

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

(دراسة مسحية على طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك)

Seeking Religious **Information** by University Youth From YouTube Channels
(Survey study on students of Islamic studies college in Yarmouk **university**)

محمود محمد علاونة

جامعة اليرموك – الأردن

الإقامة – الأردن

رقم الهاتف : 0777195453

Emai: malawneh69@yahoo.com

تاريخ قبول البحث: 2025 / 6 / 3

تاريخ استلام البحث: 2025 / 4 / 12

مُلَخَّصُ البَحْثِ

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد طلبة كلية الشريعة بجامعة اليرموك على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية. استخدم الباحث المنهج المسحي وبلغ عدد العينة 397 طالبًا. أظهرت النتائج أن 81.6% من الطلبة يشاهدون محتوى دينيًا على يوتيوب، وأن درجة اعتمادهم عليه كانت متوسطة (65.7%).

كما كشفت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت المصدر الأول للمعلومات الدينية (بمتوسط 2.38)، تليها قنوات اليوتيوب (2.34). وكانت تلاوة القرآن الكريم أكثر الموضوعات الدينية التي يتابعها الطلبة (16.3%). كما تبين أن التأثيرات الوجدانية جاءت في المرتبة الأولى من حيث تأثير محتوى يوتيوب الديني (2.57).

وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية دالة إحصائيًا بين العوامل المؤثرة في التماس المعلومات الدينية واعتماد الطلبة على اليوتيوب (معامل بيرسون 0.391)، وكذلك بين الاعتماد على اليوتيوب والتأثيرات المعرفية (0.241) والوجدانية (0.237).

الكلمات المفتاحية: التماس، الشباب الجامعي، المعلومات الدينية، قنوات اليوتيوب

Abstract

The study aimed to identify the extent to which students of the Faculty of Sharia at Yarmouk University rely on YouTube channels for seeking religious information.

The researcher employed the survey method, and the sample consisted of 397 students. The results showed that 81.6% of the students watch religious content on YouTube, and their level of reliance on it was moderate (65.7%).

The study also revealed that social media platforms were the primary source of religious information (with a mean of 2.38), followed by YouTube channels (2.34). Quran recitation was the most followed religious topic by the students (16.3%). Moreover, emotional influences ranked first in terms of the impact of religious YouTube content (2.57).

The results indicated a statistically significant positive correlation between the influencing factors in seeking religious information and students' reliance on YouTube (Pearson correlation coefficient = 0.391), as well as between reliance on YouTube and cognitive effects (0.241) and emotional effects (0.237).

Key words: request, University youth, Religious information, You tube channels.

المقدمة :

أدى التطور المذهل في وسائل الاتصال والإعلام في العصر الحالي، إلى ظهور نوع جديد من الإعلام التفاعلي، وحطّم القيود الإعلامية، فلم تعد الرسائل الإعلامية حكرا على المؤسسات الحكومية، ولم يعد الفرد مجرد مستقبل لها كما كان في الماضي، بل أصبح دون تكلفة أو جهد كبير صانعا ومرسلا لها هو الآخر، وجزءا من شبكات تفاعلية ضخمة وميسرة الاستخدام، هي أدوات الإعلام الجديد" (كنعان، 2015، ص135). وبالرغم من صعوبة الاتفاق على تحديد مفهوم واضح المعالم للإعلام الجديد بسبب حالته الديناميكية المتغيرة والمتطورة بشكل مستمر إلا أن الحقيقة المؤكدة أن كثيرا من الأشكال الإعلامية والأنماط الاتصالية الجديدة بدأت تفرض نفسها في الواقع الإعلامي، وتستقطب أعدادا متزايدة من مستخدمي الوسيط الاتصالي الجديد (الانترنت) التي قامت بدمج الوسائل الاتصالية المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، وغيرت كثيرا من المفاهيم الإعلامية التي استقرت لسنوات طويلة عند الباحثين والأكاديميين، كما أدت إلى تغيير الأدوار التي تقوم بها عناصر العملية الاتصالية، كالقائم بالاتصال والمتلقي والرسالة والوسيلة و التغذية الراجعة" (صلاح، 2015، ص204). ويعتبر اليوتيوب من أهم مواقع وأدوات الإعلام الرقمي الجديد، فهو يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه، لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، ويتيح لمستخدميها إنشاء قنوات خاصة بهم في أي مكان في العالم، ولا يتطلب الأمر مبالغ ضخمة أو رأس مال كبير لفتح قناة يوتيوب، ويتيح أيضا التحكم في وقت العرض، وأي شخص يمتلك كاميرا وخط انترنت يستطيع أن ينشر مقاطعه ليشاهدها العالم بأسره، لا يعتمد على مركزية البث والعرض، لذلك هو من أشهر مواقع الانترنت وأضخمها، وهو يعد البديل المنافس لشاشة التلفاز .

ونظرا لتطور وسائل الإعلام التي ساهمت في تبليغ الدين ونشره، والتعريف بالعقيدة الإسلامية الصحيحة، وسنة النبي - صلى الله عليه وسلم - وسيرته العطرة، حيث أصبحت أكثر سهولة في إمداد وإيصال المعلومات الدينية للشباب، ولم يعد التعامل مع هذه التقنيات ترفاً، بل أصبح واقعاً معاشياً لأكثر سكان المعمورة، فبها يتواصلون، وعن طريقها يتناقلون المعلومات والأخبار، في أسرع وقت وأيسر طريق وفق أحدث التقنيات وأكثرها تطوراً، ولقد كان لنخبة من طلبة العلم والدعاة حضورهم المميز في مواقع ومنتديات إلكترونية وخصوصا موقع اليوتيوب، وذلك من خلال إنشاء القنوات الدينية لتزويد الأشخاص

بالمعلومات والمعارف الدينية، والتركيز على فئة الشباب، وذلك لأنها فئة عمرية لها دورها وأهميتها داخل المجتمع، ونظراً لأنها تحمل في طياتها الأمل في البناء، والمستقبل الزاهر لأمتنا ولما تمتلكه من القدرة الحيوية على العمل والتغير نحو الأفضل فيما يخدم المجتمع " (كنعان، 2015، ص143) .

مشكلة الدراسة:

شهدت السنوات العشر الأخيرة تطوراً سريعاً لبرامج اليوتيوب، مما جذب الشباب للاستفادة من مجانية الموقع والتفاعل المباشر، بدلاً من الاعتماد على الإعلام التقليدي الذي قد يقيد أفكارهم. ونتيجة لذلك، تحولت نسب المشاهدة بشكل كبير نحو الإعلام الجديد، خاصة مع انتشار الهواتف الذكية. ومن هنا تتبع مشكلة الدراسة في معرفة مدى تفاعل طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية مع المعلومات الدينية المقدمة عبر قنوات اليوتيوب.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في دراسة موضوع حديث وهو اعتماد الشباب الجامعي على قنوات يوتيوب للحصول على المعارف الدينية، بسبب الانتشار الواسع لهذه القنوات والهواتف الذكية بين الشباب. كما تقيد الدراسة الباحثين والعاملين في وسائل الإعلام والدراسات ذات الصلة، وتثري المكتبة الإعلامية التي تعاني من قلة الدراسات في هذا المجال. بالإضافة إلى ذلك، تركز الدراسة على شريحة مهمة وهي طلبة الجامعات في الأردن، مما يضيف قيمة نادرة للدراسات المحلية.

أهداف الدراسة:

التعرف على استخدام طلبة كلية الشريعة لقنوات اليوتيوب كمصدر للمعلومات الدينية، مع دراسة عادات المشاهدة، الموضوعات المفضلة، المصادر الأخرى، العوامل المؤثرة، درجة الاعتماد، والتأثيرات المعرفية والسلوكية الناتجة عن ذلك.

أسئلة الدراسة

- 1- ما عادات مشاهدة طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية لقنوات اليوتيوب ؟
- 2- ما درجة تعرض طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية الى التماس المعلومات الدينية من وسائل الاتصال المختلفة؟ وهل توجد علاقة ارتباطية بين درجة التعرض واعتماد طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية على اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية ؟
- 3- ما الموضوعات والمضامين الدينية التي يلتمسها طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية حول القضايا الدينية من قنوات اليوتيوب؟.
- 4- ما المصادر التي يلتمس منها طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية معلومات دينية ؟.
- 5- ما العوامل المؤثرة في التماس طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب ؟ وهل توجد علاقة ارتباطية بين هذه العوامل ودرجة اعتمادهم على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية ؟.
- 6- ما درجة اعتماد طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية؟ وهل توجد فروق دالة بين درجة الاعتماد والمتغيرات الشخصية؟.
- 7- ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية على التماس المعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب؟ وهل توجد علاقة ارتباطية بين هذه التأثيرات ودرجة اعتمادهم على اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية؟.

التعريفات الإجرائية والاصلاحية :

- 1- التماس: ويقصد بكلمة التماس في هذه الدراسة مدى طلب الشباب الجامعي وبحثهم عن المعلومات الدينية في قنوات اليوتيوب .
- 2- التماس المعلومات: ويقصد بها إجرائيا: سعي أفراد الجمهور (طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية عينة الدراسة) للحصول على المعلومات الدينية، أو مقارنتها بما لديهم من معارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة
- 3- اليوتيوب You Tub (اصطلاحا): هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني . (صلاح، 2015، ص204).

4- قنوات اليوتيوب الدينية: ما يتم عرضه من معلومات ومعارف دينية على هذه القنوات، ويتم مشاهدتها من قبل الأشخاص .

5- المعلومات الدينية: هي احدى أنواع المعلومات، وهي المعلومات التي حصل عليها الطلاب من قنوات اليوتيوب الدينية والمتمثلة في تفسير القران الكريم وشرح السيرة النبوية وأهم الفتاوى والأحداث التاريخية والاسلامية، وساهمت في زيادة المخزون المعرفي الديني لدى طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية .

الدراسات السابقة:

1- دراسة الحسين (2014). بعنوان: اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على المواقع الالكترونية في التماس المعلومات نحو القضايا السياسية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى اعتماد طلبة الجامعات الأردنية الحكومية على المواقع الالكترونية الإخبارية في التماس المعلومات نحو القضايا السياسية، وتبنت الدراسة الكشف عن دوافع المشاركة السياسية والعلاقة بين هذه المواقع والنشاط والوعي السياسي للعينة المنتقاة وقد استخدم الباحث منهج المسح بالاعتماد على أحد أدواته وهي أداة الاستبانة على عينة قوامها 346 طالب وطالبة من طلبة قسم العلوم السياسية من المرحلة الثالثة والرابعة . وتوصلت الدراسة إلى أن تعرض الطلبة للمواقع الإخبارية بسبب المصادقية والموضوعية على أدنى نسبة، وهذا من حيث التعرض بدرجة التقييم "كبيرة"، وكشفت النتائج أن أعلى متوسط حسابي لمظاهر الاستفادة من المضمون السياسي الذي تقدمه المواقع الالكترونية الإخبارية الأردنية بلغ (2.11) لإجابة مشاركة الجامعات في المناسبات الوطنية والفعاليات السياسية، وتشير النتائج أن طلبة الجامعات الثلاث يعتمدون على المواقع الالكترونية الإخبارية الأردنية بتشكيل الوعي السياسي لديهم حيث جاءت إجابتهم على مساهمة المواقع الالكترونية الإخبارية الأردنية بأعلى النسب والتكرارات، وبينت النتائج مجتمعة أن المواقع الالكترونية الإخبارية الأردنية لا تساهم في زيادة الرغبة لدى طلبة الجامعات الأردنية في الانضمام للأحزاب السياسية حيث بلغت نسبة اعتمادهم (23.0).

2- دراسة المغيض (2014). التماس الشباب الجامعي الأردني للمعلومات السياسية حول الأزمة السورية من التلفزيون الأردني .

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى التماس الشباب الجامعي الأردني للمعلومات السياسية حول الأزمة السورية من التلفزيون الأردني، ودرجة اعتمادهم عليه في التماس هذه المعلومات واستخدمت الباحثة على منهج المسح وأحد أدوات هذا المنهج في جمع البيانات وهي الاستبانة وتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة اليرموك حيث بلغ عدد أفراد العينة 403 مفردة في مرحلة البكالوريوس.

وتوصلت الدراسة إلى ضعف وقلة التماس المبحوثين للمعلومات السياسية من التلفزيون الأردني وضعف اعتمادهم على التلفزيون الأردني في التماس المعلومات السياسية حول الأزمة السورية وذلك بنسبة بلغت (47.1%)، وبينت النتائج أنّ المصادر التي عرف منها المبحوثين معلومات سياسية لأول مرة حول الأزمة السورية بالمرتبة الأولى هي شبكة الانترنت بمتوسط حسابي (2.21) ويليهما التلفزيون الأردني بمتوسط (1.75)، كما توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يتعرضون للمعلومات السياسية حول الأزمة السورية بوسائل الاتصال المختلفة المرتبة الأولى من الفضائيات العربية بمتوسط حسابي (2.40) ويليهما الانترنت بمتوسط حسابي (2.29)، وكانت أهم الفنون البرمجية التي حرص المبحوثون على التماس المعلومات السياسية منها حول الأزمة السورية من التلفزيون الأردني هي نشرات الأخبار.

3 دراسة مطهر (2009) بعنوان: التماس الشباب الجامعي الاعلامي اليمني لمصادر المعلومات أثناء الأزمات، دراسة تطبيقية على حادثة تفجيرات مدرسة 7 يوليو للبنات. هدفت هذه الدراسة الى: التعرف على مدى تعرض الشباب الجامعي الاعلامي اليمني لحادثة 7 يوليو للبنات ومتابعة تطوراتها بوسائل الاعلام، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (200) مفردة من الشباب الجامعي الملتحقين بكلية الاعلام في جامعة صنعاء. وتوصلت الدراسة الى ارتفاع نسبة المبحوثين الذين تعرضوا وتابعوا بصفة منتظمة معظم تفاصيل الحادثة بالتلفزيون اليمني بالإضافة الى تعدد مصادر التماس أفراد عينة الدراسة للمعلومات بشأن الحادثة، وبينت الدراسة الى ان القنوات الفضائية العربية احتلت المرتبة الأولى بين مصادر المعلومات المختلفة بوصفها المصدر الأول الذي اعتمد عليه أفراد عينة الدراسة في استقاء المعلومات عن الحادثة.

4- الدراسات الاجنبية :

دراسة Ruan (2022) بعنوان: (Information – seeking and sharing behaviors among fire service field staff instructors: aqualitative study) تبادول المعلومات فيما يتعلق بمجال عملهم: دراسة نوعية) .هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على سلوك المدربين والموظفين العاملين في مجال خدمات الإطفاء في التماس وتبادل المعلومات أثناء عملهم، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة من موظفي ومدربي خدمات الاطفاء التابعين لأكاديمية الاطفاء في ولاية الينوي الامريكية والمكونة من (25) موظف ومدرب .

توصلت هذه الدراسة إلى يقوم الموظفين والمدربين (عينة الدراسة) بأدوار حاسمة وهامة في التماس وتبادل المعلومات وخاصة في مجال التدريب على خدمات الإطفاء، كما أن عملية التماس وتبادل المعلومات لدى أفراد عينة الدراسة أدت إلى خلق وتشكيل مهارات جديدة واكتساب معلومات متميزة وتوظيفها في أهداف متعددة داخل مجال عملهم، وبينت الدراسة أن عينة الدراسة اعتمدت على مبدأ التفاعلية بشكل كبير في التماس المعلومات، بالإضافة إلى أن أفراد عينة الدراسة يسعون إلى التماس وتبادل المعلومات من أجل تحسين خدمات أكاديمية الإطفاء العاملين بها والمشاركة في تبسيط المعلومات المعقدة وبالتالي تنعكس عملية التبسيط إيجابا على الحياة اليومية.

دراسة Austin (2013) بعنوان: (International and domestic student health information seeking and satisfaction) التماس الطلاب المحليين والدوليين للمعلومات الصحية ومدى الرضا عنها) هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دوافع طلاب جامعة بورتلاند في التماس المعلومات حول الخدمات الصحية الجامعية وكذلك مدى رضاهم عن هذه الخدمات، وأجريت هذه الدراسة على مجموعتين من طلاب جامعة بورتلاند وتم تقسيمهم الى مجموعتين، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها : اعتبار المخاوف الصحية هي الدافع الاساسي لدفع عينة الدراسة الى التماس المعلومات الصحية بالإضافة الى وجود اختلافات في أشكال القلق والمخاوف الصحية.

2- دراسة Zimmer (2011) Information – seeking and sharing behaviors among fire service

(سلوك البحث عن المعلومات: اثار العلائقية على اختيار مصادر المعلومات) .هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على السلوك الذي يتبعه الفرد في البحث عن المعلومات والتماسها والتعرف على العوامل المؤثرة في قرار واختيار الفرد لتحديد مصادر المعلومات التي سيلتمس منها المعلومات التي يريدتها، وكذلك التعرف على أثر العلائقية ودورها في اختيار الفرد لمصادر المعلومات ومعرفة مدى استجابة الأفراد للمنبهات الاجتماعية، وقد طبقت هذه الدراسة باستخدام المنهج التجريبي من خلال القيام بتجربتين والاستطلاع بالإضافة إلى استخدام أسلوب المسح على مجموعة من العاملين بمجال المعرفة في الشركات .توصلت الدراسة إلى وجود آثار مهمة تتحكم في المتغيرات الشخصية للأفراد، وبينت الدراسة أن العلاقة بين العلائقية واختيار المصدر تتوقف على طبيعة المهمة، وقد وجدت هذه الدراسة أن مثل هذه النوعية من البحوث تساهم في تكوين فهم أعمق لكيفية اختيار مصادر المعلومات لدى الأفراد.

- دراسات لها علاقة باليوتيوب :

- الدراسات العربية :

دراسة المحروق (2016). بعنوان: دور اليوتيوب في إمداد المراهقين بالمعرفة حول القضايا العربية . هدفت هذه الدراسة إلى قياس بعض من معدلات اليوتيوب والتي تتشكل في كثافة التعرض لليوتيوب، ومدى مصداقية اليوتيوب وكذلك دور اليوتيوب في حياة المراهقين وعلى رأسهم دوره في إمدادهم بالمعرفة حول القضايا العربية، وقامت الباحثة بتطبيق استمارة استبيان على عينة من المراهقين .وتوصلت الدراسة إلى أن (50%) من إجمالي العينة يستخدمون اليوتيوب موزعة بين (73.36%) من إجمالي مفردات العينة للذكور ، (64.33%) للإناث، وان نسبة من يستخدمون اليوتيوب أقل من ثلاثة أيام أسبوعيا بلغت (26.91%)، فيما تشير النتائج السابقة إلى استخدام الانترنت خاصة اليوتيوب أصبح شبيه بالإدمان عند فئة الشباب وشكلت نسبة (69.50%) من يستخدمون اليوتيوب دائما وهذا يوضح دور اليوتيوب في حياة مستخدمي الانترنت وخاصة المراهقين (عينة الدراسة).

1- دراسة المجيب (2014). بعنوان: تأثير قنوات اليوتيوب السعودية في القضايا الرئيسية على المشاهد في السعودية .

وهذفت هذه الدراسة إلى معرفة ما إذا كانت قنوات اليوتيوب هي أحد المؤثرات في تشكيل الرأي وتغيير السلوك في المجتمع السعودي، ثم قياس حجم هذا التأثير إن وجد بالمقارنة بباقي المؤثرات، لقياس تأثير هذا القنوات تم استخدام (نظرية الغرس الثقافي Cultivation)، لتطبيقها على البحث، ثم قامت الدراسة باختيار خمسة قضايا رئيسية في الشارع السعودي بناء على دراسات سابقة، حيث اقترحت معظم الدراسات ما بين 4 إلى 8 مواضيع حالية تشغل لمجتمع السعودي. حيث استخدمنا هذه المواضيع "كفأر التجارب" الذي يمكننا قياس درجة تأثير هذه القنوات عليه. وهذه القضايا هي: قيادة المرأة للسيارة، المعتقلين دون محاكمة، إنشاء دور عرض للسينما، إنشاء برلمان منتخب، أنسب النظم السياسية للمملكة .

وتوصلت الدراسة إلى جميع من شارك في الدراسة لديهم وجهات نظر أقرب لرفض الوضع القائم والرغبة في تصحيحه إلا أن مشاهدي قنوات اليوتيوب السعودية كانوا أكثر رغبة في رفض الوضع القائم. على سبيل المثال، فإن أكثر فئة تحفظاً، هي الأكبر سناً، الأعلى دخلاً، ومن لا يشاهد قنوات اليوتيوب ومن يأخذ الرأي الشرعي من هيئة كبار العلماء (سألناهم من أين يأخذون الفتاوى الشرعية)، درجة تأثير اليوتيوب من مجموع كل ما يحيط بالفرد السعودي تبدأ من (2.13%) وترتفع للضعف بزيادة حجم المشاهدة. عملية التحليل هذه تتم بعد تحليل إجابات المشاركين عن آرائهم في القضايا الخمس، وحجم مشاهدتهم لقنوات اليوتيوب .

