم ٢٣.٥% يقضون (ساعة إلى أقل من ساعتين)، وفي الترتيب الأخير يقضون (ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات) بنسبة ٩.٨%، وترجع الباحثة تلك النتيجة إلى أن قنوات اليوتيوب بمختلف مضامينها تعتمد على البث القصير الذي يتراوح ما بين ٥ إلى ١٣ دقيقة في المتوسط، وهذا ما يعتمد عليه الإعلام الرقمي والذي

ساهم في جذب الجمهور إليه، ففي خلال ساعة واحدة قد يتم مشاهدة أكثر من قناة عبر اليوتيوب.

جدول (٥) يوضح عدد الأيام التي تتابع فيها المبحوثات القنوات الدينية عبر اليوتيوب

عدد الأيام	التكرار	النسبة %
بشكل يومي	١٥٧	٣٩.٣
أيام الأجازة فقط	١٢٣	٣٠.٧
يوميين في الأسبوع	٧٢	١٨
ثلاثة أيام في الأسبوع	٤٨	١٢
الإجمالي	٤٠٠	%١٠٠

يتضح من الجدول: أن نسبة ٣٩.٣% من عينة البحث يتابعن القنوات الدينية عبر اليوتيوب بشكل (يومي) في الترتيب الأول، ثم من يتابعنها (في أيام الأجازات فقط) بنسبة ٣٠.٧%، بينما في الترتيب الأخير من يقضون (ثلاثة أيام في الأسبوع) بنسبة ١٢%، وترجع تلك النتيجة إلى سهولة التعرض لقنوات اليوتيوب في أى وقت وفي أى مكان .

جدول (٦) يوضح أكثر الأوقات التي تحرص فيها المبحوثات على متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب

العينة الكلية			التكرار لدرجة التوافر			العبارات
درجة الحرص	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً	أحياناً	دائماً	
كبيرة	٠.٥٦	٢.٦٣	١٦	١١٦	٢٦٨	خلال شهر رمضان.
كبيرة	٠.٦٠	٢.٥٢	٢٢	١٤٧	٢٣١	وقت البحث عن معلومات في موضوعات محددة.
كبيرة	٠.٦٧	٢.٣٤	٤٧	١٦٨	١٨٥	وقت إثارة موضوعات دينية جدلية في وسائل الإعلام التقليدية.
متوسطة	٠.٧٥	٢.٠١	١١١	١٧٤	١١٥	وقت نشر الفيديوهات الجديدة عبر القناة التي أتابعها.
متوسطة	٠.٦٥	١.٨٣	١٢٦	٢١٦	٥٨	وقت الفراغ فقط.
متوسطة	٠.٦٤	٢.٢٦	الإجمالي الكلي			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية لأكثر الأوقات التي تحرص فيها المبحوثات على متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب تراوحت ما بين (٢.٦٣ : ١.٨٣)، حيث جاءت عبارة (خلال شهر رمضان) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (وقت الفراغ فقط) في الترتيب الأخير. وترجع الباحثة النتائج السابقة إلى الأسباب التالية:

- حرص عينة الدراسة الكبير على متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب خلال شهر رمضان على وجه التحديد نظراً للروحانيات والطابع الديني الذي يميز هذا الشهر عن بقية الشهور.
- تعتبر قنوات اليوتيوب الدينية من مصادر المعلومات الهامة التي ينصرف إليها الجمهور وقت البحث عن معلومات جديدة ووقت إثارة موضوعات جديدة في وسائل الإعلام التقليدية وذلك نتيجة للحرية التي يتمتع بها الإعلام الرقمي والسرعة في النشر والسهولة في وصول الجمهور إليها مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

جدول (٧) يوضح مدى حرص المبحوثات على متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب

النسبة %	التكرار	مدى الحرص
٤٣	١٧٢	أحرص على متابعة القنوات الدينية التي أفضلها عبر اليوتيوب بدرجة كبيرة.
٢٩	١١٦	أحرص على متابعة القنوات الدينية التي أفضلها بدرجة ضعيفة.
٢٨	١١٢	أحرص على متابعة القنوات الدينية التي أفضلها بدرجة متوسطة.
%١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: ارتفاع حرص المبحوثات عينة الدراسة على متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب حيث جاءت نسبة ٤٣% من عينة البحث يحرصون على متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب بدرجة (كبيرة)، ثم بدرجة (ضعيفة) بنسبة ٢٩%، وأخيراً بدرجة (متوسطة) بنسبة ٢٨%، وتتفق تلك النتائج مع نتائج الجدول رقم (٣) و (٥) والتي أشارت إلى متابعة المبحوثات للقنوات الدينية عبر اليوتيوب بصفة دائمة وبشكل يومي.

جدول (٨) يوضح أكثر المصادر التي تعتمد عليها المبحوثات في الحصول على المعلومات الدينية

النسبة %	التكرار	المصادر
٦٧.٣	٢٦٩	المواقع الإلكترونية الدينية عبر الإنترنت.
٥٩.٣	٢٣٧	قنوات اليوتيوب الدينية.
٤١.٣	١٦٥	التلفزيون.
١١.٣	٤٥	الراديو.
٩.٣	٣٧	الأهل والأقارب.
٥	٢٠	الأصدقاء.

بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل ن= (٤٠٠)

يتضح من الجدول: أن أكثر المصادر التي تعتمد عليها المبحوثات في الحصول على المعلومات الدينية تمثلت في (المواقع الإلكترونية الدينية عبر الإنترنت) في الترتيب الأول

بنسبة ٦٧.٣%، ثم (قنوات اليوتيوب الدينية) في الترتيب الثاني بنسبة ٥٩.٣%، بينما في الترتيب الأخير (الأصدقاء) بنسبة ٥%.

وتتفق تلك النتائج مع نتائج الجدول رقم (٦) والتي أشارت إلى أن أكثر الأوقات التي تحرص فيها المبحوثات عينة الدراسة والتي تعد أوقات الذروة الدينية وهي شهر رمضان ، وإثارة موضوعات دينية في وسائل الإعلام التقليدية ، ووقت البحث عن معلومات جديدة يدل على انخفاض الاعتماد على الإعلام التقليدي كمصدر للحصول على المعلومات الدينية مقارنة بالإعلام الرقمي والمتمثل في (المواقع الإلكترونية الدينية عبر الإنترنت و قنوات اليوتيوب الدينية) كما تتفق تلك النتيجة أيضاً مع الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة حيث جاءت الفئات العمرية الأصغر من أكثر فئات العينة وهي طبقاً لنتائج الدراسات السابقة هي الفئات الأكثر استخداماً للإعلام الرقمي بشكل عام.

