

"الخطاب الديني لوسائل الاتصال والإشباع المتحققة لدى الشباب الجامعي"

الدكتور: محمد أحمد فياض أستاذ الإعلام المشارك

عميد كلية الإعلام/ كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبوظبي

E: mail: mohammed.fyadh@ect.ac.ae

المخلص

يهدف هذا البحث إلى رصد الدوافع والإشباع المتحققة لدى الشباب الجامعي في مملكة البحرين نتيجة تعرضهم للخطاب الديني عبر الوسائل الاتصالية المتعددة، باعتبار أن الشباب المتعلم هم الطاقة البشرية المؤثرة في المجتمعات ولها القدرة على التأثير والتغيير، وبها ومن خلالها تُبنى الأمم وتستقيم المجتمعات. وتتلخص مشكلة البحث في مدى التخطب والعشوائية التي يعاني منها الخطاب الديني عبر وسائل الاتصال المتنوعة والمتعددة في العصر الحديث، وتتبع أهمية البحث من كون الشباب الجامعي هو أكثر أنواع وأخطر الجمهور الذي يتوجه إليه الخطاب الديني اليوم عبر وسائله الاتصالية المتعددة، لما له من قوة وتأثير على قوى الجماهير الفاعلة وتحريكها في المجتمعات كافة، أما مجتمع البحث فهو طلبة الجامعات البحرينية، حيث تم أخذ عينة ممثلة من الطلبة المنتظمين بالدراسة في مرحلة البكالوريوس، ومن تخصصات علمية متعددة خلال الفصل الربيعي من العام الدراسي 2016/2015، وفق أسلوب العينة العشوائية الطبقية وفي إطار العينات الاحتمالية، حيث بلغت العينة (260) مفردة، من الذين يتعرضون بالفعل لوسائل الاتصال بأشكالها المتعددة.

حيث تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات والبيانات من عينة الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات من أهمها: أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبح لها دور مهم في تداول الخطاب الديني وخاصة عبر موقع (الوتساب)، لسهولة التعامل معه، وسهولة تحميله على أجهزة الجوال الحديثة كافة التي يفضلها الشباب بشكل عام، وطلبة الجامعات بشكل خاص، كما أن (القنوات الفضائية) تمتلك شعبية ورسيداً لدى الشباب الجامعي، بالنظر إلى وفرة القنوات والبرامج الدينية وتقديمها إلى شخصيات دعوية ذات قيمة اعتبارية في المجتمعات الإسلامية، وتوضح أيضاً أن من بين أهم الإشباعات التي يطمح الشباب الجامعي لتحقيقها عبر التعرض للخطاب الديني (متابعة الأحداث في العالم الإسلامي)، ولعل الأمر مقترناً بالتوترات التي تعيشها كثير من البلدان الإسلامية، وما ينتج عنها من أخبار ومعلومات وصور تجعل الشباب الجامعي متحمساً لمعرفة ما يدور في هذه الدول أكثر من غيرها من بلدان العالم الأخرى.

مفاتيح الكلمات: الخطاب الديني - وسائل الاتصال - الإشباع المتحققة

المقدمة:

كان الاتصال وما يزال يشكل عنصرًا مهمًا في حياة المجتمعات الإنسانية، وزادت أهميته من تطور الشبكة العنكبوتية "الإنترنت" وما أفرزته من ظهور وسائل وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وأدواتها المتنوعة نتيجة للتطور السريع في مجال نقل المعلومات، بحيث لعبت هذه الوسائل دورًا متقدمًا في اختزال وحرق المراحل المتعلقة بثورة التكنولوجيا والمعلومات.

ولم يكن الخطاب الديني بعيداً عن هذه المتغيرات الهائلة، حيث أضحى يشكل هاجساً حقيقياً يُنظر إليه من زوايا متعددة، لما لهذا الخطاب من تأثير وجداني على النفس البشرية وتحريك للنوازع العاطفية من جهة، ومحاولة البعض استثماره في فرض أجندة لخدمة مصالح محددة لطرف ما على حساب طرف آخر من جهة ثانية، وأضحى الجمهور المستقبل لهذا الخطاب في حيرة من أمره، تتقاذفه أمواج العقل والعاطفة كل ساعة في شأن، وهو يحاول إشباع حاجاته الدينية وتهذيب نفسه البشرية والوصول إلى إجابات لأسئلة باتت تجول في رأسه بلا جواب شافٍ.

ومن أجل ذلك؛ جاء هذا البحث ليسلط الضوء على الخطاب الديني، وتحديدًا الخطاب الإسلامي ومضامينه، عبر وسائل الاتصال الجماهيرية أو الإعلام الإلكتروني أو وسائل التواصل الاجتماعي التي أضحت تُشكّل بوسائلها المتطورة منفذاً متجدداً لطرح الأفكار ومناقشتها أمام الرأي العام، واستخلاص العبر والمقارنة بين لغة الخطاب أو نصوصه وأحكامه، بحيث أضحى الجمهور المستقبل أمام كم هائل من الأفكار والاتجاهات والمدارس الدينية، التي ترمي إلى كسب أكبر عدد ممكن من المؤيدين لهذا الفكر أو ذاك، بحجة أنهم الأصلح للزمان من غيرهم.

مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث في مدى التخبط والعشوائية التي يعاني منها الخطاب الديني عبر وسائل الاتصال المتنوعة والمتعددة في العصر الحديث، فلو نظرنا إلى الخطاب الديني عبر الوسائل الجماهيرية المتمثلة

في الصحف والمجلات والمحطات الإذاعية والتلفزيونية لوجدنا حالة الصدام بينها ممثلة في اختلاف الأهداف وتعدد المشارب والاتجاهات، وكذلك الوسائل الإلكترونية المتعلقة بشبكات الإنترنت مثل: المواقع الإخبارية، الصحف الإلكترونية، المدونات، المنتديات، والأمر لا يختلف كثيراً إذا ما نظرنا إلى وسائل التواصل الاجتماعي متمثلة في تويتر وفيس بوك ويوتيوب وغيرها، وهذا الصدام يرجع إلى الاختلاف بين بعض القائمين على الخطاب الإسلامي من الدعاة والأئمة والعلماء والخطباء الذين يمثلون التيارات والمدارس الفكرية والدينية المتعددة التي قد تصل ببعض هؤلاء إلى درجة تحريم التعاطي مع الوسائل الاتصالية قاطبة، فضلاً عن الاختلاف بين الجمهور المتلقي نفسه.