2- دراسة مخلوف (2014). استخدامات طلبة الجامعات الأردنية ل(اليوتيوب) والاشباعات المتحققة منها. دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة اليرموك .

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات طلبة الجامعات الأردنية ل(اليوتيوب) والاشباعات المتحققة منها وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الاعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي على عينة قوامها 300 مفردة من الطلبة في جامعة اليرموك .

وتوصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (88%) من أفراد عينة الدراسة من طلبة جامعة اليرموك يستخدمون موقع مشاركة الفيديو (اليوتيوب)، وأن الدوافع المتمثلة في التسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية، والحصول على مقاطع ولقطات فيديو نادرة، ما يمكن أن

يسمى بالدوافع الملحة لدى المبحوثين لاستخدام اليوتيوب, كما كشفت الدراسة أن "اشباعات مراقبة البيئة" تقدمت على غيرها من الاشباعات الأخرى وبمتوسط حسابي مقداره (3.9), جاءت بعدها "اشباعات التسلية", وبمتوسط حسابي مقداره (3.7), تلتها "اشباعات التفاعل الاجتماعي", وبمتوسط حسابي مقداره (3.2), وأخيرا "اشباعات المشاركة في الرأي مع الآخرين", وبمتوسط حسابي مقداره (2.7) وهذه النتيجة تؤكد أهمية موقع اليوتيوب في إبقاء الأفراد على اتصال ومراقبة للبيئة وإشباع حب التسلية لديهم بالإضافة إلى ملء أوقات الفراغ .

- الدراسات الأجنبية:

1-دراسة Cheng, Cameron, Chuan (2007) بعنوان :

Understanding The Characterises Of Internet Short Video Sharing: You Tube As A Case Study

(فهم خصائص مشاركة الأفلام القصيرة على الانترنت: اليوتيوب كحالة دراسة).هدفت هذه الدراسة الى التعرف الى محتويات مواقع مشاركة الفيديو اليوتيوب " انموذجا", حيث عملت على تقديم قياس عميق لخصائص وسمات ملفات الفيديو الموجودة على اليوتيوب .وذلك باستخدام منهج الحالة لمدة استمرت (3) شهور على عينة مكونة من (27) مجموعة من البيانات تحتوي على مليونين و (676) الف و (388) مقطع فيديو على اليوتيوب.وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها أن لمقاطع الفيديو في الموقع احصاءات مختلفة بالمقارنة مع غيرها من ملفات الفيديو المتدفقة، بداية من زمن الفيديو ونمط الوصول وانتهاء بالتقييم والتعليقات .

YouTube Users Watching And Sharing The News: A Uses And Gratifications Approach .

(مشاهدة ومشاركة مستخدمي اليوتيوب للأخبار: منهج الاستخدامات والإشاعات).هدفت هذه الدراسة الى التعرف الى دوافع مستخدمي اليوتيوب من مشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو الاخبارية و الإشاعات المتحققة منها، والتعرف على المدى الذي يقضيه أفراد العينة في مشاهدة مقاطع الفيديو الاخبارية، وذلك بالاعتماد على نظرية الاستخدامات و الإشاعات باستخدام منهج المسح على عينة مكونة من (291) مفردة من الطلبة في جامعة (Kent State University) في الولايات المتحدة.

وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها أن هناك دوافع وراء نشر ومشاهدة المقاطع الاخبارية من اليوتيوب، تتمثل بالدافع التقليدي للحصول على الأخبار والمعلومات، أو بدافع لتسلية والترفيه من خلال

مشاهدة ونشر المقاطع الاخبارية الكوميدية والساخرة، ودوافع الاتصال الشخصي وهي التي حددت الطرق وراء نشر أو مشاهدة المقاطع الاخبارية على اليوتيوب. وأشارت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها :

1. أن (91%) من أفراد العينة شاهدوا فيديو واحد على الأقل على موقع اليوتيوب.
2. أن متوسط الوقت الذي يقضيه في مشاهدة مقاطع يوتيوب لم يزيد عن (15) دقيقة في الاسبوع .
3. أن (69%) من أفراد العينة قد شاهدوا بعض مقاطع بالاطار التقليدي بدافع الحصول على المعلومات، وما نسبته (74%) قد شاهدوا بعض المقاطع الكوميدية بدافع التسلية والترفيه.

2- دراسة Gary and Paul (2008) بعنوان:

التعليق على الدراسات السابقة

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في الجوانب النظرية والمنهجية، مثل صياغة الأسئلة والمنهج المستخدم والأساليب الإحصائية، بما يتوافق مع مشكلة الدراسة. ركزت الدراسات القريبة على دور يوتيوب في إيصال المعلومات للمراهقين والجامعيين، ودوافع المستخدمين وتأثير الروابط الخارجية على شعبية الفيديوهات. تميزت هذه الدراسة بكونها الأولى التي تبحث في التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية عبر يوتيوب، مع التركيز على الأردن كمثال بارز في استخدام الموقع.

منهج الدراسة

تصنف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الظاهرة كما هي وتحليلها كميًا وكيفيًا. استخدمت منهج المسح لجمع البيانات وتحليل الواقع بشكل تقريرى وتفسيرى للوصول إلى استنتاجات تسهم في تطوير الواقع.

مجتمع الدراسة وعينتها

شملت الدراسة جميع طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك للفصل الأول من العام 2018/2017، وعددهم 2843 طالبًا وطالبة. تم اختيار عينة عشوائية بسيطة مكونة من 397 طالبًا بنسبة 14%، لضمان تمثيل عادل لكافة المتغيرات الديموغرافية.

أداة الدراسة

استُخدمت استبانة لجمع بيانات عن الخصائص الديموغرافية، مصادر وموضوعات المعلومات الدينية عبر وسائل الاتصال وخاصة يوتيوب، والعوامل المؤثرة في طلب هذه المعلومات.

الأساليب الإحصائية

استخدم الباحث برنامج SPSS لتحليل البيانات، وشمل التحليل: التكرارات والنسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، اختبار تحليل التباين، ومعامل ارتباط بيرسون.

الفصل الثاني: الإطار النظري

يوتيوب كأحد أدوات الإعلام الجديد

مفهوم الإعلام الجديد: الإعلام الجديد يشير إلى وسائل الاتصال الحديثة التي تعتمد على تقنيات رقمية تفاعلية، وتمكن المستخدمين من إنتاج المحتوى وتوزيعه والتفاعل معه لحظياً. يختلف الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي في أنه يقوم على التفاعل، والمشاركة، وتعدد الاتجاهات في الاتصال، وليس فقط على التلقي السلبي (عبد الله، 2014).

ومن أبرز خصائص الإعلام الجديد:

1. التفاعلية، السرعة في نقل المعلومات. القدرة على التخصيص والاستهداف. تجاوز الحدود الجغرافية.
2. تطور الإعلام الجديد

شهد الإعلام الجديد تطوراً سريعاً بفضل الثورة التكنولوجية وانتشار الإنترنت، وخاصة مع ظهور ما يُعرف بـ"الويب 2.0"، الذي سمح بظهور منصات التواصل الاجتماعي، ومن بينها يوتيوب، والتي غيرت شكل العلاقة بين المرسل والمتلقي (حمود، 2016).

3. يوتيوب كمنصة إعلامية

يوتيوب هو موقع إلكتروني تم إطلاقه عام 2005، ويتيح للمستخدمين رفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو. يُعد يوتيوب من أبرز أدوات الإعلام الجديد لأنه يجمع بين خصائص التلفزيون التقليدي ووسائل الإعلام التفاعلية، مما جعله وسيلة إعلامية مؤثرة وفعالة (الخطيب، 2018).

4. خصائص يوتيوب كأداة من أدوات الإعلام الجديد

يتميز يوتيوب بعدة خصائص تجعله أداة قوية في مجال الإعلام الجديد، من أبرزها:

إتاحة الوصول المجاني: يمكن لأي شخص إنشاء قناة ونشر محتواه دون قيود.

الطابع التفاعلي: يمكن للمشاهدين التعليق على الفيديوهات ومشاركتها، مما يعزز النقاش والتفاعل.

التخصيص: يتيح للمستخدمين متابعة القنوات التي تهمهم، ويقترح مقاطع فيديو بناءً على تفضيلاتهم.

الانتشار الواسع: سهل الوصول إلى جمهور عالمي، مما يعزز من انتشار الرسائل الإعلامية بسرعة وفعالية (عوض، 2020).

5. استخدام يوتيوب في المجال الإعلامي

أصبح يوتيوب وسيلة رئيسية يعتمد عليها الإعلاميون والمؤسسات الإعلامية في نشر الأخبار والتقارير المصورة، بل وأصبح هناك نوع جديد من الصحفيين يُعرف بـ "صحفي الفيديو الرقمي (Digital Video Journalist)"، الذين يستخدمون يوتيوب كمنصة لنقل المعلومات بشكل مباشر وسريع (سالم، 2019). كما يستخدم الأفراد يوتيوب للتعبير عن آرائهم، أو لتغطية أحداث لا تُعرض في الإعلام التقليدي، مما يعكس دوره في تعزيز حرية التعبير وتعددية المصادر الإعلامية.

مميزات موقع اليوتيوب والفروقات بينه وبين التلفاز

يتميز موقع "يوتيوب" بعدة خصائص تجعله من أبرز أدوات الإعلام الجديد، منها: ضخامته التخزينية، مجانيته، وسهولة ربطه بالمواقع والمدونات الإلكترونية، إضافة إلى تنوع مستخدميه، وتعدد محتوياته، وسعة حرية التعبير فيه، مع غياب الرقابة إلا في بعض الجوانب الأخلاقية. كما يمكن استخدامه كأداة تسويقية وترويجية فعّالة (صلاح، 2015، ص 209).