جدول (٩) يوضح درجة ثقة المبحوثات في المعلومات التي تقدم من خلال القنوات الدينية عبر اليوتيوب

النسبة %	التكرار	درجة الثقة
٤٨.٥	١٩٤	أثق فيها بدرجة متوسطة
٤٠.٣	١٦١	أثق فيها بدرجة كبيرة
١١.٢	٤٥	أثق فيها بدرجة ضعيفة
%١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن نسبة ٤٨.٥% من عينة البحث يثقون في المعلومات التي تقدم من خلال القنوات الدينية عبر اليوتيوب (بدرجة متوسطة) في الترتيب الأول، ثم من يثقون فيها (بدرجة كبيرة) في الترتيب الثاني بنسبة ٤٠.٣%، بينما في الترتيب الأخير من يثقون فيها (بدرجة ضعيفة) بنسبة ١١.٢%.

وتشير تلك النتائج إلى وعي المبحوثات عينة الدراسة بمدى مصداقية أو تزييف المعلومات الدينية المقدمة عبر قنوات اليوتيوب الدينية ، ففي ظل انتشار مصادر الحصول على المعلومات الدينية عبر الإعلام الرقمي، فمن الممكن أن توجد معلومات دينية غير صحيحة بالإضافة إلى ذلك، يوجد قنوات دينية تتمتع بمستوى عالٍ من الثقة، وغالباً ما يعتبر الدعاة مصدر الثقة في هذه القنوات، مثل قناة "الشيخ الشعراوي ومصطفى حسنى ورمضان عبد الرازق" وهذا ما أشارت إليه نتائج الدراسة الاستطلاعية، ومع ذلك توجد أيضاً قنوات لا تتمتع بدرجة عالية من المصداقية، مما يقلل من مستوى الثقة في المعلومات الدينية التي تقدمها.

جدول (١٠) يوضح درجة اعتماد المبحوثات على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للمعلومات

النسبة %	التكرار	درجة الاعتماد
٥٠.٢	٢٠١	أعتمد عليها بدرجة كبيرة
٣١	١٢٤	أعتمد عليها بدرجة متوسطة
١٨.٨	٧٥	أعتمد عليها بدرجة منخفضة
%١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن نسبة ٥٠.٢% من عينة البحث يعتمدون على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للمعلومات (بدرجة كبيرة) في الترتيب الأول، ثم من يعتمدون عليها (بدرجة متوسطة) في الترتيب الثاني بنسبة ٣١%، بينما في الترتيب الأخير من يعتمدون عليها (بدرجة منخفضة) بنسبة ١٨.٨%، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسات ديس (٢٠١٨) ونصر (٢٠٢٠) والتي أشارت إلى ارتفاع الاعتماد على قنوات اليوتيوب كمصدر أساسي للحصول على المعلومات في الموضوعات التي يهتمون بها، كما اتفقت النتائج السابقة مع نتائج الجدول رقم (٨) حيث ظهر الإعلام التقليدي المتمثل في (الراديو والتلفزيون) في ترتيب أقل من الإعلام الرقمي كمصدر الحصول على المعلومات الدينية.

جدول (١١) يوضح الأسباب التي تجعل المبحوثات تعتمد على متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للمعلومات

العبارات	العينة الكلية					
	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة الموافقة		
				معارض	محايد	موافق
سهولة البحث عن أى موضوع يتعلق بشؤون المرأة في الإسلام.	كبيرة	٠.٤٨	٢.٧٤	٨	٨٧	٣٠٥
تتميز القنوات الدينية عبر اليوتيوب بالتفاعلية مع المتابعين.	كبيرة	٠.٥٢	٢.٧١	١٣	٩١	٢٩٦
مشاهدة الحلقات التي لم أشاهدها من قبل في أى وقت وإمكانية التفاعل معها.	كبيرة	٠.٥٧	٢.٥٩	١٧	١٢٨	٢٥٥
تنوع المحتوى الديني المقدم عبر قنوات اليوتيوب.	كبيرة	٠.٥٣	٢.٥٧	٩	١٥٢	٢٣٩
شمولية توافر إجابات سهلة ومختصرة لأسئلة متابعين القناة عبر اليوتيوب.	كبيرة	٠.٥٧	٢.٥٦	١٦	١٤٤	٢٤٠

العبارة	العينة الكلية				
	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة الموافقة		
			معارض	محايد	موافق
تقدم المعلومات الدينية المتعلقة بالمرأة بطريقة سهلة الفهم بالمقارنة بالقنوات التلفزيونية.	٠.٦٣	٢.٥٣	٣١	١٢٣	٢٤٦
عناصر الجذب في القناة الدينية عبر اليوتيوب والتي تختلف عن القناة التلفزيونية.	٠.٥٨	٢.٤٠	٢١	١٩٧	١٨٢
طرح موضوعات جديدة خاصة بالمرأة لا يتم طرحها في القنوات التلفزيونية.	٠.٦٩	٢.٣٨	٤٨	١٥٢	٢٠٠
تقدم النصح والإرشاد بطرق وأساليب تساعدني على التغيير للأفضل.	٠.٦٠	٢.٣٨	٢٦	١٩٥	١٧٩
الإجمالي الكلي	٠.٥٧	٢.٥٤			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية لأكثر الأسباب التي تجعل المبحوثات تعتمد على متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للمعلومات تراوحت ما بين (٢.٧٤ : ٢.٣٨)، حيث جاءت عبارة (سهولة البحث عن أي موضوع يتعلق بشؤون المرأة في الإسلام) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (تقدم النصح والإرشاد بطرق وأساليب تساعدني على التغيير للأفضل) في الترتيب الأخير.

ووفقاً للنتائج التفصيلية للجدول، تشير إلى أن سهولة في البحث ونشر المعلومات وعناصر الجذب والحرية في طرح الموضوعات، هي العوامل التي تدفع المرأة المصرية وتشجعها على متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب، وتعد الوسائل الإعلامية الرقمية، بما في ذلك قنوات اليوتيوب، توفر للمستخدمين فرصة للوصول إلى المعلومات بسهولة والتعبير عن آرائهم وتفاعلاتهم بحرية، مما يجعلها جذابة للمرأة المصرية في متابعة المحتوى الديني وهذا ما اتفقت عليه نتائج الدراسات السابقة التي أجريت على موقع اليوتيوب.

جدول (١٢) يوضح أنماط التفاعل مع الموضوعات التي تطرحها القناة الدينية عبر اليوتيوب

العبارة	العينة الكلية				
	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة التوافر		
			نادراً	أحياناً	دائماً
مناقشة الأهل والأصدقاء حول الموضوعات التي شاهدها عبر القنوات الدينية.	٠.٦٩	٢.١٩	٦٥	١٩٤	١٤١
إرسال الفيديوهات التي أعجبتني للأصدقاء عبر صفحتي الشخصية على الفيس بوك	٠.٧١	٢.٠٥	٩١	١٩٧	١١٢
الإعجاب فقط.	٠.٦٩	١.٩٦	١٠٤	٢٠٨	٨٨
الإشتراك في القناة.	٠.٧٢	١.٩٣	١١٩	١٨٩	٩٢
التعليق على الموضوعات المطروحة.	٠.٧٦	١.٨٩	١٤٠	١٦٢	٩٨
أقترح موضوعات جديدة للنقاش للقائمين على القناة الدينية.	٠.٨٠	١.٨١	١٧٣	١٢٩	٩٨
الإجمالي الكلي	٠.٧٢	١.٩٧			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية لأنماط التفاعل مع الموضوعات التي تطرحها القناة الدينية عبر اليوتيوب تراوحت ما بين (٢.١٩ : ١.٨١)، حيث جاءت عبارة (مناقشة الأهل والأصدقاء حول الموضوعات التي شاهدها عبر القنوات الدينية) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (أقترح موضوعات جديدة للنقاش للقائمين على القناة الدينية) في الترتيب الأخير.