وأمام تزايد القنوات الفضائية الإسلامية والبرامج الدينية والكم الهائل من المواقع الإلكترونية المهمة بالشأن الإسلامي أضحي الجمهور أمام فوضى تقديم الفتاوى والمعارف المتعددة وتصادم الرؤى والطروحات التي قد تصل إلى التطرف والتكفير بشكل جعل الجمهور المستقبل يعيش أزمة الزمان والمكان وهو يبحث بالفطرة عن طريق الهدى والتنشيت المعتدل بعيداً عن الغلو أو الإفراط والتفريط.

لذلك سنحاول في هذا البحث رصد الدوافع والإشباع المتحققة لدى الشباب الجامعي في مملكة البحرين نتيجة تعرضهم للخطاب الديني عبر الوسائل الاتصالية المتعددة، باعتبار أن الشباب المتعلم هم الطاقة البشرية المؤثرة في المجتمعات ولها القدرة على التأثير والتغيير، وبها ومن خلالها تُبنى الأمم وتستقيم المجتمعات.

وعليه فإن التساؤل الرئيس للبحث: كيف يتعرض الشباب الجامعي البحريني إلى مضامين الخطاب الديني المطروح عبر وسائل الاتصال؟ وما هي الإشباعات المتحققة من ذلك الخطاب؟
أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من كون الشباب الجامعي هو أكثر أنواع الجمهور وأخطرها، الذي يتوجه إليه الخطاب الديني اليوم عبر وسائله الاتصالية المتعددة، لما له من قوة وتأثير على قوى الجماهير الفاعلة وتحريكها في المجتمعات كافة، كذلك تتبع الأهمية من كون وسائل الاتصال والخطاب الديني يعدّان من أبرز أدوات بناء الرأي العام وتوجيهه وتشكيل المعتقدات والأفكار وصناعة القيم.

الدراسات السابقة:

1- دراسة بعنوان: "الخطاب الاتصالي الديني في شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر نموذجاً)"⁽¹⁾، هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الخطاب الإسلامي بوسائل التواصل الحديثة سواء من حيث محتوى الخطاب أم من حيث درجة تعاطيه مع تلك الوسائل، من خلال تحليل مضامين الخطاب الإسلامي لعينة من حسابات عدد من الدعاة والعلماء في وسيلة التواصل الاجتماعي (تويتر)، بهدف الكشف عن كيفية عرضها لهذا الخطاب والوقوف على اتجاهاته والعوامل المؤثرة فيه. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:
- يتنوع الخطاب الإسلامي المنار على الساحة الإسلامية اليوم وفقاً لأكثر من معيار.

- تضافرت عوامل كثيرة أدت إلى تجميد الخطاب الإسلامي مما دعا عددًا من علماء الدين والمفكرين الإسلاميين وقادة المؤسسات الدينية إلى الدعوة إلى تجديده.
- توفر وسائل التواصل الاجتماعي فرصة ذهبية للخطاب الإسلامي للوصول إلى مختلف الجماهير، وبتكلفة ضئيلة جدًا مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.

2- دراسة بعنوان: "اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل

الاجتماعي كمصدر للمعلومات"⁽²⁾، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية، وأسباب تفضيل الشباب لهذه الوسائل على حساب وسائل الإعلام التقليدية، وصولاً إلى تحديد التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية، وتمثلت العينة العشوائية البسيطة التي اعتمد عليها الباحث من (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عديد النتائج منها:

- (25.5%) من عينة الدراسة تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للمعلومات السياسية، فيما جاء موقع تويتر في المرتبة الأولى من حيث أهميته كمصدر للمعلومات السياسية المحلية وبنسبة (55.25%).
- (58.25%) من عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، فيما أشار (43.5%) أنهم يتعرضون لهذه المواقع بمعدل 4 ساعات يوميًا.

3- دراسة بعنوان: "تحليل استخدامات وسائل الاتصال والإعلام الجديد

في العلاقات العامة"⁽³⁾، هدفت الدراسة إلى التعرف على وسائل الاتصال العامة وأوجه أخرى من تكنولوجيا الإعلام الجديد وأثرها على تطبيقات وممارسات العلاقات العامة، وأجريت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة، وتوصلت إلى عديد النتائج منها:

- إن (85%) من ممارسي العلاقات العامة يعتقدون اعتقادًا قويًا أن وسائل الاتصال والتكنولوجيا الجديدة قد غيرت من طريقة التواصل بين المنظمات.

- إن هذه التغيرات تظهر واضحة على الاتصال الخارجي أكثر من الاتصال الداخلي، وأن وسائل الإعلام التقليدية لها رصيد وتأثير أكبر من وسائل التواصل الحديثة من حيث المصدقية والدقة والالتزام بالحقبة واتباع الجوانب الأخلاقية.

4- دراسة بعنوان: "الخطاب الديني ووسائل الإعلام - دراسة نقدية"⁽⁴⁾،

هدفت الدراسة إلى الوقوف على إشكالية الخطاب الديني المعاصر الذي يعاني نقصًا كبيرًا على مستوى الشكل والمضمون المعالج، وأشار الباحث إلى الخلل الموجود في مستوى بنية الخطاب ليتداه إلى الإشكال الذي يندرج تحته القائمون على الخطاب ذاته. وتوصل الباحث إلى عدّة نتائج منها: أن احتياجات الخطاب تتوقف على كل عناصر العملية الاتصالية ومنها رجل الإعلام الديني، حيث يجب أن يكون الشخص الذي يتولى الخطاب الديني متخصصًا في الخطاب الديني، كما توصلت الدراسة إلى أن الأزمة القائمة بين الخطاب الديني وبين وسائل الإعلام تكمن في المنطلق سواء الوسيلة

أو مضمون الرسالة أو المرجعية المتناقضة مع حقيقة الخطاب الديني الإعلامي.

أهداف البحث وتساؤلاته:

تتمثل أهداف البحث في محاولة الإجابة على التساؤلات الآتية:

1- ما أبرز وسائل الاتصال التي يفضلها الشباب الجامعي في متابعة الخطاب الديني؟

2- ما أهم القضايا والمضامين المتعلقة بالخطاب الديني التي يفضلها الشباب الجامعي عبر وسائل الاتصال؟

3- ما مدى الثقة التي يوليها الشباب الجامعي لوسائل الاتصال في تناولها للخطاب الديني؟

4- ما دوافع تعرض الشباب الجامعي للخطاب الديني عبر وسائل الاتصال؟

5- ما أهم الإشباعات المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة التعرض للخطاب الديني؟

نوع البحث ومناهجه:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية، إذ يصف ظاهرة مدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط، دون أن يصل إلى دراسة العلاقة أو استنتاج الأسباب، حيث يتم وصف الظاهرة وجمع البيانات عنها وتصنيفها وتسجيلها وتحليلها، واستخلاص النتائج والدلالات التي يمكن أن تُبنى عليها فروض نقدية،⁽⁵⁾ كما تم استخدام المنهج المسحي، ويقصد به المحاولة المنظمة لتقرير الوضع الراهن وتحليله وتفسيره للإجابة على أهداف وتساؤلات البحث، حيث يتطلب هذا النوع من الدراسات جمع البيانات حول

ظاهرة البحث، وفقاً للملاحظة والمشاهدة وإجراء استبانة ميدانية على عينة محددة ومناسبة، فضلاً عن المنهج الإحصائي، من خلال جمع البيانات الواردة في الاستبانة محل الدراسة وتبويبها وتحليلها إحصائياً.

مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث في كونه "المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة البحث، وهو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج الأولية عليه"⁽⁶⁾، ومجتمع بحثنا هو طلبة الجامعات البحرينية، أما العينة فهي ذلك الجزء من المجتمع التي يتم اختيارها بطريقة علمية تمثل الخصائص المهمة للمجتمع المدروس⁽⁷⁾، إذ لا تكون العينة ذات قيمة إلا إذا كانت ممثلة لجميع خصائص المجتمع الذي سحبت منه، ومن ثم لا بد من اختيار تلك العينة بأسلوب دقيق حتى تكون النتائج التي يتوصل إليها الباحث معبرة عن حال المجتمع الأصلي الذي يعد حقلاً أو ميداناً للعينة.⁽⁸⁾

وبما أن البحرين تضم جامعة حكومية واحدة هي "جامعة البحرين" فضلاً عن سبع جامعات خاصة هي: الجامعة الخليجية، الجامعة الأهلية، جامعة العلوم التطبيقية، جامعة المملكة، جامعة (AMA)، الجامعة الملكية للبيانات، والجامعة العربية المفتوحة؛ فقد وقع اختيارنا على ثلاث جامعات هي: جامعة البحرين باعتبارها الجامعة الحكومية الوحيدة في المملكة، واثنين من الجامعات الخاصة هما: الجامعة الخليجية وجامعة العلوم التطبيقية؛ نظراً لتوافر الدراسات الإنسانية والتطبيقية في تلك الجامعات، وتم سحب عينة ممثلة من الطلبة المنتظمين بالدراسة في مرحلة البكالوريوس، ومن تخصصات علمية متعددة خلال الفصل الربيعي من العام الدراسي

2016/2015م، وفق أسلوب العينة العشوائية الطبقية وفي إطار العينات الاحتمالية، حيث بلغت العينة (260 مفردة)، من الذين يتعرضون بالفعل لوسائل الاتصال بأشكالها المتعددة. والجدول (1) يوضح الخصائص الديموغرافية لمجتمع البحث.

جدول رقم (1) الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة

المتغير	مستويات التغير	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	112	43.1
	أنثى	148	56.9
الجامعة	جامعة البحرين	135	51.9
	جامعة العلوم التطبيقية	87	33.5
	الجامعة الخليجية	38	14.6
التخصص	الأداب	62	23.9
	العلوم الإدارية والمالية	97	37.3
	تقنية المعلومات	32	12.3
	الهندسة	44	16.9
	الحقوق	25	9.6
السنة الدراسية	الأولى	68	26.2
	الثانية	62	23.8
	الثالثة	57	21.9
	الرابعة	61	23.5
	الخامسة	12	4.6

إجمالي مفردات العينة (260) مفردة والنسبة المئوية لكل متغير (100%)

أداة البحث:

تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات والبيانات من عينة الدراسة حيث تحتوي على جزأين: الأول- يبحث في خصائص أفراد العينة كالنوع الاجتماعي والجامعة والتخصص العلمي والمستوى الدراسي، والثاني- يدور حول تعرض الشباب الجامعي في مملكة البحرين للخطاب الديني عبر وسائل الاتصال الجماهيرية والإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، من خلال عبارات أو فقرات ذات أبعاد محددة غايتها الوقوف على دوافع التعرض لهذه الوسائل من قبل فئة الطلبة والإشباع المتحققة. حيث صيغت تلك العبارات على (مقياس ليكرت المتدرج) الثلاثي والرباعي. ولقياس صدق الاستبانة فقد تم استخدام الصدق الظاهري من خلال عرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين⁽⁹⁾ في الإعلام والاتصال من العاملين في بعض الجامعات العربية الذين أدخلوا بعض التعديلات التي التزم بها الباحث لتصبح الاستبانة صالحة للتطبيق النهائي. أما ثبات الاستبانة الهادف إلى تحديد درجة ثبات إجابات المبحوثين على الأسئلة، فقد تم عن طريق إعادة الاختبار (Retest)، بتطبيق الاستبانة على عينة تمثل (10%) من العينة الكلية وبمقدار (26) مفردة، وبعد (17) يوماً تم إعادة الاختبار على ذات العينة، وبحساب معدلات الثبات في الاختبارين وفق معادلة هولستي، فقد بلغ متوسط ثبات الإجابات (0.86) وهي نسبة عالية ومقبولة علمياً.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات البحث:

1- **الخطاب الديني:** يعرّف سيف الدين الأمدي الخطاب بقوله: "إنه اللفظ المتواضع عليه، المقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه"⁽¹⁰⁾. أما الإمام الجويني فيرى أن الخطاب، والتكلم، والنطق واحد في حقيقة اللغة، ويرى أن الكتابة والعبارة يسميان كلامًا مجازًا، ويؤكد على قيمة النص، فيثبت أن معنى النص هو المعنى المفهوم بنفسه، يقوم مقام النص، ويقدم على الألفاظ والظواهر، والإمام الجويني يثبت بذلك موقفًا منهجيًا له قيمته بالنسبة لتناول النصوص وتحليلها وهو عدم إعطاء مكانة للعبارات دون المعنى.⁽¹¹⁾

والتعريف الإجرائي للخطاب الديني - ونقصد به هنا **(الخطاب الإسلامي)-** هو: التناول الاتصالي للفكر الإسلامي، من خلال التلاقي بين علماء الدين والمفكرين الإسلاميين والجمهور المستقبل عبر الخطب والدروس الدينية والفتاوي والمحاضرات والتغريدات والبرامج الإسلامية، سواء عبر وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية كالصحافة، الإذاعة، التلفزيون، مواقع شبكات الإنترنت، أم عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، تويتر، يوتيوب، وغيرها.