يُعد اليوتيوب بديلاً معاصراً لشاشة التلفاز، لكن هناك فروق جوهرية بينهما. أولاً، رغم احتواء كليهما على قنوات، إلا أن إنشاء قناة على اليوتيوب لا يتطلب رأس مال أو تجهيزات، ويمكن لأي فرد إنشاؤها بسهولة. ثانياً، في حين يتحكم التلفاز بما يُعرض علينا، يتيح اليوتيوب حرية الاختيار والتحكم التام في المحتوى. ثالثاً، يمنح اليوتيوب المستخدم القدرة على اختيار وقت المشاهدة، عكس التلفاز الذي يفرض وقت العرض. رابعاً، يمكن العودة إلى المقاطع على اليوتيوب عدة مرات وحفظها، مما يعزز الاستفادة، على عكس التلفاز الذي يصعب الرجوع فيه إلى البرامج السابقة. وأخيراً، يتميز اليوتيوب بإتاحته الفرصة للجميع لنشر مقاطعهم الخاصة دون الحاجة لمؤسسات إنتاج أو بث مركزية.

من حيث الأرقام، شهد موقع اليوتيوب نمواً هائلاً في عدد ساعات المشاهدة؛ ففي عام 2013 تجاوزت 300 مليون ساعة يومياً، وبلغت في 2015 نحو 500 مليون، ووصلت اليوم إلى مليار ساعة يومياً، ما يعادل أكثر من 114 ألف سنة من المشاهدة (عصام الدين، 2017). ويُعزى جزء كبير من هذا النمو إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تحسن من توصيات المشاهدة.

يحتل موقع "يوتيوب" المرتبة الثانية عالمياً من حيث عدد الزيارات حسب إحصاءات (Alexa 2017). ووفقاً لتقرير قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب في دبي (2015)، جاءت الأردن في المرتبة الأولى عربياً من حيث الاستخدام اليومي لليوتيوب بنسبة 75% من إجمالي مستخدمي الإنترنت، مما يعكس الاندماج الكبير لهذه المنصة في الحياة اليومية للمواطنين. كما يشير التقرير إلى انتشار متزايد لاستخدام المنصة في المنطقة العربية، ليس فقط على المستوى الفردي بل أيضاً المؤسسي والحكومي، حتى أصبحت من ضروريات الحياة اليومية (المبيضين، 2015).

المبحث الثاني: المعلومات الدينية

يهدف هذا المبحث إلى بيان أهمية الدين في حياة الإنسان، من خلال تعريفه، وبيان حاجة الإنسان إليه، وأهدافه، ودوره في حياة الفرد والمجتمع.

أولاً: تعريف الدين

الدين في اللغة يدور حول معاني: الخضوع والطاعة، والحكم والجزاء، والسلوك العملي. أما اصطلاحاً، فهو وضعٌ إلهي يهدف إلى إصلاح الإنسان في عقيدته وسلوكه، ويقوده إلى الخير في الدنيا والآخرة. والدين الصحيح هو الإسلام الذي بُعث به جميع الأنبياء، وهو توحيد لله في القول والعمل والاعتقاد.

ثانياً: حاجة الإنسان إلى الدين

يحتاج الإنسان إلى الدين كما يحتاج الماء والهواء، لأنه لا يستطيع معرفة الغاية من وجوده ولا التمييز بين الخير والشر، إلا من خلال وحي الله. فالدين يهدي العقل، ويشبع حاجة الروح، ويروي ضمناً القلب الباحث عن المعنى، ويمنح الإنسان شعوراً بالطمأنينة والانتماء، ويحدد له طريق السعادة الأبدية.

ثالثاً: أهداف الدين الإسلامي

يهدف الدين الإسلامي إلى توحيد الله، وتركيز النفس، وتنظيم حياة الإنسان، وتحقيق العدل، وضمان السعادة في الدنيا والآخرة. كما يدعو إلى عبادة الله، والعمل الصالح، والتعاون بين الناس، والالتزام بالقيم والأخلاق.

رابعاً: دور الدين في حياة الفرد

الدين يهذب السلوك، ويقوّي الضمير، ويشعر الإنسان برقابة الله في كل أعماله، مما يدفعه نحو الخير، ويبعده عن الفساد. كما يمنح الإنسان الأمل في مواجهة المحن، ويجعله صبوراً محتسباً، ويحقق له التوازن النفسي والروحي.

خامساً: دور الدين في المجتمع

الدين هو الضامن لاستقرار المجتمع، لأنه يرسخ القيم الأخلاقية، ويحثّ على العدل والإنصاف، وينظم العلاقات بين الناس. فبدون الدين، تفقد المجتمعات مرجعيتها الأخلاقية وتنتهز أمام المادية والإباحية. وقد بيّن المفكرون أن التدين الحقيقي يحفظ وحدة المجتمع ويمنع تفككه فالدين ضروري للفرد والمجتمع، فهو المصدر الذي تستمد منه الحياة معناها واتجاهها، ويضمن السعادة في الدارين. والإسلام هو الدين الحق الذي يحقق ذلك لأنه من عند الله تعالى.

حاجة الإنسان والدين وأهداف الدين الإسلامي ودوره في حياة الفرد

1. حاجة الفطرة البشرية إلى الدين

الإنسان ليس مجرد عقل، بل هو عقل ووجدان وروح، ولا يشبع علمه أو ثقافته إلا بوجود عقيدة تُطمئن النفس وتملأ فراغ الروح. الدين هو الفطرة التي خلق الله الإنسان عليها، كما جاء في القرآن: ﴿فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَةَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا﴾ (الروم: 30).

2. حاجة الإنسان إلى الصحة النفسية والقوة الروحية

الدين يمنح الإنسان القوة والصبر والطمأنينة في مواجهة الشدائد، ويعطيه أملاً وسكينة لا يعوضها العلم أو المال أو السلطة. من يعيش بدون إيمان يعاني من اضطراب نفسي وتوتر مستمر.

3. حاجة المجتمع إلى بواعث وضوابط أخلاقية

الدين يزرع الضمائر والأخلاق التي تحكم سلوك الإنسان داخلياً، فلا تقتصر على القوانين فقط التي يمكن التهرب منها، بل يكون هناك وازع ذاتي يحفظ حقوق المجتمع ويحث على الخير.

4. حاجة المجتمع إلى التعاون والتماسك

الدين يؤسس لأخوة الإيمان ويعزز التعاون بين الناس، ويقوي الروابط الاجتماعية بفضل شعورهم بأنهم جميعاً عبيد الله وأبناء أمة واحدة.

5. أهداف الدين الإسلامي: بناء إنسان صالح مؤمن، مكرس لعبادة الله، متخلق بأخلاق النبي، ملتزم بالشريعة، يدعو للجدد ويجاهد، يجمع بين الإيمان والعقل، ويسعى لبناء الأرض. دور الدين في حياة الفرد: يهتدي الروح والأخلاق، ينظم السلوك، يعزز التقرب من الله، ويفوق بين العقل والإيمان لتحقيق التوازن النفسي والعقلي.

الفصل الثالث: تحليل النتائج ومناقشتها

تمهيد: سعت هذه الدراسة الى التعرف على مدى التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب، وذلك باستخدام منهج المسح لعينة عشوائية بسيطة من طلاب وطالبات كلية الشريعة في جامعة اليرموك ، حيث بلغ حجم العينة (397) مفردة ، وتعتبر هذه العينة ممثلة للطلبة في كلية الشريعة لجامعة اليرموك في مختلف التخصصات والسنوات الدراسية ، ويتناول هذا الفصل عرض لنتائج الدراسة الميدانية ، وسيتم عرضها وفقا لأسئلة الدراسة ثم مناقشة هذه النتائج وتقديم التوصيات اللازمة .

- **أولاً:** عادات مشاهدة طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية لقنوات اليوتيوب . /1- مدى مشاهدة طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية لفيدويوهات دينية على برنامج اليوتيوب . جدول (5) التكرارات والنسب المئوية لمشاهدة فيديويوهات دينية على برنامج اليوتيوب

الفئات	التكرار	النسبة %
نعم	324	81.6
لا	73	18.4
المجموع	397	100.0

تشير بيانات الجدول (5) إلى أن 81.6% من عينة الدراسة يشاهدون فيديويوهات دينية على يوتيوب، مقابل 18.4% لا يشاهدونها. وهذا يدل على وعي طلبة كلية الشريعة بأهمية يوتيوب في التعلم الديني، وهو ما تؤكدهُ أيضاً دراسة مخلوف (2014) التي أظهرت أن 88% من المشاركين يستخدمون الموقع.

1- اسباب عدم مشاهدة طلبة كلية الشريعة والدراسات الاسلامية الفيديوهات الدينية على قنوات اليوتيوب .جدول (6) التكرارات والنسب المئوية لأسباب عدم مشاهدة الفيديوهات الدينية على قنوات اليوتيوب ن = (73)

الترتيب	الفقرة	الاجابات	
		التكرار	النسبة %
1	عدم وجود وقت كاف	35	26.3
7	التكلفة العالية	10	7.5
2	قلة الاهتمام	24	18.0
4	لان أغلب برامجها مملة	15	11.3
3	عدم الثقة بالمعلومات التي تحتويها قنوات اليوتيوب	20	15.0
6	محتوى قنوات اليوتيوب غير مناسب	12	9.0
5	أفضل مشاهدة التلفزيون	13	9.8
8	ليس لدي اشتراك انترنت (شبكة)	4	3.0
	المجموع	133	100.0

المجموع اكثر من عدد الذين لا يشاهدون لأنه كان الحق للمبحوث اختيار أكثر من بديل يوضح الجدول (6) أسباب عدم مشاهدة بعض أفراد العينة للفيديوهات الدينية على يوتيوب، مع السماح باختيار أكثر من سبب. تصدّر سبب "عدم وجود وقت كافٍ" بنسبة (26.3%)، تلاه "قلة الاهتمام" (18.0%)، ثم "عدم الثقة بالمعلومات" (15.0%)، و"برامج مملة" (11.3%). واحتلت الأسباب الأخرى مراتب أقل، منها "أفضل مشاهدة التلفزيون" (9.8%)، و"محتوى غير مناسب" (9.0%)، و"التكلفة العالية" (7.5%)، وأخيراً

"عدم توفر اشتراك إنترنت" (3.0%). ويرى الباحث أن ضعف الوقت والاهتمام يعود إلى تفضيل الشباب لمحتوى ترفيهي، كما أشار مخلوف (2014). 1- أسباب مشاهدة طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية الفيديوهات الدينية على قنوات اليوتيوب. جدول (7) التكرارات والنسب المئوية لأسباب مشاهدة فيديوهات دينية على قنوات اليوتيوب ن = 324

الترتيب	الفقرة	الاجابات	
		التكرار	النسبة
3	تنمي شعوري بالولاء نحو الإسلام	199	13.8%
1	تساعدني في التعرف إلى قضايا الإسلام والمجتمع	214	14.8%
2	التوجيه والإرشاد	213	14.7%
7	إتاحتها للمعلومات المرئية غير المتوفرة في مكان آخر	115	8.0%
5	متاحة في أي وقت.	149	10.3%
7	متاحة في أي مكان.	115	8.0%
4	تنوع المحتوى الديني الذي يمكنني من الاطلاع على وجهات نظر متعددة	166	11.5%
8	إمكانية التفاعل مع المحتوى على قنوات اليوتيوب من خلال ترك التعليقات والانطباعات	86	5.9%
9	التحكم بالإعلانات وإمكانية تجاوزها.	67	4.6%

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

6	سهولة متابعتها بوسائل مختلفة.	122	8.4%
	المجموع	1446	100.0%

*المجموع أكثر من الذين يشاهدون لأنه كان الحق للمبحوث اختيار أكثر من بديل .