وتؤكد تلك النتائج على ارتفاع مستوى تفاعل المبحوثات عينة الدراسة مع المحتوى الديني المقدم عبر قنوات اليوتيوب الدينية، ويرجع ذلك إلى التنوع في الموضوعات المطروحة والجرأة في النقاش والعرض، مما يحفز المستخدمين على مناقشة المحتوى والتفاعل معه وهذا يعكس فعالية تلك القنوات في تشجيع المستخدمين على المشاركة والتفاعل مع المحتوى الديني.

كما ترتبط تلك النتائج بنتائج الجدول رقم (٩)، حيث يدفع متوسط مستوى ثقة الباحثات في المعلومات الدينية المقدمة إليهم إلى التحقق من مصداقيتها من خلال المناقشة مع الأهل والأصدقاء، مما يشير إلى الرغبة في التأكد والتحقق من صحة المعلومات الدينية قبل تصديقها، وهو مؤشر إيجابي على وعي الباحثات وحرصهم على الحصول على معلومات دينية موثوقة.

وفيما يتعلق بظهور فئة (أقترح موضوعات جديدة للنقاش للقائمين على القناة الدينية) يشير إلى اتجاه الباحثات عينة الدراسة للبعد عن أنماط التفاعل التي تحتاج إلى بذل مجهود وتركيزهن على أنماط التفاعل الأكثر سهولة كما أشارت إليه النتائج التفصيلية للجدول.

جدول (١٣) يوضح الموضوعات التي تحرص المبحوثات على متابعتها من خلال القنوات الدينية عبر اليوتيوب

العينة الكلية			الموضوعات			
درجة التوافر	الانحراف المعياري	المتوسط				التكرار لدرجة التوافر
			معارض	محايد	موافق	
كبيرة	٠.٦٣	٢.٥٥	٣١	١١٨	٢٥١	العادات والتقاليد المجتمعية التي تمارس ضد المرأة والمحرمة في الإسلام.
كبيرة	٠.٦٥	٢.٥٠	٣٦	١٢٦	٢٣٨	حق المرأة في تحقيق العدالة وعدم التمييز ضدها
كبيرة	٠.٦٥	٢.٤٧	٣٦	١٣٩	٢٢٥	أحكام الزواج والطلاق في الإسلام.
كبيرة	٠.٦٨	٢.٤٧	٤٥	١٢٢	٢٣٣	حق المرأة في التعليم والعمل والقيادة والمشاركة المجتمعية كما حددها الإسلام.
كبيرة	٠.٦٧	٢.٤٢	٤١	١٤٨	٢١١	واجبات وحقوق المرأة في الإسلام.
كبيرة	٠.٦٦	٢.٤٠	٤١	١٥٦	٢٠٣	أحكام زى المرأة المسلمة.
كبيرة	٠.٦٩	٢.٣٨	٤٩	١٥٠	٢٠١	أداب وسلوك المرأة في الإسلام.
متوسطة	٠.٧٤	٢.٣٣	٦٦	١٣٣	٢٠١	بناء الأسرة وحقوق الزوجة المسلمة.
متوسطة	٠.٧٢	٢.٣١	٦٢	١٤٩	١٨٩	أحكام زينة المرأة المسلمة.
متوسطة	٠.٧١	٢.٢٤	٦٣	١٧٧	١٦٠	أحكام الطهارة المتعلقة بالمرأة المسلمة.
متوسطة	٠.٧٤	٢.١٩	٨٠	١٦٣	١٥٧	ميراث المرأة في الإسلام.
متوسطة	٠.٧٣	٢.٠٥	٩٧	١٨٣	١٢٠	أحكام الزكاة على الذهب.
كبيرة	٠.٦٨	٢.٣٥	الإجمالي الكلي			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية للموضوعات التي تحرص المبحوثات على متابعتها من خلال القنوات الدينية عبر اليوتيوب تراوحت ما بين (٢.٥٥ : ٢.٠٥)، حيث جاءت الموضوعات المتعلقة (بالعادات والتقاليد المجتمعية التي تمارس ضد المرأة والمحرمة في الإسلام) في الترتيب الأول، بينما جاءت الموضوعات المتعلقة (بأحكام الزكاة على الذهب) في الترتيب الأخير، وترجع الباحثة النتيجة السابقة إلى

ما أثير في الفترة الأخيرة إلى ربط البعض لا سيما بعض قنوات الدعاة المتشددین عبر اليوتيوب بعض العادات والتقاليد الخاطئة بتعاليم الدين الإسلامي، لا سيما قضية الختان وغيرها من العادات والتقاليد التي لا تمت للدين الإسلامي بصلة وهذا يرتبط بظهور موضوع حق المرأة في

العدالة وعدم التمييز ضدها ، حيث أصبحت المرأة في العصر الحالي تبحث عن تحقيق الذات ودورها الإيجابي في المجتمع.

جدول (١٤) الدوافع النفعية التي تجعل المبحوثات يتابعن القنوات الدينية عبر اليوتيوب

الدوافع	العينة الكلية				
	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة الموافقة		
			موافق	محايد	معارض
لاكتساب المعلومات الدينية في الموضوعات التي أهتم بها.	٠.٤٦	٢.٧٢	٣	١٠٣	٢٩٤
تلبي احتياجاتي المعرفية والمعلوماتية عن القيم الدينية.	٠.٤٩	٢.٦٧	٥	١٢٠	٢٧٥
تزودني بمعلومات لم أكن أعرفها من قبل عن سير الصحابة والتابعين.	٠.٥١	٢.٦٤	٨	١٢٥	٢٦٧
للبحث عن شرح الآيات القرآنية والاحاديث القرآنية التي أحتاج إلى فهمها.	٠.٦٥	٢.٥٩	٣٦	٩٢	٢٧٢
جعلتني على دراية أكثر بتعاليم الإسلام للمرأة	٠.٥٥	٢.٥٨	١٣	١٣٩	٢٤٨
لمعرفة رأي الدين الإسلامي في المشكلات التي أواجهها.	٠.٥٥	٢.٥١	١٢	١٧٠	٢١٨
تطلعتني على آراء متعددة حول الموضوعات المطروحة.	٠.٥٧	٢.٥٠	١٦	١٦٦	٢١٨
تصح لي المعلومات المغلوطة التي اكتسبتها من مصادر أخرى.	٠.٦٢	٢.٤٦	٢٩	١٥٨	٢١٣
تحفزني على الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي.	٠.٥٩	٢.٤٥	٢٢	١٧٦	٢٠٢
تقدم حلول للمشكلات الحياتية التي أواجهها.	٠.٦٣	٢.٤٤	٣١	١٥٩	٢١٠
تشجعني على الصبر والالتزام بالزي الإسلامي.	٠.٧٢	٢.٢٦	٦٧	١٦٠	١٧٣
الإجمالي الكلي	٠.٥٧	٢.٥٢			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية للدوافع النفعية التي تجعل المبحوثات يتابعن القنوات الدينية عبر اليوتيوب تراوحت ما بين (٢.٧٢ : ٢.٢٦)، حيث جاءت عبارة (لاكتساب المعلومات الدينية في الموضوعات التي أهتم بها) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة

(تشجعتني على الصبر والالتزام بالزبي الإسلامي) في الترتيب الأخير، وتدل تلك النتائج على مدى اهتمام المبحوثات عينة الدراسة بالبحث في تلبية احتياجاتهم المعرفية نحو الموضوعات الدينية التي يهتموا بها مما يعكس رغبتهم في الاستزادة من المعرفة الدينية وتطوير فهمهم الشخصي والثقافي .