2- **وسائل الاتصال:** يُعرّف الاتصال (communication) بأنه: عملية ديناميكية يقوم بها شخص ما أو مجموعة أشخاص، عن طريق نقل رسالة تحمل المعلومات والأفكار أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين لتحقيق هدف ما عن طريق الرموز لتحقيق استجابة ما في ظل ظروف ما، بغض النظر عما يعترضها من تشويش.⁽¹²⁾

والتعريف الإجرائي لوسائل الاتصال: هي قنوات أو أدوات أو منظومات متكاملة تساعد الجمهور في الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالخطاب والقضايا الدينية بهدف تقريب وجهات النظر أو توسيع المدركات وزيادة الفهم أو بيان الغموض، من خلال حمل الرموز التي تحتويها الرسالة، وتقسّم الوسائل إلى: وسائل جماهيرية وإلكترونية وأخرى يُطلق عليها وسائل التواصل الاجتماعي.

3- الشباب الجامعي: ويُقصد بهم طلبة الدراسة الجامعية لبرنامج البكالوريوس الدارسين في الجامعات البحرينية للفصل الربيعي من العام الدراسي 2015/2016م الذين يتعرضون للخطاب الديني عبر وسائل الاتصال المتنوعة.

الإطار النظري للبحث: مدخل الاستخدامات والإشباعات:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والإشباعات، حيث يُعد هذا المدخل تطبيقاً لمفهوم الوظيفة الفردية (Functionalism) (Individualistic) الذي يتعامل مع وسائل الاتصال من وجهة نظر الفرد على أساس أنه لا توجد وظائف لهذه الوسائل يمكن أن تقدمها للمجتمع، إلا من خلال الوظائف المقدمة للفرد.⁽¹³⁾ ويفترض مدخل الاستخدامات والإشباعات في الدراسات الإعلامية الذي تطوّر بشكل يناسب تكنولوجيا الاتصال الحديثة⁽¹⁴⁾ أن حاجات الأفراد يمكن إشباعها عن طريق وسائل الاتصال ومصادر أخرى غير اتصالية، حيث يتوقع الأفراد أن تحقق لهم المصادر الإعلامية وغير الإعلامية السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور

النشط الذي يستطيع أن يختار الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته ولديه القدرة على استخدامها. وفي ضوء هذا الافتراض يقوم مدخل الإشباع على مجموعة فرضيات - حددها كاتز (Katz) وبلوميلر (Blomiler) وجورفتش (Gorfitsh) - تشمل اتّصاف الجمهور بالإيجابية في التعامل مع وسائل الإعلام، واستخدام الجمهور لوسائل الاتصال ليشبع لديهم الاحتياجات التي يرغبون في إشباعها، وتتنافس وسائل الاتصال مع غيرها من المصادر في محاولة إشباع هذه الاحتياجات⁽¹⁵⁾ من خلال عدد من الأبعاد التي ينظم عبرها هذا المفهوم، تتمثل في الانتقائية، تحقيق المنفعة، العمدية في الاستخدام، البحث عن المعلومات والاستمتاع والتسلية.⁽¹⁶⁾ وعليه فإن النظرية يمكن أن تحقق هدفين رئيسيين هما:⁽¹⁷⁾

1- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

2- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

دوافع التعرض لوسائل الاتصال: حدد Rubin دوافع التعرض في فئتين أساسيتين هما⁽¹⁸⁾:

- 1- دوافع نفعية (Instrumental motives): وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعلومات والخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه عام.
- 2- دوافع طقوسية (Ritualized Motives): وتستهدف تضييق الوقت والاسترخاء والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات.

الإشباعات المترتبة على استخدام وسائل الاتصال:

يعد عنصر الإشباعات من العناصر المهمة لبحوث الاستخدامات؛ لأن هذا العنصر يعد النتيجة التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من تعرضه لوسائل الإعلام، ويمكن تقسيمها إلى⁽¹⁹⁾:

- 1- إشباعات المضمون : وهي الناتجة عن التعرض لمضمون وسائل الإعلام، وتنقسم إلى إشباعات توجيهية مثل زيادة المعلومات والمعرفة، وإشباعات شبه اجتماعية مثل القدرة على التحدث مع الآخرين.
- 3- إشباعات الوسيلة : وهي الناتجة عن استخدام وسائل الاتصال، وتنقسم إلى: إشباعات شبه توجيهية مثل: الاسترخاء، الشعور بالمتعة، وإشباعات شبه اجتماعية مثل: التخلص من الوحدة والشعور بالملل.

نتائج الدراسة الميدانية:

- 1- أبرز وسائل الاتصال التي يفضلها الشباب الجامعي في متابعة الخطاب الديني:

م	الوسيلة	درجة الاستخدام							
		دائماً %	أحياناً %	%	نادراً %	%	لا %	المرجح	الوزن
1	القنوات الفضائية	43.1%	84	32.3%	55	21.1%	9	3.13	78.4
2	الإذاعات المسموعة	18.5%	106	40.8%	76	29.2%	30	2.64	66.1
3	الصحف المطبوعة	16.2%	69	26.5%	123	47.3%	26	2.47	61.8
4	الفيس بوك	9.2%	45	17.3%	93	35.8%	98	1.97	49.4
5	التويتر	12.7%	82	31.5%	101	38.9%	44	2.38	59.7
6	اليوتيوب	16.2%	184	70.7%	25	9.6%	9	2.98	74.6
7	المنتديات	5.4%	36	13.8%	54	20.8%	156	1.63	40.8

64.5	2.57	%15	39	%35.4	92	%25.4	66	%24.2	63	الصحف الإلكترونية	8
50.1	2.00	%34.3	89	%36.9	96	%21.1	55	%7.7	20	المدونات	9
73.3	2.93	%7.3	19	%20.4	53	%42.3	110	%30	78	المواقع الإخبارية	10
81.2	3.24	%4.6	12	%13.1	34	%33.8	88	%48.5	126	الوتساب	11

جدول رقم (2) يوضح أبرز وسائل الاتصال المفضلة لدى الشباب الجامعي

في متابعة الخطاب الديني:

يتضح من الجدول أعلاه أن أبرز الوسائل الاتصالية التي يفضلها الشباب الجامعي في متابعة الخطاب الديني هي وسيلة التواصل الاجتماعي (الوتساب)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى وبوزن مؤني قدره (81.2)، في حين جاءت (الفتوات الفضائية) بالمرتبة الثانية بوزن مؤني قدره (78.4)، وحاز موقع (اليوتيوب) على الترتيب الثالث بوزن مؤني (74.6)، ونالت (المواقع الإخبارية) المرتبة الرابعة بوزن مؤني (73.3)، وجاءت (الإذاعات المسموعة) بالمرتبة الخامسة، بوزن مؤني قدره (66.1)، أما (الصحف الإلكترونية) فقد نالت الترتيب السادس، وبوزن مؤني (64.5)، بينما جاءت (الصحف المطبوعة) بالترتيب السابع، وبوزن مؤني (61.8)، في حين تحصل موقع (تويتر) على الترتيب الثامن بوزن مؤني قدره (59.7)، ونالت (المدونات) الترتيب التاسع بوزن مؤني قدره (50.1)، وجاء موقع (الفييس بوك) بالمرتبة العاشرة بوزن مؤني (49.4)، وأخيراً تحصلت (المنتديات) على الترتيب الحادي عشر والأخير وبوزن مؤني قدره (40.8) من بين أبرز وسائل الاتصال المفضلة في متابعة الخطاب الديني.