يوضح الجدول رقم (7) أن السبب الأكثر شيوعاً لمشاهدة الفيديوهات الدينية على يوتيوب بين أفراد العينة هو "التعرف إلى قضايا الإسلام والمجتمع" بنسبة (14.8%)، يليه "التوجيه والإرشاد" (14.7%)، ثم "تنمية الشعور بالولاء نحو الإسلام" (13.8%). وجاء "تنوع المحتوى الديني" و"إتاحته في أي وقت" في المرتبتين الرابعة والخامسة. بينما كانت أقل الأسباب شيوعاً "التحكم بالإعلانات" بنسبة (4.6%). ويظهر التحليل أن غالبية المشاركين يرون أن يوتيوب يساهم بشكل كبير في التعرف إلى القضايا الإسلامية والمجتمعية، وهو ما أكدته أيضاً دراسة مخلوف (2014).

1/- الوقت الذي يستغرقه طلبة كلية الشريعة الدراسات الإسلامية في متابعة فيديوهات دينية على قنوات اليوتيوب

جدول (8) التكرارات والنسب المئوية للوقت المستغرق في متابعة فيديوهات دينية على قنوات اليوتيوب

الفئات	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة واحدة	185	57.1
ساعة إلى ساعتين	120	37.0
أكثر من ساعتين	19	5.9
المجموع	324	100.0

تشير بيانات الجدول (8) إلى أن 57.1% من طلبة كلية الشريعة يتابعون الفيديوهات الدينية على يوتيوب لأقل من ساعة يومياً، و37% لمدة ساعة إلى ساعتين، و5.9% لأكثر من ساعتين. وتتفق هذه النتائج جزئياً مع دراسة المحروق (2016)، التي أظهرت أن 69.5% يستخدمون يوتيوب دائماً، ولكن حول القضايا العربية بشكل عام وليس الدينية.

- ثانيا: تعرض طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية للمعلومات الدينية من وسائل الاتصال المختلفة .

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل وسيلة والوسائل مجتمعة كما هو موضح في الجدول رقم (9) .

جدول رقم (9) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة التعرض للمعلومات الدينية من وسائل الاتصال المختلفة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		الفقرات	الترتيب
			%	ن	%	ن	%	ن		
1	.670	2.42	52.2	169	37.7	122	10.2	33	شبكات التواصل الاجتماعي	4
2	.688	2.34	46.6	151	41.0	133	12.3	40	قنوات اليوتيوب	5
3	.771	2.22	43.2	140	35.8	116	21.0	68	المحاضرات والندوات	7
4	.722	2.20	38.3	124	43.8	142	17.9	58	الأهل والأصدقاء	8
5	.729	2.19	37.7	122	43.5	141	18.8	61	الكتب والمراجع الدينية	6
6	.733	2.19	38.0	123	42.9	139	19.1	62	مواقع الكترونية متخصصة بالدين	10
7	.690	2.13	30.9	100	50.9	165	18.2	59	القنوات الفضائية الدينية	1
8	.754	2.03	29.9	97	43.2	140	26.9	87	الاتصال الشخصي	9

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		الفقرات	رقم
			%	ن	%	ن	%	ن		
9	.700	1.85	18.2	59	49.1	159	32.7	106	الإذاعات الدينية	2
10	.773	1.79	21.6	70	36.1	117	42.3	137	المسجد	3
	.385	2.14							درجة تعرضك للمعلومات الدينية من وسائل الاتصال المختلفة	

يشير الجدول رقم (9) إلى أن تعرض الباحثين للمعلومات الدينية من وسائل الاتصال جاء بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي كلي (2.14). وقد تصدرت "شبكات التواصل الاجتماعي" المرتبة الأولى بمتوسط (2.42)، تليها "قنوات اليوتيوب" (2.34)، ثم "المحاضرات والندوات" (2.22)، و"الأهل والأصدقاء" (2.20). بينما جاءت باقي الوسائل، مثل الكتب والمراجع، المواقع المتخصصة، القنوات الفضائية، الإذاعات، والمساجد في المراتب الأخيرة بمتوسطات تراوحت بين (1.79 - 2.19). ويُعزى تصدر شبكات التواصل الاجتماعي إلى سهولة الوصول للمعلومة وتوفرها مجاناً وفي أي وقت ومكان.

جدول رقم (10) معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين درجة التعرض واعتماد طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية على اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية

درجة تعرضك للمعلومات الدينية من وسائل الاتصال المختلفة		
.357**	معامل الارتباط	

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

0.000	الدلالة الإحصائية	ما درجة اعتمادك على قنوات اليوتيوب
324	العدد	في التماس المعلومات الدينية ؟

*دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05). يوضح الجدول (10) وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض طلبة كلية الشريعة لقنوات اليوتيوب واعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات الدينية، حيث بلغ معامل بيرسون 0.357 ومستوى الدلالة 0.00، مما يعني أن زيادة التعرض لقنوات اليوتيوب ترتبط بزيادة اعتماد الطلبة عليها.

-ثالثاً: الموضوعات والمضامين الدينية التي يلتمسها طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية فيما يتعلق بالقضايا الدينية من قنوات اليوتيوب .

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول رقم (11) جدول رقم (11) التكرارات والنسب المئوية للموضوعات والمضامين الدينية الملتزمة فيما يتعلق بالقضايا الدينية من قنوات اليوتيوب

الترتيب	الموضوع	الاجابات	
		التكرار	النسبة %
1	تلاوة القران الكريم	246	16.3
6	تفسير القران الكريم	136	9.0
10	الحديث النبوي الشريف	90	6.0
2	السيرة النبوية وقصص التابعين	173	11.5
4	الفتاوى (قضايا فقهية)	148	9.8
9	أحداث تاريخية إسلامية	95	6.3
3	أناشيد إسلامية	169	11.2

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

7.0	105	الإعجاز العلمي	8
7.9	120	برامج حوارية تتناول قضايا الشباب	7
5.3	80	فقه الشأن العام	11
9.8	148	موضوعات وعظية إرشادية (خطب، مواعظ،)	4
100.0	1510	المجموع	

يشير الجدول (11) إلى الموضوعات الدينية التي يلتمسها المبحوثون من قنوات اليوتيوب، حيث تصدّر "القرآن الكريم" القائمة بنسبة 16.3% (246 تكراراً)، مما يعكس اهتمامهم بالاستماع للقرآن وتعلم التلاوة الصحيحة عبر قنوات متعددة اللغات. تلاه "السيرة النبوية وقصص التابعين" بنسبة 11.5%، ثم "الأناشيد الإسلامية" بنسبة 11.2%. بعد ذلك جاءت "موضوعات وعظية إرشادية" و"الفتاوى (القضايا الفقهية)" بنسبة 9.8% لكل منهما. وكان أقلها "تفسير القرآن الكريم" بنسبة 9.0% و"فقه الشأن العام" بنسبة 5.3%.

- رابعاً: المصادر التي يلتمس منها طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية معلوماتهم الدينية . للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل مصدر والمصادر جميعاً كما هو موضح في الجدول رقم (12). جدول رقم (12) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمصادر الملتمس منها المعلومات الدينية

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

ب. الترتي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		الفقرات	رقم
			%	ن	%	ن	%	ن		
1	.691	2.38	50.0	162	38.0	123	12.0	39	شبكات التواصل الاجتماعي	4
2	.770	2.30	48.8	158	32.1	104	19.1	62	المحاضرات والندوات	7
3	.658	2.28	39.8	129	48.8	158	11.4	37	قنوات اليوتيوب	5
4	.703	2.24	39.8	129	44.8	145	15.4	50	الأهل والأصدقاء	8
5	.751	2.23	42.6	138	38.3	124	19.1	62	الكتب والمراجع الدينية	6
6	.767	2.13	36.4	118	39.8	129	23.8	77	مواقع الكترونية متخصصة بالدين	10
7	.730	1.99	26.2	85	46.9	152	26.9	87	الاتصال الشخصي	9
8	.717	1.98	24.7	80	48.8	158	26.5	86	القنوات الفضائية الدينية	1
9	.805	1.77	23.5	76	30.2	98	46.3	150	المسجد	3
10	.666	1.73	12.3	40	48.8	158	38.9	126	الإذاعات الدينية	2
	.356	2.10							الدرجة الكلية	

يبين الجدول رقم (12) التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمصادر التي التمس منها المبحوثين معلوماتهم الدينية، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (1.73، 2.38) كما بلغ المتوسط الحسابي للمصادر ككل (2.10). يوضح الجدول (12) أن المصادر التي

يلتمس منها المبحوثون معلوماتهم الدينية تختلف في أهميتها، حيث تصدرت "شبكات التواصل الاجتماعي" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مرتفع (2.38)، نظراً لدورها الكبير في توفير معلومات دينية بطريقة تفاعلية وسهلة الوصول، خاصة بين الشباب. تلتها "المحاضرات والندوات" (2.30)، ثم "قنوات اليوتيوب" (2.28)، و"الأهل والأصدقاء" (2.24)، و"الكتب والمراجع الدينية" (2.23). في المقابل، جاء "الإذاعات الدينية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط منخفض (1.73)، بسبب صعوبات توفرها وتأثيرها المحدود مقارنة بالمصادر الأخرى.

- خامساً: العوامل التي تؤثر على طلبه كلية الشريعة والدراسات الإسلامية في التماس المعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب .

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة وال فقرات ككل كما هو موضح في الجدول رقم (13). جدول رقم (13) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في التماس الطلبة للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

الترتيبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		العبارة	رقم الفقرات
			%	ن	%	ن	%	ن		
1	.617	2.51	57.1	185	36.4	118	6.5	21	نتيجة لرغبتني في الحصول على معلومات واسعة وشاملة حول القضايا الدينية.	1 1
2	.588	2.44	48.8	158	46.3	150	4.9	16	التعرف إلى الفتاوى الفقهية بالموضوعات التي تخص الشباب.	1

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

الترتيبي ب.ا	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		العبارة	رقم الترتيب
			%	ن	%	ن	%	ن		
2	.619	2.44	50.9	165	42.3	137	6.8	22	نتيجة لطبيعة اهتماماتي ورغباتي.	10
4	.586	2.39	44.1	143	50.6	164	5.2	17	زيادة المعرفة الدينية من خلال قنوات اليوتيوب.	2
5	.701	2.32	45.7	148	40.7	132	13.6	44	نتيجة لطبيعة تخصصي الأكاديمي.	9
6	.650	2.30	40.7	132	48.8	158	10.5	34	تساعدني المعلومات الدينية في قنوات اليوتيوب على اتخاذ الآراء السليمة.	4
7	.658	2.27	38.6	125	49.7	161	11.7	38	تساعدني المضامين الدينية المطروحة في قنوات اليوتيوب في مشاركة هذه المعلومات مع الأشخاص الآخرين.	5
8	.660	2.23	35.5	115	51.5	167	13.0	42	القدرة على إدانة الشائعات والأخبار المغلوطة التي تنبثها وسائل الإعلام والاتصال الغربية.	6

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

الترتيبي ب.ا	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		العبارة	رقم الترتيب
			%	ن	%	ن	%	ن		
9	.673	2.19	34.0	110	51.2	166	14.8	48	التعرف إلى المواقف العربية والعالمية تجاه القضايا التي تخص المسلمين.	3
10	.668	2.19	33.6	109	51.9	168	14.5	47	العمل على تكوين آراء مواقف إزاء القضايا الدينية المطروحة	7
11	.743	2.16	37.0	120	42.3	137	20.7	67	لأنني أظن أن قنوات اليوتيوب تتمتع بقدر كبير من الحرية.	1 3
12	.697	2.14	32.1	104	49.7	161	18.2	59	نتيجة لاعتقادي أن المعلومات الدينية المكتسبة من قنوات اليوتيوب تعزز ثقة الآخرين برأيي.	1 2
13	.767	2.02	30.2	98	41.4	134	28.4	92	نتيجة لطبيعة عملي.	8
14	.685	1.97	21.9	71	53.1	172	25.0	81	لوجود مصداقية وثقة وتفاعل بين قنوات اليوتيوب والجمهور	1 4
	.351	2.25							العوامل التي تؤثر عليك في التماسك المعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب	

أظهر الجدول (13) أن المبحوثين يلجأون لقنوات اليوتيوب للحصول على معلومات دينية واسعة وشاملة (متوسط 2.51)، تليها اهتماماتهم الشخصية والتعرف على الفتاوى الخاصة بالشباب. متوسط الاستجابة العام كان مرتفعاً (2.25)، مع تفاوت في أهمية العوامل الأخرى مثل زيادة المعرفة والتخصص الأكاديمي. أدنى عامل كان الثقة والمصداقية بين القنوات والجمهور (1.97)، مما يعكس غياب الرقابة على المحتوى. ولفحص العلاقة الارتباطية بين العوامل المؤثرة على التماس طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية للمعلومات الدينية ودرجة اعتمادهم عليه في التماس المعلومات، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون والجدول رقم (14) يبين ذلك. جدول (14) معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين العوامل المؤثرة في التماس طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب وبين درجة اعتمادهم على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية

العوامل التي تؤثر عليك في التماسك المعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب		
	معامل الارتباط ر	ما درجة اعتمادك على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية ؟
	الدالة الإحصائية	
	العدد	
	0.391 **	
	0.000	
	324	

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05). ** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01).

يبين الجدول رقم (14) معامل ارتباط بيرسون بين العوامل المؤثرة في التماس المبحوثون للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب ودرجة اعتمادهم على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية فقد تبين وجود علاقة ايجابية دالة احصائيا بين العوامل المؤثرة في التماس المبحوثون للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب وبين اعتمادهم على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية، فقد بلغت قيمة معامل بيرسون (0.391) ومستوى الدلالة (0.00) وتعتبر هذه العلاقة ايجابية . سادسا: درجة اعتماد طلبة

كلية الشريعة والدراسات الإسلامية على قنوات اليوتيوب في التماسهم للمعلومات الدينية .جدول (15) التكرارات والنسب المئوية لدرجة الاعتماد على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية

الفئات	التكرار	النسبة %
بدرجة منخفضة	72	22.2
بدرجة متوسطة	213	65.7
بدرجة كبيرة	39	12.0
المجموع	324	100.0

يوضح الجدول (15) أن أغلب المبحوثين (65.7%) يعتمدون بشكل متوسط على قنوات اليوتيوب للحصول على المعلومات الدينية، مما يعكس أهمية اليوتيوب في جذب الجمهور وخاصة الشباب بسبب كثرة الفيديوهات الدينية وسهولة الوصول إليها. يلي ذلك الاعتماد المنخفض بنسبة 22.2%، ثم الاعتماد الكبير بنسبة 12%. ولبيان الفروق بين درجة اعتماد طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية والمتغيرات الشخصية المتمثلة بالانتماء الاجتماعي والتخصص والمستوى الدراسي والحالة الاجتماعية ومكان الإقامة للمبحوثين، تم استخدام تحليل التباين، والجدول أدناه يوضح ذلك .

جدول (16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لدرجة اعتماد طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية وفقا لمتغيرات النوع الاجتماعي، والتخصص، والمستوى الدراسي، والحالة الاجتماعية، ومكان الإقامة (ن 324)

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
النوع الاجتماعي	ذكر	2.10	.637	20.087	1، 322	.000
	أنثى	1.80	.516			

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

التخصص	الفقه وأصوله	1.92	.568	.716	5، 318	.612
	أصول الدين	1.97	.610			
	التربية الإسلامية	1.81	.518			
	الدراسات الأسرية	1.93	.530			
	الدعوة والإعلام الإسلامي	1.95	.615			
	الاقتصاد والمصارف الإسلامية	1.83	.585			
المستوى الدراسي	سنة أولى (0-33 ساعة)	1.91	.578	.494	3، 320	.687
	سنة ثانية (34-66 ساعة)	1.97	.538			
	سنة ثالثة (67-99 ساعة)	1.87	.611			
	سنة رابعة (100-132 ساعة)	1.84	.587			
الحالة الاجتماعية	عزب	1.92	.565	2.492	1، 322	.115
	متزوج	1.73	.640			
مكان الإقامة	مدينة	1.89	.548	.220	1، 322	.639
	قرية	1.91	.598			

يتضح من الجدول (16) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) في اعتماد الباحثين على المعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب تعزى للنوع الاجتماعي (بصالح الذكور)، بينما لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية لأثر التخصص، المستوى الدراسي، الحالة الاجتماعية، ومكان الإقامة.

سابعا: التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية على التماسهم للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب .

1- التأثيرات المعرفية :

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل نوع من التأثيرات وفقراته كما هو واضح في الجدول رقم (17) .

جدول رقم (17) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتأثيرات المعرفية الملتزمة نتيجة متابعة الطلبة للمعلومات والمضامين الدينية من قنوات اليوتيوب

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		العبارة	رقم
			%	ن	%	ن	%	ن		
1	.563	2.66	71.0	230	24.4	79	4.6	15	تعرفت على الأسباب المباشرة والمتعلقة بأمر ديني	2
2	.614	2.56	62.7	203	30.9	100	6.5	21	زادت البرامج الدينية في قنوات اليوتيوب من مناعتي الفكرية أمام الشبهات والدعايات الغربية الموجهة ضد الإسلام	7
3	.605	2.55	60.8	197	33.3	108	5.9	19	ساهمت في اتخاذ قراراتي بطريقة سليمة	1

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		العبارة	الترتيب
			%	ن	%	ن	%	ن		
4	.607	2.50	56.2	182	38.0	123	5.9	19	التعرف على التيارات الإسلامية المختلفة	3
5	.630	2.44	51.9	168	40.7	132	7.4	24	التعرف على مواقف الدول من الإسلام	4
6	.650	2.41	50.3	163	40.7	132	9.0	29	كشفت قنوات اليوتيوب الغموض لدي حول بعض القضايا الدينية	6
7	.699	2.40	52.2	169	35.5	115	12.3	40	ساهمت قنوات اليوتيوب في تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة لدي	5
	.342	2.50							التأثيرات المعرفية	

يشير الجدول رقم (17) إلى التأثيرات المعرفية الناتجة عن التماس طلبة كلية الشريعة أظهرت الدراسة أن استجابة أفراد العينة لاستخدام قنوات اليوتيوب في الحصول على المعلومات الدينية كانت مرتفعة بشكل عام، حيث كانت الفقرة التي تناولت "التعرف على الأسباب المباشرة المتعلقة بالدين" هي الأعلى تأثيراً بـمتوسط حسابي 2.66 ونسبة استجابة 71%. بينما كانت الفقرة المتعلقة بـ"تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة" هي الأقل تأثيراً بمتوسط 2.40. وبلغ المتوسط العام للتأثيرات المعرفية 2.50.