جدول (١٥) الدوافع الطقوسية التي تجعل المبحوثات يتابعن القنوات الدينية عبر اليوتيوب

العينة الكلية			الدوافع			
درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة الموافقة			
			معارض	محايد	موافق	
كبيرة	٠.٦١	٢.٥٦	٢٥	١٢٣	٢٥٢	أشعر بالراحة عندما أستمع لأحد الدعاة المفضلين عندي.
كبيرة	٠.٦٠	٢.٣٥	٢٧	٢٠٣	١٧٠	الهروب من الضغط النفسي الذي أواجهه.
متوسطة	٠.٥٨	٢.٢١	٣٥	٢٤٧	١١٨	لاستغلال وقت الفراغ لدي فيما يفيد.
متوسطة	٠.٧٦	٢.١٤	٩٣	١٥٧	١٥٠	أشاهدها بالصدفة دون البحث عنها.
متوسطة	٠.٧٠	١.٩١	١١٨	٢٠١	٨١	تعودت على مشاهدتها نظراً لكثرتها على موقع اليوتيوب.
متوسطة	٠.٦٥	٢.٢٣	الإجمالي الكلي			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية للدوافع الطقوسية التي تجعل المبحوثات يتابعن القنوات الدينية عبر اليوتيوب تراوحت ما بين (٢.٥٦ : ١.٩١)، حيث جاءت عبارة (أشعر بالراحة عندما أستمع لأحد الدعاة المفضلين عندي) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (تعودت على مشاهدتها نظراً لكثرتها على موقع اليوتيوب) في الترتيب الأخير، وهي نتيجة منطقية تدل على أن تفضيل المبحوثات لإحدى قنوات اليوتيوب الدينية لا بد من أن تعود بالأثر الإيجابي عليهن والمتمثل في العبارة الأولى في الجدول.

وتعكس النتائج السابقة ارتفاع نسبة الدوافع النفعية عن الطقوسية لدى عينة البحث في متابعتهم للقنوات الدينية عبر اليوتيوب، وهذا يؤكد على فعالية وقوة تلك القنوات في إمداد المبحوثات بالمعلومات الدينية التي تساهم في رفع درجة التنقيف الديني لديهن، وتتفق تلك النتائج مع نتائج دراسة (نصر، ٢٠٢٠) والتي أوضحت أن دوافع المتابعين لقنوات اليوتيوب هو توفر معلومات جديدة وهادفة، وزيادة الاهتمام والتعمق في الموضوعات المختلفة.

جدول (١٦) يوضح التأثيرات المعرفية المترتبة على متابعة المبحوثات للقنوات الدينية عبر اليوتيوب

العينة الكلية						التأثيرات المعرفية
درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة الموافقة			
			معارض	محايد	موافق	
كبيرة	٠.٥٧	٢.٥٨	١٨	١٣٠	٢٥٢	ساعدت في معرفة الكثير من المعلومات الدينية التي لم أكن أعرفها من قبل.
كبيرة	٠.٥٨	٢.٥٤	١٨	١٤٧	٢٣٥	تفسير الكثير من الأحكام الدينية المتعلقة بالمرأة والتي لم أكن أعرفها من قبل.
كبيرة	٠.٦٢	٢.٤٩	٢٧	١٤٧	٢٢٦	بينت موقف الإسلام تجاه قضايا الخلع والزواج العرفي.
كبيرة	٠.٦٠	٢.٤٨	٢٣	١٦١	٢١٦	تصحیح الكثير من الآراء الدينية المغلوطة فيما يتعلق بقضايا المرأة من قبل بعض المتشددین.
كبيرة	٠.٥٧	٢.٤٧	١٧	١٧٨	٢٠٥	أصبحت أكثر دراية بمعرفة واجبات وحقوق المرأة في الإسلام.
كبيرة	٠.٥٩	٢.٤١	٢١	١٩٣	١٨٦	صححت المفاهيم الدينية المغلوطة التي تكونت لدي من مصادر أخرى.
كبيرة	٠.٥٨	٢.٤٩	الإجمالي الكلي			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية للتأثيرات المعرفية المترتبة على متابعة المبحوثات للقنوات الدينية عبر اليوتيوب تراوحت ما بين (٢.٥٨ : ٢.٤١)، حيث جاءت عبارة (ساعدت في معرفة الكثير من المعلومات الدينية لم أكن أعرفها من قبل) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (صححت المفاهيم الدينية المغلوطة التي تكونت لدي من مصادر أخرى) في الترتيب الأخير. وتتفق تلك النتائج مع نتائج الجدول رقم (٤ و١٥) التي أوضحت ارتفاع نسبة الدوافع النفعية مقابل الدوافع الطقوسية.

جدول (١٧) يوضح التأثيرات الوجدانية المترتبة على متابعة المبحوثات للقنوات الدينية عبر اليوتيوب

العينة الكلية						التأثيرات الوجدانية
درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة الموافقة			
			معارض	محايد	موافق	
كبيرة	٠.٣٧	٢.٨٥	٣	٥١	٣٤٦	شعرت بالفخر والطمأنينة للإنتماء للإسلام.
كبيرة	٠.٦٣	٢.٤٨	٣١	١٤٥	٢٢٤	جعلتني أكثر تسامحاً مع نفسي ومع الآخرين.
كبيرة	٠.٦٢	٢.٤١	٣٠	١٧٣	١٩٧	زادت من شعوري بالرضا عن الحياة التي أعيشها.
كبيرة	٠.٦٦	٢.٣٥	٤٣	١٧٤	١٨٣	زادت من درجة أطمئنانى فى اعتماد الكثير من الأفكار التي لا تتعارض مع تعاليم الدين الصحيح.
متوسطة	٠.٧٦	٢.٣٣	٧٤	١٢٠	٢٠٦	أزالت لدي الخوف والقلق من التفكير فى المستقبل.
متوسطة	٠.٨٤	٢.١٨	١١٣	١٠٢	١٨٥	جعلتني أتعاطف مع ضحايا الآراء الدينية المتشددة تجاه حقوق المرأة.
متوسطة	٠.٧٦	١.٩٠	١٣٨	١٦٣	٩٩	أثارت آراء بعض الدعاة المتشددين على اليوتيوب بشأن قضايا المرأة الخوف والقلق لدى نحو مستقبل المرأة.
كبيرة	٠.٦٦	٢.٣٥	الإجمالي الكلي			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية للتأثيرات الوجدانية المترتبة على متابعة المبحوثات للقنوات الدينية عبر اليوتيوب تراوحت ما بين (٢.٨٥ : ١.٩١)، حيث جاءت عبارة (شعرت بالفخر والطمأنينة للإنتماء للإسلام) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (أثارت آراء بعض الدعاة المتشددين على اليوتيوب بشأن قضايا المرأة الخوف والقلق لدى نحو مستقبل المرأة) في الترتيب الأخير.