أهم القضايا والمضامين المتعلقة بالخطاب الديني التي يفضلها الشباب الجامعي عبر وسائل الاتصال.

جدول رقم (3) يوضح أهم القضايا والمضامين المتعلقة بالخطاب الديني

ت	القضايا والمضامين	نعم		لا	
		ك	%	ك	%
1	القضايا المتعلقة بالعقيدة	95	36.5%	165	63.5%
2	القضايا المتعلقة بالتلاوة والتفسير	77	29.6%	183	70.4%
3	القضايا المتعلقة بشؤون الأمة الإسلامية	202	77.7%	58	22.3%
4	القضايا المتعلقة بالفقه	166	63.8%	94	36.2%
5	القضايا المتعلقة بالسيرة النبوية	155	59.6%	105	40.4%
6	القضايا المتعلقة بالدعوة والإرشاد	78	30%	182	70%
7	القضايا المتعلقة بالتاريخ الإسلامي	145	55.8%	115	44.2%
8	القضايا التربوية للشباب المسلم	132	50.8%	128	49.2%
9	القضايا الطائفية ومسائل التكفير	126	48.5%	134	51.5%

المفضلة لدى الشباب الجامعي

يوضح الجدول المتعلق بأهم القضايا والمضامين المتعلقة بالخطاب الديني التي يفضلها الشباب الجامعي عبر وسائل الاتصال، أن أكثر

القضايا المفضلة لديهم هي (القضايا المتعلقة بشؤون الأمة الإسلامية)، ونالت الترتيب الأول، بنسبة مئوية قدرها (77.7%) من آراء المبحوثين، في حين نالت (القضايا المتعلقة بالفقه) الترتيب الثاني بنسبة مئوية قدرها (63.8%)، وجاءت (القضايا المتعلقة بالسيرة النبوية) بالمرتبة الثالثة، وبنسبة مئوية قدرها (59.6%)، أما (القضايا المتعلقة بالتاريخ الإسلامي) فقد تحصلت على الترتيب الرابع، وبنسبة (55.8%)، وجاءت (القضايا التربوية للشباب المسلم) بالمرتبة الخامسة، وبنسبة (50.8%)، وفي المرتبة السادسة حلت (القضايا الطائفية ومسائل التكفير)، وبنسبة مئوية قدرها (48.5%)، ونالت (القضايا المتعلقة بالعقيدة) المرتبة السابعة وبنسبة قدرها (36.5%)، في حين جاءت (القضايا المتعلقة بالدعوة والإرشاد) بالمرتبة الثامنة بنسبة مئوية مقدارها (30%)، وأخيراً أخذت (القضايا المتعلقة بالتلاوة والتفسير) المرتبة التاسعة والأخيرة وبنسبة قدرها (29.6%) من آراء المبحوثين فيما يتعلق بأهم القضايا والمضامين المتعلقة بالخطاب الديني والتي يفضلها جمهور الشباب الجامعي عبر وسائل الاتصال بمختلف أشكالها.

2- مدى الثقة التي يوليها الشباب الجامعي لوسائل الاتصال في تناولها الخطاب الديني:

جدول رقم (4) يوضح مدى الثقة التي يوليها الشباب الجامعي لوسائل الاتصال التي تتناول الخطاب الديني:

ت	الوسيلة	مستويات الثقة							
		أثق %	أثق إلى ما %	لا أثق %	المرجح %	الوزن المئوي			
1	القنوات الفضائية	96	36.9%	142	54.6%	22	8.5%	2.28	76.1
2	الإذاعات المسموعة	13	5%	204	78.5%	43	16.5%	1.87	62.5
3	الصحف المطبوعة	32	12.3%	188	72.3%	40	15.4%	1.95	65.1
4	الفيس بوك	39	15%	123	47.3%	98	37.7%	1.76	58.9
5	التويتر	11	4.2%	208	80%	41	15.8%	1.87	62.6
6	اليوتيوب	93	35.8%	135	51.9%	32	12.3%	2.22	74.2
7	المنتديات	44	16.9%	101	38.9%	115	44.2%	1.71	57.1
8	الصحف الإلكترونية	46	17.7%	158	60.8%	56	21.5%	1.95	65.2
9	المدونات	45	17.3%	162	62.3%	53	20.4%	1.95	65.2
10	المواقع الإخبارية	76	29.2%	145	55.8%	39	15%	2.13	71.0
11	الوتساب	74	28.5%	114	43.8%	72	27.7%	1.99	66.6

يوضح الجدول أعلاه، أن أكثر الوسائل الاتصالية التي يثق بها الشباب الجامعي في مملكة البحرين في تناولها للخطاب والموضوعات الدينية، هي (القنوات الفضائية)، حيث جاءت بالترتيب الأول وبوزن مئوي قدره (76.1)، ونال موقع (اليوتيوب) المرتبة الثانية بوزن مئوي قدره (74.2)، في حين نالت (المواقع الإخبارية) الترتيب الثالث وبوزن مئوي قدره (71.0)، وجاء موقع (الوتساب) بالترتيب الرابع بوزن مئوي قدره (66.6)، ونالت (الصحف

الإلكترونية) و(المدونات) الترتيب الخامس مناصفة بوزن مؤوي قدره (65.2)، بينما جاءت (الصحف المطبوعة) بالمرتبة السادسة بوزن مؤوي قدره (65.1)، أما موقع (تويتر) فقد نال المرتبة السابعة بوزن مؤوي (62.6)، وتحصلت (الإذاعات المسموعة) على المرتبة الثامنة بوزن مؤوي قدره (62.5)، أما الترتيب التاسع فكان من نصيب موقع (الفييس بوك) وبوزن مؤوي (58.9)، وجاءت (المنتديات) بالترتيب العاشر والأخير وبوزن مؤوي قدره (57.1) من بين آراء المبحوثين.

