

**الخطاب الديني الشبكي وتأثيره على شباب جيل Z
"دراسة ميدانية"**

إعداد

**أ.م.د/ عبير محمد عباس محمد رفاعي
أستاذ علم الاجتماع المساعد بكلية الآداب
جامعة دمياط**

Email: abeer_zaid@hotmail.com

DOI: 10.21608/aakj.2023.244109.1584

تاريخ الاستلام: ٢٢/١٠/٢٠٢٣م

تاريخ القبول: ٤/١١/٢٠٢٣م

ملخص:

يهدف البحث الحالي إلى التعرف على تأثير الخطاب الديني الشبكي على شباب جيل Z. والكشف عن مدى ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي، وتحديد القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي في المجال العام الافتراضي، بالإضافة لأهم القضايا التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي. ينتمي البحث للدراسات الوصفية، وتم استخدام منهج المسح الاجتماعي بالعينة. وتوصل البحث إلى عدة نتائج أهمها: ظهر ثقة أغلب العينة في الخطاب الديني الشبكي وبصفة خاصة خطاب رجال الدين بالمؤسسات الدينية، وتمثلت أهم القيم التي تنشر من خلال الخطاب الديني الشبكي في بر الوالدين، والثبات على المبادئ، وصلة الرحم ونبذ العنف، وأدى ذلك لمساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى جيل Z. وأخيراً ظهر تجديد الخطاب الديني كأهم موضوعات الخطاب الديني الشبكي. وأوصى البحث بضرورة التواجد الفاعل للمؤسسات الدينية الرسمية في المجال الافتراضي، وتجديد الخطاب الديني الشبكي لتواكب موضوعاته القضايا الحياتية المعاصرة التي تمس الحياة اليومية لشباب جيل Z، ونشر الوعي بين شباب جيل Z بالبعد عن الخطاب الديني الشبكي الذي يدعو للمغالاة والتطرف والسطحية، ومتابعة الخطاب الديني الشبكي المتوازن.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الديني الشبكي، شباب جيل Z، المجتمع الشبكي، نظرية الممارسة الاجتماعية، رأس المال الديني. نظرية المجال العام.

Online Religious Discourse and its Impact on Generation Z Youth: "A field study"

Abstract

The current research aims to identify the impact of online religious discourse on the youth of Generation Z. It works on revealing the extent of confidence Generation Z youth hold in online religious discourse, determining the values that online religious discourse spreads in the virtual public sphere. The research also lists the most important issues that online religious discourse addresses. The research belongs to descriptive studies, where the social survey was used. The research reached several results, the most important of which are: most of the sample also showed confidence in online religious discourse, especially the discourse of clergy in religious institutions; most of the values that are spread through online religious discourse are piety to one's parents, loyalty to principles, family ties, and rejection of violence. All this proved the contribution of online religious discourse in shaping the religious culture of Generation Z. Finally, the renewal of religious discourse emerged as the most important topic of online religious discourse. The research recommended the need for the effective presence of official religious institutions in the virtual field, together with the need for the renewal of the online religious discourse so that it keeps pace with contemporary issues that affect the daily life of the youth of Generation Z, Spreading awareness among the youth of Generation Z to stay away from online religious discourse that calls for exaggeration, extremism, and superficiality, and to pursue balanced online religious discourse.

Keywords: Online religious discourse, Generation Z youth, networked society, social practice Theory, religious capital. Public Sphere Theory.

مقدمة :

صاحب التطور التكنولوجي وثورة الويب ٢.٠ ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تشكل جزءًا مهمًا من حياة الأفراد، وانتقلت هذه المواقع من مجرد فضاء للتواصل بين الأفراد إلى فضاء يتضمن أنشطة ومصادر للمعلومات في مجالات متنوعة؛ اجتماعية، واقتصادية، وثقافية، ودينية، وأسهم هذا الفضاء في خروج الخطاب الديني الشبكي إلى الوجود.

ولم يعد مفهوم الشبكات الرقمية يقتصر على البعد التقني فقط، بل يجب دمج المتغيرات التكنولوجية والاجتماعية والاقتصادية معًا لبناء رؤية تتأسس على استحضار السياقات الاجتماعية المرتبطة باستخدام الشبكات الرقمية بوصفها بني تحتية تتكون من ثلاث مكونات الأول: بوصفها أدوات لنقل المعلومات، والثاني: باعتبارها أنشطة وممارسات يقوم بها أفراد للتواصل ومشاركة المعلومات، والثالث: بوصفها أشكال تنظيمية وتوافقات اجتماعية تتشكل من خلال هذه الأدوات.

ونظرًا لقدرة شباب جيل Z على التعايش الاجتماعي الافتراضي، فإنه يتعرض لعولمة ثقافية رقمية مقارنة بالأجيال السابقة، بصورة تعيد إنتاج بنية الثقافة الدينية لديه، وتنقله من مسارات التدين التقليدية - من خلال الرجوع إلى المصادر والمراجع الدينية، والمشايخ والدعاة- إلى الاعتماد على الخطاب الديني الشبكي.

وبهذا أصبح الخطاب الديني الشبكي يخضع لتكوين يسائر العولمة الثقافية الرقمية، وأصبحنا أمام ظاهرة تسليع الدين أو تحويل المحتوى الديني إلى سلعة تباع وتشتري، وخضوع الخطاب الديني لنظرية العرض والطلب، وضخ العديد من الإعلانات على صفحات الخطاب الديني لتوسيع دائرة مستخدميه ومن ثم اتساع نطاق الأرباح بغض النظر عن مردود ذلك الاستخدام واقعيًا ودينيًا.