جدول (١٨) يوضح التأثيرات السلوكية المترتبة على متابعة المبحوثات للقنوات الدينية عبر اليوتيوب

العينة الكلية			التأثيرات السلوكية			
درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة الموافقة			
			معارض	محايد	موافق	
كبيرة	٠.٥٤	٢.٦٠	١١	١٣٧	٢٥٢	السعي لإرضاء الله والإمتثال لأوامر الإسلام للمرأة.
كبيرة	٠.٥٧	٢.٦٠	١٩	١٢٠	٢٦١	ساعدتني مشاهدة للقنوات الدينية على القيام سلوكيات أكثر إيجابية في المجتمع.
كبيرة	٠.٥٦	٢.٥٥	١٥	١٤٩	٢٣٦	البعد عن الممارسات السلبية والمحرمات الدينية.
كبيرة	٠.٦٠	٢.٥٠	٢٢	١٥٥	٢٢٣	جعلتني أواظب على الصلاة في أوقاتها.
كبيرة	٠.٦٣	٢.٤٨	٣٠	١٤٦	٢٢٤	حفزتني على القيام بالمزيد من الأعمال الخيرية.
كبيرة	٠.٦٥	٢.٤٣	٣٦	١٥٤	٢١٠	شجعتني على إخراج الزكاة والصدقات في أوقاتها.
كبيرة	٠.٦٦	٢.٣٣	٤٣	١٨٠	١٧٧	مساعدتني للقنوات الدينية دفعني لتوجيه وإرشاد المحيطين بي لتبني سلوكيات صحيحة.
كبيرة	٠.٦٣	٢.٢٠	٤٨	٢٢١	١٣١	زادت من درجة التزامي بالزي الشرعي طبقاً لتعاليم الإسلام.
كبيرة	٠.٦٠	٢.٤٦	الإجمالي الكلي			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية للتأثيرات السلوكية المترتبة على متابعة المبحوثات للقنوات الدينية عبر اليوتيوب تراوحت ما بين (٢.٦٠ : ٢.٢٠)، حيث جاءت عبارة (السعي لإرضاء الله والإمتثال لأوامر الإسلام للمرأة)، ساعدتني مشاهدة للقنوات الدينية على القيام سلوكيات أكثر إيجابية في المجتمع) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (زادت من درجة التزامي بالزي الشرعي طبقاً لتعاليم الإسلام) في الترتيب الأخير.

وتعكس النتائج السابقة تصدر "التأثيرات المعرفية" قائمة ترتيب التأثيرات المترتبة على متابعة المبحوثات عينة البحث للقنوات الدينية عبر اليوتيوب، ثم "التأثيرات السلوكية" وأخيراً "التأثيرات الوجدانية"، وجاءت الدرجة الكلية للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية متحققة بدرجة كبيرة، وهذا يشير إلى أهمية دور القنوات الدينية عبر اليوتيوب في ترك الآثار الإيجابية

لا سيما المعرفية بل ويعزز دورها الإيجابي في نشر المعرفة الدينية واتفقت تلك النتائج مع نتائج دراسات (إسماعيل بوشناق، ٢٠١٩) و (السيد أبو شعيشع، ٢٠٢١).

جدول (١٩) يوضح مقياس التثقيف الديني لدى المبحوثات عينة البحث

العبارة	العينة الكلية				
	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة الموافقة		
			معارض	محايد	موافق
الاقتناع التام بأن الدين الإسلامي هو دين كل زمان ومكان ولا يقتصر على وقت ومكان محدد.	٠.٤٠	٢.٨٥	٨	٤٢	٣٥٠
الدين الإسلامي بعيد عن التعصب بكافة أشكاله.	٠.٤٥	٢.٨٢	١١	٥٠	٣٣٩
أدركت أن الدين الإسلامي ليس شعائر فقط وإنما الأساس في الإسلام المعاملة.	٠.٤٣	٢.٨١	٨	٥٨	٣٣٤
من تعاليم الدين الإسلامي احترام الاختلاف مع الغير سواء كان على مستوى الدين واللون والعرق.	٠.٤٣	٢.٨١	٨	٥٧	٣٣٥
إدراك أن الإسلام كرم المرأة وأعطاه كل الحقوق عكس المفاهيم الاجتماعية المغلوطة.	٠.٤٩	٢.٧٦	١٣	٦٩	٣١٨
فهم مفهوم التوحيد والإيمان بالله ورسوله.	٠.٤٨	٢.٧٦	١٠	٧٦	٣١٤
معرفة أهمية الأخلاق الإسلامية والقيم الدينية في الحياة اليومية.	٠.٤٦	٢.٧٦	٨	٧٧	٣١٥
معرفة الأحكام الشرعية المتعلقة بالطهارة والصلاة والصيام والزكاة والحج.	٠.٥٠	٢.٧٤	١٢	٧٩	٣٠٩
فهم مفهوم الجنة والنار وحياة الآخرة.	٠.٤٩	٢.٧٢	٨	٩٥	٢٩٧
معرفة أهمية القرآن الكريم وتلاوته وتديره.	٠.٤٨	٢.٧٢	٨	٩٤	٢٩٨
فهم مفهوم السنة النبوية وأهمية اتباع سنة النبي محمد صل الله عليه وسلم.	٠.٤٩	٢.٧٢	٨	٩٥	٢٩٧
على المرأة المسلمة أن تسعى للعلم والعمل وأن ذلك لا يتعارض مع الدين الإسلامي.	٠.٥٥	٢.٧٠	٢٠	٧٨	٣٠٢