3- دوافع تعرض الشباب الجامعي للخطاب الديني عبر وسائل الاتصال:

جدول رقم (5) يوضح دوافع تعرض الشباب الجامعي للخطاب الديني

عبر وسائل الاتصال المختلفة:

الوزن المؤوي	الوسط المرجح	%	لا أوافق	%	أوافق إلى حد ما	%	أوافق	دوافع التعرض
80.1	2.40	17.3%	45	23.8%	62	58.9%	153	للاطلاع على معلومات دينية جديدة
75.2	2.25	19.6%	51	33.5%	87	46.9%	122	للتعرف على فتاوى شرعية أجهلها سابقاً
71.8	2.15	23.5%	61	36.9%	96	39.6%	103	للتعرف على قضايا العقيدة
67.8	2.03	26.5%	69	43.1%	112	30.4%	79	لغرض الابتعاد عن أمور الحياة الدنيوية
77.8	2.33	13.5%	35	38.8%	101	47.7%	124	لإجادة التعامل مع الآخرين من حولي
72.0	2.16	23.1%	60	36.9%	96	40%	104	للاستفادة من خبرات وتجارب الآخرين
77.6	2.32	22.7%	59	21.5%	56	55.8%	145	للتعرف على مستجدات العالم الإسلامي
78.1	2.34	21.2%	55	21.9%	57	56.9%	148	لأنني نشأت في بيئة دينية محافظة
89.3	2.67	6.9%	18	16.9%	44	76.2%	198	للرغبة في معرفة الكتاب والسنة النبوية
60.0	1.80	43.1%	112	32.7%	85	24.2%	63	للمساعدة على القضاء على وقت الفراغ
75.2	2.25	24.6%	64	24.6%	64	50.8%	132	للتعرف على طرق التربية الإسلامية
65.8	1.97	23.5%	61	55%	143	21.5%	56	لتعزيز الشعور بالقوة وعدم الوحدة
64.4	1.93	29.2%	76	48.1%	125	22.7%	59	لاعتزازي برجال دين محددین

يوضح الجدول أعلاه، أن أكثر دوافع تعرض الشباب الجامعي للخطاب الديني عبر وسائل الاتصال، هو (الرغبة في معرفة الكتاب والسنة النبوية)، حيث نالت الترتيب الأول بوزن مئوي قدره (89.3) من آراء المبحوثين، ونالت فقرة (الإطلاع على معلومات دينية جديدة) الترتيب الثاني بوزن مئوي (80.1)، بينما حازت فقرة (لأنني نشأت في بيئة دينية محافظة) الترتيب الثالث وبوزن مئوي (78.1)، ونالت عبارة (لإجادة التعامل مع الآخرين من حولي) الترتيب الرابع بوزن مئوي (77.8)، في حين حازت عبارة (للتعرف على مستجدات العالم الإسلامي) الترتيب الخامس وبوزن مئوي (77.6)، وحظيت عبارتا (للتعرف على فتاوى شرعية أجهلها سابقاً) و(للتعرف على طرق التربية الإسلامية) على الترتيب السادس مناصفة بوزن مئوي قدره (75.2)، وجاءت عبارة (للاستفادة من خبرات وتجارب الآخرين)، بالمرتبة السابعة بوزن مئوي (72.0)، بينما حلت عبارة (للتعرف على قضايا العقيدة) بالمرتبة الثامنة وبوزن مئوي (71.8)، ونالت عبارة (لغرض الابتعاد عن أمور الحياة الدنيوية) المرتبة التاسعة وبوزن مئوي قدره (67.8)، وتحصلت عبارة (لتعزيز الشعور بالقوة وعدم الوحدة) على المرتبة العاشرة بوزن مئوي (65.8)، في حين جاءت عبارة (لاعتزازي برجال دين محددين) بالمرتبة الحادية عشر وبوزن مئوي (64.4)، وأخيراً نالت عبارة (للمساعدة على القضاء على وقت الفراغ) الترتيب الأخير وبوزن مئوي قدره (60.0) من آراء المبحوثين.

4- الإشباع المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة التعرض للخطاب الديني عبر وسائل الاتصال:

جدول رقم (6) يوضح أهم الإشباع المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة التعرض للخطاب الديني:

الوزن المئوي	المرجح الوسط	%	لا أوافق	%	أوافق إلى حد ما	%	أوافق	الإشباع المتحققة
77.5	2.32	%16.5	43	%33.5	87	%50	130	الإمام بمختلف الموضوعات والقضايا الدينية
70.1	2.10	%25.4	66	%37.7	98	%36.9	96	زيادة الثقة بالنفس والحيوية
78.9	2.36	%14.6	38	%33.1	86	%52.3	136	القدرة على المناقشة الدينية مع الآخرين
78.2	2.34	%11.5	30	%41.5	108	%46.9	122	حُسن التصرف في الأمور التربوية
65.2	1.95	%25.8	67	%51.9	135	%22.3	58	تشكيل رأي عام حول قضايا دينية محددة
69.5	2.08	%30.8	80	%29.6	77	%39.6	103	جمع المعلومات الدينية وتخزينها
47.7	1.43	%60	156	%35.8	93	%4.2	11	التخلص من الإحساس بالوحدة
79.6	2.38	%11.9	31	%36.5	95	%51.5	134	الإمام بأمور العقيدة والفقہ والدعوة
74.0	2.22	%17.3	45	%43.1	112	%39.6	103	الشعور بقضاء أوقات هادفة تخص أمور ديني
76.6	2.29	%16.2	42	%37.3	97	%46.5	121	اكتساب مهارات وسلوكيات مفيدة في الحد
83.4	2.50	%2.7	7	%33.8	88	%63.5	165	متابعة الأحداث في العالم الإسلامي
69.5	2.09	%19.6	51	%51.2	133	%29.2	76	إشباع قضايا الانتماء الطائفي
74.6	2.23	%21.9	57	%30.8	80	%47.3	123	الاستفادة من خبرات وتجارب الآخرين
64.2	1.92	%29.6	77	%47.7	124	%22.7	59	زيادة منظومة العلاقات الدينية مع الآخر

يوضح الجدول أعلاه، أهم الإشباع المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة التعرض للخطاب الديني عبر وسائل الاتصال المختلفة، فقد جاءت عبارة (متابعة الأحداث في العالم الإسلامي) بالمرتبة الأولى وبوزن نسبي قدره