-التأثيرات الوجدانية جدول رقم (18) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتأثيرات الوجدانية الملتزمة نتيجة متابعة الطلبة للمعلومات والمضامين الدينية من قنوات اليوتيوب

الترتيبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		العبارة	رقم
			%	ن	%	ن	%	ن		
1	.509	2.73	76.2	247	20.7	67	3.1	10	أشعر من خلال متابعة قنوات اليوتيوب بالتعاطف مع القضايا التي تخص المسلمين	1
2	.600	2.65	71.0	230	22.5	73	6.5	21	زادت من شعوري بالتقرب من الله	5
3	.605	2.62	68.8	223	24.7	80	6.5	21	أشعر من خلالها بالاعتزاز والانتماء للدين الإسلامي	7
4	.612	2.52	58.6	190	35.2	114	6.2	20	أتأثر بالأفلام الدعوية التي تعرض على قنوات اليوتيوب	2
5	.651	2.51	59.3	192	32.1	104	8.6	28	أشعر أن البرامج الدينية في قنوات اليوتيوب جعلت لدي روحانية	6

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

الترتيبي ب.	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		العبارة	رقم
			%	ن	%	ن	%	ن		
			6	.646	2.50	58.3	189	33.3		
7	.646	2.47	55.6	180	36.1	117	8.3	27	أشعر أن قنوات اليوتيوب أسهمت في تعزيز التزامي الديني والأخلاقي	3
	.375	2.57							التأثيرات الوجدانية	

أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة يشعرون بتأثير وجداني كبير من متابعة المحتوى الديني على اليوتيوب، حيث جاء أعلى تأثير هو الشعور بالتعاطف مع القضايا التي تخص المسلمين (متوسط حسابي 2.73). كما زادت المتابعة من شعورهم بالتقرب من الله (2.65) والاعتزاز والانتماء للدين الإسلامي (2.62). الطلبة تأثروا أيضًا بالأفلام الدعوية والبرامج الدينية التي عززت لديهم الروحانية والأمل بمستقبل أفضل للأمة، وكذلك الالتزام الديني والأخلاقي، رغم أن هذه التأثيرات كانت بدرجات أقل نسبياً. المتوسط العام للتأثيرات الوجدانية 2.57 (بدرجة تأثير متوسطة إلى كبيرة).

-التأثيرات السلوكية

جدول رقم (19) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتأثيرات السلوكية الملتزمة نتيجة متابعة الطلبة للمعلومات والمضامين الدينية من قنوات اليوتيوب

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

الترتيبي ب.ا	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		الفقرات	رقم
			%	ن	%	ن	%	ن		
			1	.546	2.62	65.1	211	31.8		
2	.595	2.55	60.2	195	34.6	112	5.2	17	تبادل الحوارات والمناقشات بقضايا الإسلام التي تمس الواقع	2
3	.630	2.54	61.7	200	30.9	100	7.4	24	شجعتني على توجيه أفراد عائلتي بضرورة الالتزام بالعبادات	6
4	.636	2.52	60.2	195	32.1	104	7.7	25	زادت من التزامي الديني	5
5	.627	2.50	56.8	184	36.1	117	7.1	23	زادت من مشاركتي مع زملائي بأمور ديني	4
6	.631	2.39	46.6	151	45.4	147	8.0	26	عززت قنوات اليوتيوب من قدرتي النقدية في التعامل مع المضامين الدينية غير المؤصلة علميا ، مثل اكتشاف الأحاديث غير الصحيحة	3

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

الترتيبي ب.	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل منخفض		الفقرات	م.ع
			%	ن	%	ن	%	ن		
									المنسوبة إلى السنة النبوية	
	.366	2.52							التأثيرات السلوكية	

الجدول رقم (19) يوضح أن طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية تأثروا سلوكياً بشكل كبير عند طلب المعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب. أعلى تأثير كان في "إدانة واستتكار كل ما يشوه الدين" بمتوسط (2.62) ونسبة استجابة 65.1%. أما أقل تأثير كان في "تعزيز القدرة النقدية للتعامل مع المضامين الدينية غير المؤصلة علمياً" بمتوسط (2.39). والمتوسط العام للتأثيرات السلوكية كان (2.52) بدرجة استجابة كبيرة.

ولفحص العلاقة الارتباطية بين التأثيرات المترتبة جراء اعتماد طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية على التماس المعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب ودرجة اعتمادهم عليها في التماس المعلومات الدينية، تم استخدام معامل الارتباط بيرسون والجدول رقم () بين ذلك. جدول (20) معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية وبين درجة اعتمادهم على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية

ما درجة اعتمادك على قنوات اليوتيوب في التماس المعلومات الدينية ؟		
.241**	معامل الارتباط ر	التأثيرات المعرفية
.000	الدلالة الإحصائية	

التماس الشباب الجامعي للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب

324	العدد	
.237**	معامل الارتباط	التأثيرات الوجدانية
.000	الدلالة الإحصائية	
324	العدد	
.262**	معامل الارتباط	التأثيرات السلوكية
.000	الدلالة الإحصائية	
324	العدد	

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05). ** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01).

يبين الجدول (20) وجود علاقات إيجابية دالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على قنوات اليوتيوب للحصول على المعلومات الدينية والتأثيرات المعرفية ($r=0.241$)، الوجدانية ($r=0.237$)، والسلوكية ($r=0.262$) جميعها بمستوى دلالة (0.00). وتشير النتائج إلى تأثير إيجابي لليوتيوب على هذه الجوانب، خلافاً لدراسة مطهر (2009) التي لم تجد علاقة ذات دلالة بين الاعتماد على مصادر المعلومات المختلفة والتأثيرات الناجمة عنها.

تدل النتائج في مجملها على أن اليوتيوب أصبح مصدراً مهماً وأساسياً للمعلومات الدينية لدى طلبة الشريعة، وأن هناك وعياً متزايداً بأهمية الاستفادة من المنصات الرقمية في المجال الديني. إلا أن هذا الأمر يتطلب أيضاً تدخلاً من الجهات المعنية في توجيه هذا الاستخدام، عبر دعم القنوات الموثوقة، وتشجيع إنتاج محتوى ديني هادف يلائم احتياجات الشباب، ويحترم ثوابت الدين دون إخلال بالمصادقية أو العمق المعرفي.

نتائج الدراسة:

- أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك يعتمدون بشكل ملحوظ على قنوات اليوتيوب كمصدر للمعلومات الدينية. ويُلاحظ أن هذا الاعتماد لا يقتصر على فئة معينة من الطلبة، بل يشمل مختلف المستويات الدراسية والتخصصات داخل الكلية، مما يشير إلى انتشار واسع لاستخدام هذه المنصة بين الطلاب، وتنامي الثقة بها كوسيلة تعليمية مكتملة للمصادر التقليدية.
- كما تبين أن المحتوى الديني المقدم عبر اليوتيوب يُعد جاذبًا للكثير من الطلبة، لا سيما فيما يتعلق بموضوعات القرآن الكريم، السيرة النبوية، الأناشيد الإسلامية، والخطب الوعظية. وقد أبدى الطلاب اهتمامًا خاصًا بالمواد التي تساهم في تعزيز فهمهم لقضايا الدين والمجتمع، وتوفر توجيهًا دينيًا مباشرًا يتماشى مع تطلعاتهم واحتياجاتهم المعرفية.
- ومن جانب آخر، فإن من أبرز العوامل التي تدفع الطلبة لمتابعة المحتوى الديني على اليوتيوب هو توفره بسهولة وفي أي وقت، بالإضافة إلى تنوعه الكبير، وإمكانية التفاعل معه. كما أن اليوتيوب يُعتبر بيئة مناسبة للشباب لاكتساب معلومات دينية بطريقة غير تقليدية، تعتمد على الصوت والصورة والتقنيات الحديثة التي تُسهل في ترسيخ المفاهيم وتعزيز الفهم.
- ورغم هذا الإقبال الكبير، فقد أشارت النتائج أيضًا إلى وجود فئة من الطلبة لا تتابع الفيديوهات الدينية على اليوتيوب لأسباب متنوعة، من أبرزها ضيق الوقت، وضعف الاهتمام، وغياب الثقة في بعض المحتويات المعروضة. وهذا يُبرز الحاجة إلى ضبط المحتوى الديني الرقمي من خلال تعزيز موثوقيته، وضمان جودة المعلومات المطروحة عبر المنصات الرقمية.
- كما كشفت الدراسة أن الطلبة يتعرضون للمعلومات الدينية من مصادر متعددة، إلا أن الوسائل الرقمية - وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي واليوتيوب - تأتي في مقدمة هذه المصادر، متقدمة على الوسائل التقليدية كالمساجد والإذاعات والكتب الدينية. ويُعزى ذلك إلى أن البيئة الرقمية توفر مرونة أكبر وسرعة في الوصول إلى المعلومة، مما يتلاءم مع أنماط الحياة اليومية للشباب الجامعي.
- أما من حيث دوافع اعتماد الطلبة على اليوتيوب، فقد ظهر أن الرغبة في الإحاطة الشاملة بالقضايا الدينية، والاهتمام الشخصي، والبحث عن الفتاوى المتعلقة بالشباب، من أبرز العوامل المؤثرة في

ذلك. كما أن الطبيعة التفاعلية للمحتوى، وإمكانية الوصول إلى وجهات نظر متعددة في المسائل الدينية، تعزز من هذا الاعتماد وتجعل من اليوتيوب أداة تعليمية مؤثرة.

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة، يتضح لنا أن منصة اليوتيوب أصبحت اليوم مصدراً مهماً للمعلومات الدينية بين طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك. فالنتائج أوضحت أن الطلبة يعتمدون بشكل كبير على هذا المصدر لما يوفره من محتوى متنوع ومرن يمكنهم من الوصول إليه في أي وقت يناسبهم. ويشمل هذا المحتوى موضوعات دينية متعددة مثل تفسير القرآن الكريم، والسيرة النبوية، والخطب الوعظية، والأناشيد الإسلامية، والتي تلبي احتياجات الطلاب المعرفية والدينية بشكل فعال.

كما أن الطابع التفاعلي لمنصة اليوتيوب يشجع الشباب على متابعة المحتوى والتفاعل معه، مما يجعل التعلم أكثر متعة وفائدة مقارنة بالطرق التقليدية. ومع ذلك، هناك بعض الطلبة الذين لا يتابعون هذا النوع من المحتوى لأسباب مثل ضيق الوقت أو قلة الثقة ببعض المواد، وهذا الأمر يؤكد على ضرورة العمل على تحسين جودة المحتوى الرقمي وضمان موثوقيته من خلال دعم القنوات الموثوقة وتشجيع إنتاج محتوى ديني هادف يتناسب مع حاجات الشباب ويحترم ثوابت الدين.

كما توضح الدراسة أهمية استغلال هذه المنصات الرقمية في تقديم البرامج الدينية بشكل مبتكر وبوقت قصير، يلائم أسلوب حياة الشباب ويزيد من اهتمامهم. ومن المهم كذلك تخصيص قنوات خاصة بطلبة الشريعة لتلبية متطلباتهم بشكل مباشر، بالإضافة إلى تشجيع البحث العلمي في مجال الإعلام الجديد، خصوصاً في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التماس المعلومات الدينية.