العينة الكلية						العبارات
درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار لدرجة الموافقة			
			معارض	محايد	موافق	
كبيرة	٠.٥٦	٢.٧٠	٢٢	٧٦	٣٠٢	أدركت أن المشكلات التي تواجهها المرأة المصرية في المجتمع لا صلة لها بتعاليم الدين الإسلامي وإنما بسبب العادات والتقاليد التي تتعارض مع الإسلام.
كبيرة	٠.٥١	٢.٦٧	٨	١١٤	٢٧٨	معرفة قصص الأنبياء والرسل في الإسلام.
كبيرة	٠.٥٦	٢.٦٧	١٩	٩٤	٢٨٧	معرفة مفهوم الحلال والحرام والمباح والمكروه في الإسلام.
متوسطة	٠.٨٠	٢.٢٥	٩١	١١٦	١٩٣	أباح الإسلام أن يكون للمرأة علاقاتها الإجتماعية ما لم تعود بالضرر عليها.
متوسطة	٠.٦٨	٢.٠٦	٨١	٢١٤	١٠٥	لا مانع من حضور الحفلات والأهبال للأماكن الترفيهية.
متوسطة	٠.٨٢	١.٩٦	١٤٤	١٢٧	١٢٩	أجاز الإسلام السفر للمرأة بمفردها للعمل دون وجود محرم معها.
متوسطة	٠.٧٥	١.٦٧	٢٠١	١٢٨	٧١	لا مانع من وجود صداقة مع الرجل.
كبيرة	٠.٥٤	٢.٥٨	الإجمالي الكلي			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية لمقياس التنقيف الديني لدى المبحوثات عينة البحث تراوحت ما بين (٢.٨٥ : ١.٦٧)، حيث جاءت عبارة (الافتناع التام بان الدين الإسلامي هو دين كل زمان ومكان ولا يقتصر على وقت ومكان محدد) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (لا مانع من وجود صداقة مع الرجل) في الترتيب الأخير.

وتعكس الدرجة الكلية للمتوسط الإجمالي لمقياس التنقيف الديني والمقدرة ب ٢.٥٨ وجود درجة تنقيف ديني مرتفعة لدى عموم عينة البحث وتلك النتيجة تتفق مع نتائج الجداول السابقة، مما يؤكد على الدور الفعال الذي تقوم به القنوات الدينية عبر اليوتيوب في التنقيف الديني لدى المرأة المصرية .

ثانياً:- نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب ودرجة التنقيف الديني لديهن.

جدول (٢٠) يوضح معاملات الارتباط بين معدل تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب ودرجة التنقيف الديني

درجة التنقيف الديني			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال احصائياً	٠.٠١	**٠.٩٨	معدل التعرض

(**) دال عند مستوى ٠.٠١

يتبين من الجدول تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب ودرجة التنقيف الديني لديهن؛ وهذا يعني أنه كلما ازداد معدل تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب زادت معه درجة التنقيف الديني لديها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب ودرجة ثققتها في المعلومات التي تقدم من خلال هذه القنوات.

جدول (٢١) يوضح معاملات الارتباط بين معدل تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب ودرجة الثقة

درجة الثقة			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال احصائياً	٠.٠١	**٠.٥٤	معدل التعرض

(**) دال عند مستوى ٠.٠١

يتبين من الجدول تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب ودرجة ثققتها في المعلومات التي تقدم من خلال هذه القنوات؛ وهذا يعني أنه كلما ازداد معدل تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب زادت معه درجة ثققتها فيما تقدمه هذه القنوات من معلومات.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين درجة اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للمعلومات ومعدل التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا التعرض.

جدول (٢٢) يوضح معاملات الارتباط بين درجة اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للمعلومات ومعدل التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية

درجة الاعتماد			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	٠.٠١	**٠.٥٥	التأثيرات المعرفية
دال إحصائياً	٠.٠١	**٠.٣٧	التأثيرات الوجدانية
دال إحصائياً	٠.٠١	**٠.٦٤	التأثيرات السلوكية
دال إحصائياً	٠.٠١	**٠.٥٨	التأثيرات ككل

(**) دال عند مستوى ٠.٠١

يتبين من الجدول تحقق الفرض ، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للمعلومات ومعدل التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا التعرض. وهذا يعني أنه كلما ازدادت درجة اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية عبر اليوتيوب كمصدر للمعلومات، زاد معدل التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا التعرض.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة البحث في معدل تعرضهن لقنوات اليوتيوب الدينية وفق متغيرات (السن، المستوى التعليمي).

(أ) الفروق وفق السن:

جدول (٢٣) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه بين عينة البحث في معدل تعرضهم لقنوات اليوتيوب الدينية وفق متغير (السن).

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
معدل التعرض	بين المجموعات	٢٥.٢٠٥	٢	١٢.٦٠٣	١.١٥٦	غير دال
	داخل المجموعات	٤٣٢٦.٥	٣٩٧	١٠.٨٩٨		
	الإجمالي	٤٣٥١.٧	٣٩٩			

يتضح من الجدول:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين عينة البحث في معدل تعرضهن لقنوات اليوتيوب الدينية وفق متغير (السن).

(أ) الفروق وفق المستوى التعليمي:

جدول (٢٤) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه بين عينة البحث في معدل تعرضهم لقنوات اليوتيوب الدينية وفق متغير (المستوى التعليمي)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
معدل التعرض	بين المجموعات	١٢١.٢٣	٣	٤٠.٤١١	**٣.٧٨٣	دال
	داخل المجموعات	٤٢٣٠.٤	٣٩٦	١٠.٦٨٣		
	الإجمالي	١٢١.٢٣	٣			

(**) دال عند مستوى ٠.٠١

يتبين من الجدول وجود فروق دالة إحصائية بين عينة البحث في معدل تعرضهن لقنوات اليوتيوب الدينية وفق متغير (المستوى التعليمي).

ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير المستوى التعليمي ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي فئة تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- Scheffe).

جدول (٢٥) يوضح نتائج اختبار (Post Hock- Scheffe)

المستويات التعليمية	المتوسط	طالبة جامعية	بكالوريوس	ماجستير	دكتوراه
طالبة جامعية	٧.٥٣	_____	*١.٥٢-	١.٥٣-	*١.٥٠-
بكالوريوس	٩.٠٥	_____	_____	٠.٠١٣-	٠.١٢
ماجستير	٩.٠٦	_____	_____	_____	٠.٠٢٦
دكتوراه	٩.٠٤	_____	_____	_____	_____

(*) دالة عند مستوى (٠.٠٥).

وعقب تطبيق اختبار (Post Hock- Scheffe) اتضح ما يلي:

بناءً على متوسطات المستويات التعليمية، يتضح وجود فروق دالة إحصائية بين عينة البحث في معدل تعرضهن لقنوات اليوتيوب الدينية وفق متغير (المستوى التعليمي)، وتشير النتائج إلى وجود فروق لصالح ذوي المستوى التعليمي (الماجستير)، وهذا يعني أن حملة الماجستير هم الأكثر تعرضاً للقنوات الدينية عبر اليوتيوب

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة البحث في مستوى التنقيف الديني لديهن وفق متغيرات (السن، المستوى التعليمي).

أ) الفروق وفق السن:

جدول (٢٦) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه بين عينة البحث في مستوى التثقيف الديني لديهن وفق متغير (السن).

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
التثقيف الديني	بين المجموعات	١٣٤٧.١	٢	٦٧٣.٥٥	**١٦.٨٣٢	دال
	داخل المجموعات	١٥٨٨٦	٣٩٧	٤٠.٠١٥		
	الإجمالي	١٣٤٧.١	٢			

(**) دال عند مستوى ٠.٠١

يتبين من الجدول وجود فروق دالة إحصائية بين عينة البحث في مستوى التثقيف الديني لديهن وفق متغير (السن).

ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير السن ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي فئة تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- Scheffe).

جدول (٢٧) يوضح نتائج اختبار (Post Hock- Scheffe)

السن	المتوسط	من ١٨ سنة لأقل من ٣٥	من ٣٥ سنة لأقل من ٥٠	من ٥٠ سنة فأكثر
من ١٨ سنة لأقل من ٣٥	٥٠.٩٢	—————	*٢.٧٤	*٥.٠٥
من ٣٥ سنة لأقل من ٥٠	٤٨.١٨	—————	—————	٢.٣١
من ٥٠ سنة فأكثر	٤٥.٨٧	—————	—————	—————

(*) دالة عند مستوى (٠.٠٥).

وعقب تطبيق اختبار (Post Hock- Scheffe) اتضح ما يلي:

بناءً على متوسطات الفئات العمرية، يتضح وجود فروق دالة إحصائية بين عينة البحث في معدل تعرضهم لقنوات اليوتيوب الدينية وفق متغير (السن)، وتشير النتائج إلى وجود فروق يصب لصالح الفئة العمرية من ١٨ سنة وحتى أقل من ٣٥ سنة، وهذا يعني أن الأفراد في هذه الفئة العمرية هم الأكثر من حيث مستوى التثقيف الديني، وهذه النتيجة تعكس الواقعية، حيث إنها تعكس استخدام هذه الفئة العمرية للإعلام الرقمي بشكل عام وقنوات اليوتيوب بشكل خاص.

أ) الفروق وفق المستوى التعليمي:

جدول (٢٨) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه بين عينة البحث في مستوى التنقيف الديني لديهن وفق متغير (المستوى التعليمي).

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدالة
التنقيف الديني	بين المجموعات	٩١٠.١٧	٣	٣٠٣.٣٩	**٧.٣٦	دال
	داخل المجموعات	١٦٣٢٣	٣٩٦	٤١.٢١٩		
	الإجمالي	٩١٠.١٧	٣			

(**) دال عند مستوى ٠.٠١

يتبين من الجدول وجود فروق دالة إحصائية بين عينة البحث في مستوى التنقيف الديني لديهن وفق متغير (المستوى التعليمي).

ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير المستوى التعليمي ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي فئة تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- Scheffe).

جدول (٢٩) يوضح نتائج اختبار (Post Hock- Scheffe)

المستويات التعليمية	المتوسط	طالبة جامعية	بكالوريوس	ماجستير	دكتوراه
طالبة جامعية	٥٢.٥٨	_____	*٣.٥٩	**٤.٨٥	*٣.٩٣
بكالوريوس	٤٨.٩٨	_____	_____	١.٢٦	٠.٣٣
ماجستير	٤٧.٧٢	_____	_____	_____	٠.٩٢-
دكتوراه	٤٨.٦٤	_____	_____	_____	_____

(*) دالة عند مستوى (٠.٠٥).

وعقب تطبيق اختبار (Post Hock- Scheffe) اتضح ما يلي:

بناءً على متوسطات المستويات التعليمية، سيتضح وجود فروق دالة إحصائية بين عينة البحث في مستوى التنقيف الديني لديهن وفق متغير (المستوى التعليمي)، وتشير النتائج إلى وجود فروق لصالح الطالبات الجامعيات، وهذا يعني أن الطالبات الجامعيات هن الأكثر من حيث مستوى التنقيف الديني

مناقشة النتائج العامة للدراسة

- كشفت النتائج عن ارتفاع تعرض المبحوثات عينة الدراسة لقنوات اليوتيوب الدينية، خاصة خلال الأوقات الدينية مثل "شهر رمضان وأوقات تناول موضوعات دينية جديدة في وسائل الإعلام الرقمية"، كما أوضحت النتائج أن نسبة ٥٠.٢% من عينة البحث اعتمدت على

قنوات اليوتيوب الدينية، وهذا يعد أكثر من نصف العينة بشكل عام، كما أشارت النتائج أن من أهم الأسباب التي تدفع المرأة لمتابعة قنوات اليوتيوب الدينية هي "سهولة البحث عن أى موضوع يتعلق بشؤون المرأة فى الإسلام"

- أظهرت النتائج ارتفاع أنماط تفاعل عينة الدراسة مع قنوات اليوتيوب الدينية، حيث تصدرت عبارة "مناقشة" الموضوعات مع الأهل والأصدقاء" فى الترتيب الأول وهذا يشير إلى نجاح قنوات اليوتيوب الدينية فى جذب الجمهور وتشجيعهم على التفاعل مع ما تقدمه من موضوعات، وتؤكد هذه النتائج ما أشارت إليه الدراسة من "متوسطة درجة ثقة" المبحوثات فى المعلومات الدينية عبر قنوات اليوتيوب وهذا يشر إلى ارتفاع الوعي لديهن بأن ليس كل ما يقدم عبر اليوتيوب صحيحاً.

- رصدت النتائج أن عينة الدراسة تتمتع بمستوى عالٍ من التنقيف الديني، حيث ارتفعت نسبة "الدوافع النفعية" لدى المبحوثات فى متابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب مقارنةً بالدوافع الطقوسية"، وأشارت النتائج أن دافع "اكتسابهن لمعلومات جديدة حول الموضوعات التي يهتمون بها"، يعد دافعاً رئيسياً لمتابعة القنوات الدينية عبر اليوتيوب، كما أشارت النتائج إلى تصدر "التأثيرات المعرفية" قائمة ترتيب التأثيرات المترتبة على متابعة المبحوثات عينة البحث للقنوات الدينية عبر اليوتيوب وبالتالي، يؤكد ذلك الدور الإيجابي للقنوات الدينية عبر اليوتيوب فى تنقيف المرأة المصرية فى الشؤون الدينية، وتتفق تلك النتائج مع الأساس الذى قام عليه مدخل "الاستخدامات والتأثيرات" حيث يستخدم الأفراد مصادر المعلومات الإلكترونية لتحقيق أهداف مختلفة نتيجة لإختلاف دوافع الاستخدام مما ينتج عنه اختلاف فى التأثيرات الناجمة عنه.

- وجدت الدراسة اختلافاً فى مستوى التنقيف الديني استناداً إلى متغيرات العمر والمستوى التعليمي، وتبين أن الفئة العمرية من ١٨ إلى ٣٥ عاماً والحاصلين على درجة الماجستير هم الأكثر تفاعلاً مع قنوات اليوتيوب الدينية، وهذه النتيجة منطقية، حيث تتعرض هذه الفئة العمرية بشكل أكبر للمحتوى الديني عبر اليوتيوب، ومستوى التعليم لديهم يتراوح بين البكالوريوس والماجستير، وهذا يؤكد أن زيادة المستوى التعليمي يسهم فى رفع مستوى التنقيف الديني، كما أوضحته نتائج الدراسة، وتتفق تلك النتيجة مع ما أشار إليه مدخل "الاستخدامات والتأثيرات" الإطار النظرى للدراسة الحالية، حيث تعتبر الخيارات الشخصية والاختلافات الفردية مثل "المتغيرات الديموغرافية" عوامل قوية تؤثر فى أنماط ونتائج استخدام وسائل الاتصال.