(83.4) من آراء المبحوثين، بينما نالت عبارة (الإمام بأمر العقيدة والفقهاء والدعوة) المرتبة الثانية وبوزن مؤوي (79.6)، وحظيت (القدرة على المناقشة الدينية مع الآخرين) على الترتيب الثالث وبوزن مؤوي (78.9)، بينما نالت فقرة (حُسن التصرف في الأمور التربوية) المرتبة الرابعة وبوزن مؤوي (78.2)، وحظي (الإمام بمختلف الموضوعات والقضايا الدينية) بالمرتبة الخامسة وبوزن مؤوي قدره (77.5)، وجاءت عبارة (اكتساب مهارات وسلوكيات مفيدة في الحياة) بالترتيب السادس وبوزن مؤوي (76.6)، ونالت عبارة (الاستفادة من خبرات وتجارب الآخرين) المرتبة السابعة وبوزن مؤوي (74.6) وجاء (الشعور بقضاء أوقات هادفة تخص أمور ديني) بالترتيب الثامن وبوزن مؤوي (74.0)، في حين حازت عبارة (زيادة الثقة بالنفس والحيوية) الترتيب التاسع وبوزن مؤوي (70.1)، ونالت عبارتا (إشباع قضايا الانتماء الطائفي) و(جمع المعلومات الدينية وتخزينها) المرتبة العاشرة مناصفة وبوزن مؤوي قدره (69.5)، أما عبارة (تشكيل رأي عام حول قضايا دينية محددة) فقد نالت المرتبة الحادية عشر وبوزن مؤوي قدره (65.2)، وفي المرتبة الثانية عشر جاءت عبارة (زيادة منظومة العلاقات الدينية مع الآخرين) وبوزن مؤوي قدره (64.2)، أما المرتبة الثالثة عشر والأخيرة للإشباع المتحققة من وجهة نظر المبحوثين فقد كانت لعبارة (التخلص من الإحساس بالوحدة) وبوزن مؤوي ضعيف قدره (47.7).

ملخص النتائج:

- 1- اتضح أن أبرز الوسائل الاتصالية التي يفضلها الشباب الجامعي في متابعة الخطاب الديني هي وسيلة التواصل الاجتماعي (الواتساب)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى وبوزن مؤي قدره (81.2)، في حين جاءت (القنوات الفضائية) بالمرتبة الثانية بوزن مؤي قدره (78.4)، وحاز موقع (اليوتيوب) على الترتيب الثالث بوزن مؤي قدره (74.6).
- 2- تبين أن أهم القضايا والمضامين المتعلقة بالخطاب الديني التي يفضلها الشباب الجامعي عبر وسائل الاتصال، هي (القضايا المتعلقة بشؤون الأمة الإسلامية)، ونالت الترتيب الأول، بنسبة مئوية قدرها (77.7%) من آراء المبحوثين، في حين نالت (القضايا المتعلقة بالفقه) الترتيب الثاني بنسبة مئوية قدرها (63.8%)، وجاءت (القضايا المتعلقة بالسيرة النبوية) بالمرتبة الثالثة، بنسبة مئوية قدرها (59.6%).
- 3- تبين أن أكثر الوسائل الاتصالية التي يثق بها الشباب الجامعي في مملكة البحرين في تناولها للخطاب والموضوعات الدينية، هي (القنوات الفضائية) حيث جاءت بالترتيب الأول وبوزن مؤي قدره (76.1)، ونال موقع (اليوتيوب)، المرتبة الثانية بوزن مؤي قدره (74.2)، في حين نالت (المواقع الإخبارية) الترتيب الثالث وبوزن مؤي قدره (71.0).
- 4- إن أكثر دوافع لتعرض الشباب الجامعي للخطاب الديني عبر وسائل الاتصال، هو (الرغبة في معرفة الكتاب والسنة النبوية)، حيث نالت الترتيب الأول بوزن مؤي قدره (89.3) من آراء المبحوثين، ونالت فقرة (الإطلاع على معلومات دينية جديدة) الترتيب الثاني بوزن مؤي

(80.1)، بينما حازت فقرة (لأنني نشأت في بيئة دينية محافظة) الترتيب الثالث وبوزن مؤوي (78.1).

5- توصل البحث إلى أن أهم الإشباعات المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة التعرض للخطاب الديني عبر وسائل الاتصال المختلفة، هي (متابعة الأحداث في العالم الإسلامي) وجاءت بالمرتبة الأولى وبوزن نسبي قدره (83.4) من آراء المبحوثين، بينما نالت عبارة (الإمام بأمر العقيدة والفقهاء والدعوة) المرتبة الثانية وبوزن مؤوي (79.6)، وحظيت (القدرة على المناقشة الدينية مع الآخرين) على الترتيب الثالث وبوزن مؤوي (78.9).

الاستنتاجات:

1- يتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبح لها دور مهم في تداول الخطاب الديني وخاصة عبر موقع (الوتساب)، لسهولة التعامل معه، وسهولة تحميله على أجهزة الجوال الحديثة كافة التي يفضلها الشباب بشكل عام، وطلبة الجامعات بشكل خاص، كما أن (القنوات الفضائية) مازالت تمتلك شعبية ورصيداً لدى الشباب الجامعي، بالنظر لوفرة القنوات والبرامج الدينية وتقديمها لشخصيات دعوية ذات قيمة اعتبارية في المجتمعات الإسلامية، وقدرة هذه القنوات على نقل الصورة والصوت، فضلاً عن (المواقع الإخبارية) على شبكة الإنترنت، وخاصة المواقع الرصينة التي تمثل مدارس وتيارات فكرية معروفة وتحظى بالوسطية والإعتدال في خطابها الديني.

2- يتضح أن أكثر القضايا والمضامين الدينية التي تحظى باهتمام الشباب الجامعي هي (القضايا المتعلقة بشؤون الأمة الإسلامية)، ففي عصر العولمة والانفتاح أضحى العالم في فضاء مفتوح، الأمر الذي قرّب بين المجتمعات الإسلامية وجعلها تهتم بهواجس شعوبها وهمومهم وتطلعاتهم، خاصة مع تزايد ظواهر التنكيل ومحاولات البعض اتهام الإسلام بالإرهاب، ومحاربة الفكر والعقيدة.

3- حظيت (القنوات الفضائية) بالترتيب الأول من بين أكثر وسائل الاتصال ثقة من قبل الشباب الجامعي في تناول قضايا الخطاب الديني، وربما يعود ذلك للقدرات التقنية والإمكانيات التي تمتلكها هذه القنوات سواء في التأثير أو الإيحاء، من خلال استخدامها الأساليب السايكولوجية، في جذب المشاهد، كما قد برز موقع (اليوتيوب) وصارت له شعبية كبيرة، بالنظر لقدرته على عرض مقاطع فيديو متنوعة وبكميات هائلة، مع وجود تعليقات على هذه المقاطع والقدرة على معرفة مصادرها.