في النهاية، يظهر جلياً أن الإعلام الرقمي ومنصات مثل اليوتيوب تشكل جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب التعليمية والدينية اليوم. لذلك، يتوجب على المؤسسات المعنية العمل على توجيه هذا الاستخدام بما يضمن الفائدة القصوى، من خلال دعم المحتوى الهادف والموثوق، وتشجيع البحث والدراسات المستقبلية التي تركز على هذا المجال. إن الاهتمام بهذه الجوانب سيسهم في تعزيز الثقافة الدينية بين الشباب، وتهيئتهم لمواجهة تحديات العصر بأساليب علمية وعصرية مناسبة.

- التوصيات :

- اظهرت الدراسة وجود نسبة كبيرة من عينة الدراسة التي تشاهد الفيديوهات الدينية على اليوتيوب، لذلك يدعو الباحث للتركيز بشكل اكبر على الفيديوهات الدينية لنشر الثقافة الدينية خاصة لفئة الشباب .
- تقديم البرامج الدينية بأسلوب وشكل تفاعلي جديد وبوقت قصير، حيث اشارت احدى نتائج هذه الدراسة الى ان نسبة (57.1 %) من عينة الدراسة يتابعون اليوتيوب بمعدل اقل من ساعة يوميا .
- تخصيص قنوات على اليوتيوب خاصة بطلبة كليات الشريعة ، حيث كانت احدى نتائج هذه الدراسة ان طلبة كلية الشريعة يعتمدون على اليوتيوب في التماس معلوماتهم الدينية بنسبة (65.7%) .
- تشجيع البحث العلمي والدراسات الخاصة بالإعلام الجديد وخاصة الشبكات الاجتماعية مثل (اليوتيوب وغيرها) ، حيث جاءت احدى نتائج هذه الدراسة ان شبكات التواصل الاجتماعي احتلت المرتبة الاولى من حيث تعرض طلبة كلية الشريعة للمعلومات الدينية.
- الاهتمام بإجراء بحوث مستقبلية تركز على نظرية التماس المعلومات .

قائمة المصادر والمراجع:

القران الكريم

أولا : الكتب العربية :

- أمين، رضا عبد الواحد. (2009). *استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب*. دراسة منشورة ضمن وقائع مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لواقع جديد. جامعة البحرين.
- حجاب، محمد منير. (2000). *أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية*. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع .
- حسونة، نسرين. (2014). *الإعلام الجديد.. المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف*. دار الالوكة للنشر .
- حسين، سمير محمد. (1995). *بحوث الإعلام الأسس والمبادئ*. القاهرة: عالم الكتب .
- مكايي، حسن. (1398). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. للكتاب .
- إبراهيم، علي. (2017). *الإعلام البديل*. دار المعتز للنشر والطباعة (ط. 1) .
- ابن تيمية، أحمد بن عبد الحلیم. (2000). *التدمرية*. ط6 الرياض: مكتبة العبيكان للنشر والتوزيع .
- ابوصبع، صالح خليل. (2010). *الاتصال الجماهيري*. عمان: دار البركة للنشر والتوزيع .
- المطهر، بشار. (2011). التماس الشباب الجامعي الإعلامي اليمني لمصادر المعلومات أثناء الأزمات . دراسة تطبيقية على حادثة تفجيرات مدرسة 7 يوليو للبنات. *المجلة العربية للإعلام والاتصال الجمعية السعودية للإعلام والاتصال*, 2009 .
- بدوي، هناء حافظ. (2003). *الاتصال بين النظرية والتطبيق*. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث .
- البرغوثي، بشير، البهبهاني، يعقوب (2004): *النظام الإعلامي الجديد*، ط2، دار رؤى للنشر والتوزيع، عمان.
- التهانوي، محمد. (1996). *كشاف اصطلاحات العلوم والفنون*. ط.1. بيروت: مكتبة لبنان ناشرون .

- ثانيا: الدراسات والأبحاث العلمية المحكمة :
- الحسين، خالد. (2014). اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على المواقع الالكترونية في التماس المعلومات نحو القضايا السياسية. رسالة ماجستير. غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية الإعلام .
- الحيدري، عبدالله الزين. (2009). الإعلام الجديد- النظام والفوضى، المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة. لعالم جديد، جامعة البحرين، البحرين، 7-9 أبريل .
- الحيزان، محمد. (2010). *البحوث الإعلامية (أسسها، أساليبها، مجالاتها)*. (ط 1). الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- دراز، محمد عبد الله. (2012). الدين بحوث ممهدة لدراسة الأديان. القاهرة: مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة .
- الرقب، صالح. (2005). الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، بحث مقدم لمؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، 16-17 أبريل 2005، ص 6 .
- الزمل، ناصر. (2014). رقميون غيروا حياتنا. السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية(ط. 1).
- السحيم، محمد. (2000). الإسلام أصوله ومبادئه. المملكة العربية السعودية: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد .
- سميسم، حميد. (2005). *نظريات الاتصال*، مصر: مكتبة نانسي.
- الشبيري، محمد صالح. (2011). اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للازمات "حرب الحوثيين أنموذجاً". رسالة ماجستير. غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط .
- صادق، عباس. (2008). التلفزيون الجديد.. من إعلام المكان إلى الإعلام المتحرك. (مجلة الإذاعات العربية، ع2) .
- صلاح، مروى عصام. (2015). *الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل*، عمان: دار الإحصار للنشر والتوزيع .
- الطرابيشي، مرفت و السيد، عبد العزيز. (2006). *نظريات الاتصال*. (ط 1). القاهرة: دار النهضة العربية.
- عبد الحميد، محمد. (2007). الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت. القاهرة: عالم الكتب.

- عبد الحميد، محمد. (2004). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. (ط 2). القاهرة: عالم الكتب.
- العبد الله، مي. (2006). *نظريات الاتصال*. بيروت: دار النهضة العربية .
- عبد الله، نوره. (2015). *أثر شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك القضايا والأحداث الجارية*. دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي
- عطية، مها. (2017). مصادر المعلومات الدينية لدى الشباب العربي واتجاهاتهم نحو العمليات الإرهابية. دراسة منشورة في مجلة Arab Media & Society (Issue 24, Summer/Autumn 2017)
- الغانم، علي. (2005). سلوكيات التماس المعلومات المتصلة بقواعد المعلومات الالكترونية لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. مجلة الملك فهد الوطنية .
- القرضاوي، يوسف. (1993). الدين في عصر العلم. ط.2.
- القرضاوي، يوسف. (2008). مدخل لمعرفة الإسلام "مقوماته- خصائصه- أهدافه- مصادره". ط4. القاهرة: مكتبة وهيبة للطباعة والنشر .
- قطب، سيد. (1982). العدالة الاجتماعية في الإسلام. القاهرة: دار الشروق .
- قطب، سيد. (2002). التصوير الفني للقران. بيروت: دار الشروق .
- كاتب، سعود صالح (2011): الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة .
- كنعان، علي. (2015). *الإعلام الالكتروني*، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع .
- المجيب، ناصر. (2014). *تأثير قنوات اليوتيوب السعودية في القضايا الرئيسية على المشاهد في السعودية*. رسالة ماجستير، جامعة الكويت، قسم الإعلام .
- المحروق، نهلة. (2016). *دور اليوتيوب في إمداد المراهقين بالمعرفة حول القضايا العربية*. رسالة ماجستير، جامعة عين شمس .
- مخلوف، ألاء. (2014). *استخدامات طلبة الجامعات الأردنية ل(اليوتيوب) والاشباكات المتحققة منها*. دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة اليرموك .
- المزاهرة، منال هلال. (2012). *نظريات الاتصال*، عمان: دار المسيرة .

- المغييض، أماني. (2014). التماس الشباب الجامعي الأردني للمعلومات السياسية حول الأزمة السورية من التلفزيون الأردني. رسالة ماجستير. غيرمنشورة، جامعة اليرموك، كلية الإعلام
- النجار، حسن. (2009). تكنولوجيا الاتصال ... المفهوم والتطور، (المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة. لعالم جديد، جامعة البحرين، البحرين، 7-9 أبريل .
- النورسي، سعيد. (2008). بديع الزمان. ط1 القاهرة: دار سوزلر.
- الوفاي، محمد. (1989). *مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية*. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية .

ثالثا: المصادر الأجنبية

- Austin, S. T. (2013). International and domestic student health information seeking and satisfaction (Master's thesis, University of Kentucky, U.K.).
- Bell, L., & Bull, G. (2010). Digital video and teaching. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education* ,10(1), 1-6.
- Cayari, C. (2011). The YouTube Effect: How YouTube has provided new ways to consume, create, and share music. **International Journal of Education & the Arts*,12(6).
- Cheng, C. C. (2007). Understanding the characteristics of internet short video sharing: YouTube as a case study.
- Gary, & Paul. (2008). YouTube users watching and sharing the news: A uses and gratifications approach.
- Heldman, C. (2006). YouTube nation .Occidental College. Retrieved from: <http://www.apsanet.org/~Iss/newsletter/jan07/heldman.pdf> (Accessed October 27, 2013).
- K. Lai, & D. Wang. (2009). A measurement study of external links of YouTube.

Karch, M. (2007). YouTube definition .Retrieved from: http://google.about.com/od/k/g/youtubedef.htm (Accessed June 7, 2012).

Loges, W. E. (1994). Perceptions of threat and media system dependency relations. *Communication Research*, 21(1), 49–62.

Ruan, L. J. (2011). Information-seeking and sharing behaviors among fire service field staff instructors: A qualitative study (Doctoral dissertation, University of Illinois at Urbana-Champaign, U.S.A.).

Zimmer, J. C. (2011). Information seeking behavior: The effects of relationalism on the selection of information sources (Ph.D. in Management, U.S.A.).

رابعاً: المواقع الإلكترونية

الجبوري, حسنين. (2011). الدين وأثره على حياة الفرد والمجتمع. استرجع بتاريخ 2018\2\12 من http://www.uobabylon.edu.iq/uobcoleges/service_showrest.aspx?fid=19&pubid=2004

- الشايح, خالد. (2011). <https://www.alarabiya.net>

- الشوابكة, مراد. (2015). أهمية الدين في حياة الإنسان. استرجع بتاريخ 1/15 من <http://mawdoo3.com>

- موقع تيك فويس, 2017, <http://www.t-voice.net/blog>

- هاجر. (2017). أهمية الدين في حياة الإنسان. استرجع بتاريخ 2018/2/12 من <https://www.almrsal.com/post/480401>

- <http://almoslim.net/node/232015>

- <https://islamqa.info/ar/14055>

- <http://qqqq.forumegypt.net/t3907-topic>

- <http://www.alghad.com>