المراجع

- 1- Wang, Z., Busemeyer, J. R., & Lang, A. Grazing or staying tuned: A dynamic stochastic model of channel changing behavior. In R. Sun & N. Miyake (Eds.), **The 28th Annual Conference of the Cognitive Science Society & the 5th International Conference of the Cognitive Science**, pp.870–875, 2006. Retrieved from: <https://informationr.net>
- 2- Jennings Byran, Susan Thompson and Bruce W. Finklea, “**Fundamentals of Media Effects**”, (New York: McGraw-Hill) pp. 130- 133, 2013. Retrieved from: <https://books.google.com.eg>
- 3- Denis McQuail, “**McQuail’s Mass Communication Theory**”, (New York: Sage Publications) p.384, 2010. Retrieved from: <https://scholar.google.com>
- 4- McQuail, Denis, Deuze, Mark, “**McQuail’s Media and Mass Communication Theory**”, 7th Edition, SAGE Publishing, California, USA. Pp. 18, 2020. Retrieved from: <https://www.lehmanns.de>
- 5- Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss, “**Theories of Human Communication**”, (California: Wadsworth Publishing) p.223, 2008. Retrieved from <https://books.google.com.eg>
- 6- Soliman, N. E., & Osama, A. M., “US Presidential Elections on Social Media: Uses and Dependency Model”, **International Journal of Socio technology and Knowledge Development (IJSKD)**, Vol.14, No. (1), pp.1-15, 2022. Retrieved from: <https://www.igi-global.com>
- ٧- السيد أبو شعيع، اتجاهات مشاهدي القنوات الدينية نحو الآخر الديني والمذهبي، **بحث منشور في: مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مجلد ٥٦، عدد ٦، ٢٠٢١، ص ص ٢١٢١-٢١٦٤**.
متاح على موقع: <https://jsb.journals.ekb.eg>
- ٨- فاطمة الزهراء أبو الفتوح، ٢٠٢٠، برامج المرأة في القنوات الفضائية الدينية: دراسة مقارنة على قناتي أزهرى و CTV، **بحث منشور في: مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، عدد ٢٤٤، ٢٠٢٠، ص ص ٣٢١٧-٣٢٥١**. متاح على موقع: <https://jsb.journals.ekb.eg>
- ٩- دينا فلاح، دور قناة رؤيا الدينية في توعية المرأة الأردنية في الشؤون الأسرية، **رسالة ماجستير، (الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، ٢٠١٩)** متاح على موقع: <https://search.mandumah.com>
- 10- Kocamaner, Hikmet, “the Politics of the Family: Religious Affairs, Civil Society, and Islamic media in Turkey”, **PhD**, pp. 12-13, (University of Arizona USA, 2018), Retrieved from: <https://repository.arizona.edu>
- 11- Almaswari, Ibsam Abdualh, “Towards Treatment of Extremism Issues in the Religious Programs of the Arab Satellite TV Channels”, **PhD**, pp.32-38 (Petra University, Jordan,2017), Retrieved from: <https://www.researchgate.net>

- ١٢- لينه فاروق، دور البرامج الدينية في تشكيل الوعي الديني لدى طلبة الدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك، رسالة ماجستير، (الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، ٢٠١٧) متاح على موقع: <https://search.mandumah.com>
- ١٣- ربحانه محمد، علاقة المرأة الفلسطينية بالقنوات الدينية: دراسة مسحية على مدينة جنين، رسالة ماجستير، (الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، ٢٠١٧) متاح على موقع: <https://search.mandumah.com>
- ١٤- زهير حسن، اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الدينية الإسلامية، بحث منشور في: *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد ٧، ٢٠١٦، ص ص ٥٠٧-٥٧٤. متاح على موقع: <https://ejst.journals.ekb.eg>
- ١٥- محمد سامح عبد البديع، اعتماد المرأة المصرية على القنوات الإسلامية في القضايا الحياتية، بحث منشور في: *مجلة كلية الآداب، جامعة بنها*، مجلد ٤، عدد ٤٠، ٢٠١٥، ص ص ٢٤٠٧ - ٢٤٥٨. متاح على موقع: <https://jfab.journals.ekb.eg>
- ١٦- محمود اسماعيل، دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية في تنمية معارف المراهقين بالسنة النبوية، بحث منشور في: *مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس*، مجلد ١٨، عدد ٦٨، ٢٠١٥، ص ص ٦٣-٦٨. متاح على موقع: <https://search.mandumah.com>
- ١٧- محمد بكير، دور القنوات الدينية في تشكيل معارف المراهقين السعوديين ومذركاتهم حول القضايا الدينية، بحث منشور في: *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، عدد ٢٠، ٢٠١٨، ص ص ٦٤-٩٣. متاح على موقع: <https://jkom.journals.ekb.eg>
- 18- Kim, Hyojin. and Asim, Mian, "Religion on Social Networking Media". Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education", **Journalism and Mass Communication**, Renaissance Hotel, Washington DC, Aug, pp.8-11, 2013. Retrieved from: <https://www.aejmc.com>
- ١٩- إبراهيم عويس، دور البرامج الدينية في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعات نحو الأحزاب السياسية ذات المرجعية الإسلامية، رسالة ماجستير، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٤). متاح على موقع: <http://lib.mans.edu.eg>
- ٢٠- ليلي فرشة، برامج المرأة في قناة الرسالة الفضائية: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، (الجزائر: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإنسانية، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، ٢٠١٤) متاح على موقع: <https://search.mandumah.com>
- 21- Whyke, T.W., Chen, Z.T. & Lopez-Mugica, J. An Analysis of cultural Dissemination and National Image Construction in Chinese Influencer Li Ziqi's vlogs and its Impact on International Viewer Perceptions on YouTube. *J. Chin. Sociol.* 9, 14 (2022). Retrieved from: <https://www.academia.edu>
- 22- Montero A., Mora-Fernandez J., "Digital Culture in YouTube Categories and Interfaces: User Experience and Social Interactions of the Most Popular Videos and Channels. In: Stephanidis C. et al. (eds)", **Journal of ILecture Notes in**

ComputerScience, vol.12427, Pp.383-401, 2021. Retrieved from:

<https://www.academia.edu>

٢٣- أميرة عبد الوهاب نصر، دور القنوات الثقافية على اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب: دراسة تطبيقية، بحث منشور في: مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، عدد ٦٢، جزء ٢، ٢٠٢٠، ص ص. ١٠٤٩-١٠٧٢. متاح على موقع: <https://jsb.journals.ekb.eg>

٢٤- إيمان عز الدين، دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب، بحث منشور في: مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مجلد ٥٥، عدد ٥، ٢٠٢٠، ص ص. ٢٧٣١-٢٧٣٦. متاح على موقع: <https://jsb.journals.ekb.eg>

٢٥- عائشة ديس، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات، رسالة ماجستير، (الجزائر: شعبة الإعلام والاتصال، جامعة الجبلي، ٢٠١٨) متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>