4- لعبت وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة دوراً كبيراً في تسهيل عملية بث الخطاب الديني، لذلك جاء دافع (الرغبة في معرفة الكتاب والسنة النبوية)، في مقدمة دوافع التعرض لهذه الوسائل، وهذا بحد ذاته، يعد منجزاً مهماً ذا دلالة واضحة على قدرة الخطاب الديني في التكيف مع الوسائل الحديثة من أجل جذب الشباب لمعرفة أمور دينهم وعقيدتهم.

5- يتضح أن من بين أهم الإشباع التي يطمح الشباب الجامعي لتحقيقها عبر التعرض للخطاب الديني هي (متابعة الأحداث في العالم الإسلامي)، ولعل الأمر مقترناً بالتوترات التي تعيشها الكثير من

البلدان الإسلامية، وما ينتج عنها من أخبار ومعلومات وصور، تجعل الشباب الجامعي متحمسًا لمعرفة ما يدور في الدول الإسلامية أكثر من غيرها من بلدان العالم الأخرى.

التوصيات:

- 1- ضرورة الاستفادة من التقنيات الحديثة لوسائل الاتصال وتسخيرها في نشر ثقافة الإسلام التي تقوم على المحبة والتعايش والوسطية والاعتدال، وأن لا يكون الخطاب موجّهًا حصريًا لشعوب الأمة، بل لابد أن تكون لنا قنواتنا لمخاطبة الآخرين.
- 2- العمل بخطط استراتيجية بناءة لتقديم خطاب ديني معتدل موجّهًا للشباب يعزز تمسكهم بالكتاب والسنة النبوية، ويحببهم في أمور دينهم ودنياهم ويشيع ثقافة المحبة والأمل والتطلع لمستقبل زاهر.
- 3- ضرورة التركيز على تقديم برامج هادفة ومتنوعة تتناول شؤون الدول الإسلامية وشجونها، وجعل المسلم في كل مكان يشعر بأخيه المسلم مهما تباعدت المسافات، من خلال التعريف بهذه الدول وأخبارهم وأنشطتهم الدينية والحياتية.

الهوامش والمراجع:

- (1) علي أمين الرئيس، الخطاب الاتصالي الديني في شبكات التواصل الاجتماعي تويتر نموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام غير منشورة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين، 2013م.
- (2) أحمد الحداد، اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، رسالة ماجستير في الإعلام غير منشورة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين، 2012م.
- (3) Donald Wright, **An Analysis of New Communications Media Use in Public Relations: Results of Five- Year Trend Study** 'Public Relations Journal Vol.4, No.2, spring, 2010.
- (4) بوعلي نصير، الخطاب الديني ووسائل الإعلام - دراسة نقدية، مجلة المعيار للدراسات الإسلامية والاجتماعية، جامعة الأمير عبد القادر الجزائري، قسنطينة، ديسمبر 2007م.
- (5) Roget D. Wimmer and Joseph R. Dominick, **Mass Media Research An Introduction**, 5th Editio (Belmont, CA, Wadsworth Publishing Company, 2000), p.102.
- (6) فرح الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2001م، ص93.
- (7) عبدالله الهماي، أسلوب البحث العلمي وتقنياته، بنغازي، منشورات جامعة قاريونس، 1988م، ص154.

(8) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، جدة، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1983م، ص227.

(9) المحكمون من أساتذة الإعلام وتكنولوجيا الاتصال:

- د. داود سلمان الدليمي، جامعة العلوم الحديثة، الإمارات العربية المتحدة.

- د. عاطف عودة الرفوع، الجامعة الخليجية، مملكة البحرين.

- د. عبد العزيز الجبوري، كلية الإمارات للتكنولوجيا.

(10) إبراهيم العجوز (تحقيق)، سيف الدين بن الحسن الآمدي، الأحكام في أصول الأحكام، بيروت، دار الكتب العلمية، 1985م، ص136.

(11) فوقية حسين محمود (تحقيق)، الكافية في الجدل للجويني إمام الحرمين، القاهرة، مكتبة الكليات الأزهرية، 1979م، ص87.

(12) صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، عمان، دار البركة للنشر والتوزيع، 1999م، ص8.

(13) Mcquail, Dennis, Mass Communication Theory: London: Sage publications, 1987, p.68-72.

(14) James R. Walker, Inheritance Effects in the new Media Environment, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol.32, No.4, 1988, p.393.

(15) عادل عبد الغفار، استخدام الصقوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1995م، ص9.

(16) Mcquail, Dennis & Windahl, Seven,

Communication Models: The Study of Mass

Communication, London, Longman, 1981, p.236.

(17) حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2002م، ص241.

(18) المرجع السابق ، ص247. ويُنظر أيضًا: بسمة البناء، تويتير والبناء الاجتماعي والثقافي لدى الشباب، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2014م.

(19) Roget D. Wimmer and Joseph R. Dominick, **Mass Media Research An Introduction**, , op.cit.. pp. 398–391.

Religious Discourse of the Means of Communication and Satisfaction Achieved by University Youth

By Dr. Mohammed A. Fyadh

Abstract

The central aim of this research study is to monitor the motivation and satisfaction achieved by the university youth in the Kingdom of Bahrain as a result of their exposure to religious discourse through various means of communication. As the educated youth are the human energy in the societies and the ability to influence and change and through which nations are built and the societies rectified.

The essential problem of research is the extent of confusion and randomness experienced by religious discourse through the various means of communication in the modern era, as stems from the importance of university youth is the most dangerous and the types of public, which is addressed to religious discourse today through

its various communication means, because of its strength and impact and mobilizing the forces of the active masses in all societies.

The research community is Bahraini university students. A representative sample of students enrolled in the bachelor's degree program was taken from a number of scientific specialties during the spring semester of 2015/2016. According to the method of the stratified random sample and within the framework of the probabilistic samples, where the sample (260 individuals), who are already exposed to the means of communication in multiple forms. The questionnaire was used as a tool for collecting information and data from the study sample. The study reached a number of conclusions, the most important of which are: The social networking sites have become an important sign in the circulation of religious discourse, especially through the site of what's up for easy handling and easy downloading on all modern mobile devices preferred by young people in general, and university students in particular.

As satellite channels continue to have popularity and balance among university youth, given the abundance of religious channels and programs and their introduction to religious figures of legal value in Islamic societies. It has also become clear that among the most important aspirations aspiring to university students to achieve through religious discourse is (Follow-up events in the Islamic world). Perhaps this is coupled with the tensions experienced by many Muslim countries and the resulting news, information and images that make university youth eager to know what is going on in these countries more than other countries in the world.

Religious Discourse - Means of Communication - Satisfaction Achieved