ولقد شاع استخدام الخطاب الديني الشبكي في العقود الأخيرة مرتبطًا بفكر التجديد، واحتل مكانة في سياق الخطابات الأخرى التي تشكل إطارًا كليًا للمجتمع

يتضمن في طياته الخطاب الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي. ويشير الخطاب الديني الشبكي بهذا المعنى إلى بناء كلي ومتكامل يمثل دائرة معارف مرتبطة بالدين وقائمة على أسسه ومن خلالها يصيغ شباب جيل Z اتجاهاته وتفسيراته وأفكاره وتأويلاته المرتبطة بالعقيدة والبشر والمجتمع وغيرها من السياقات المفاهيمية التي ترتبط بدائرة المعارف الدينية.

ويتماشى ذلك مع رؤية "جورجين هابرماس" للمجال العام الذي يعرفه بميدان يجتمع فيه الأفراد لمناقشة أفكارهم، تداول آرائهم، ونقد القضايا المجتمعية، ويتم من خلاله نقل البيانات والمعلومات حول المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والدينية، وكان المجال العام يتمثل فيما سبق فيما يتم تناوله في الصالونات الأدبية، ثم انتقل إلى الأماكن العامة، وحاليًا انتقل إلى الواقع الافتراضي والشبكات الاجتماعية.

ونظرًا لأهمية الخطاب الديني وانتشاره على شبكات التواصل الاجتماعي وتفاعل الشباب معه وبصفة خاصة جيل Z، تناوله العديد من الباحثين من رؤى مختلفة، ويمكن عرض تلك الدراسات السابقة من خلال محورين رئيسيين كالتالي:

اهتم المحور الأول بالدراسات الخاصة بالخطاب الديني: فتناولت دراسة (حسنين، ٢٠١٠) دور الخطاب الديني في معالجة قضايا الإنسان وتلبية احتياجاته الاجتماعية والثقافية، بجانب الكشف عن كيفية معالجة الخطاب الديني للمشكلات المجتمعية المعاصرة، بالتركيز على الخطاب الديني الإسلامي المنتج بالقنوات الفضائية، واستخدم البحث المنهج التحليلي للكشف عن مدى إدراك المبحوثين لمفهوم الخطاب الديني، ورؤيتهم لنمطه السائد في التلفزيون وموقعه بين التقليدية والحداثة، كما تم استخدام أداة المقابلة المتعمقة على ٥٠ مبحوث بجانب تحليل مضمون أحد البرامج الدينية (عم يتساءلون). وتوصل البحث إلى أن البرامج الدينية بالفضائيات هي الوسيلة الأولى التي اعتمد عليها المبحوثين في الحصول على معارفهم ومعلوماتهم

الدينية، ويرجع سبب ذلك بسبب كثرة وتنوع البرامج وسهولة مشاهدتها ومعالجتها للأمر الدينية والحياتية.

كما هدفت دراسة (أبو النور، ٢٠١٠) إلى التعرف على ماهية الخطاب الديني الإسلامي، وموضوعاته، وأنماطه، ومصادره. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي. وأداة الاستبيان لجمع البيانات. وطبقت على عينة عشوائية من طلاب جامعة المنصورة (٢٠٤) طالب، بالإضافة لإجراء بعض المقابلات مع بعض المتخصصين في مجال الدعوة (رجال الدين). وتوصلت الدراسة إلى أهمية ارتكاز الخطاب الديني على القرآن والسنة، بالإضافة لأهمية ارتباطه بالواقع الاجتماعي، وتركيز اهتمامه على قضايا ومشكلات الشباب، كما اتضح أن الخطاب الديني في الريف أكثر تأثيراً على طلاب الجامعة، كما أن التشدد من أهم سلبيات الخطاب الديني، واتضح أن أكثر المصادر تأثيراً على طلاب الجامعة هي الفضائيات، ومن أهم المشكلات التي تواجه الشباب عدم الانتماء.

ومن جانب آخر اتجهت دراسة (Campbell, 2012) لفهم العلاقة بين الدين عبر الإنترنت وغير متصل بالإنترنت في المجتمع الشبكي، مع التأكيد على الممارسة الدينية عبر الإنترنت، وتناول مفهوم الدين الشبكي كطريقة لتوضيح كيفية عمل الدين على الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى تميز الدين الشبكي بخمس سمات رئيسية هي المجتمع المتصل بالشبكات، والهويات ذات الطوابق، والسلطة المتغيرة، والممارسة المتقاربة، والواقع متعدد المواقع.

ورصدت دراسة (البناء؛ وآخرون، ٢٠١٧) استخدام الشباب الجامعي للصفحات الدينية ببعض مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم، وهدفت الدراسة للتعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لبعض هذه الصفحات الدينية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة تحليل المضمون لصفحات (الشيخ محمد متولي الشعراوي، صفحة دار الإفتاء المصرية، صفحة الداعية

مصطفى حسني، صفحة وذكر). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها، تصدر الفيس بوك مواقع الشبكات الاجتماعية التي يفضلها الشباب، وجاءت الفتاوي الدينية في مقدمة القضايا التي تناقشها هذه الصفحات على مواقع الشبكات الاجتماعية، يليها موضوع الحجاب في المرتبة الثانية، يليها سلوكيات المرأة، وأخيراً موضوع عمل المرأة.

كما هدفت دراسة (ضيف، ٢٠١٨) إلى التعرف على خصائص الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة الملاحظة وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن العبادات (مثل الدعوة إلى توحيد الله، والصلاة، والصوم) من أبرز موضوعات الخطاب الديني عبر الفيسبوك، وجاء في المرتبة الأخيرة عدم اهتمام الخطاب الديني عبر الفيس بوك كثيراً بعلوم القرآن وبالسيرة النبوية، وأخيراً فإن أغلب الموضوعات الموجودة على الصفحات الدينية على الفيسبوك تنشر باسم الصفحة ولا تنتشر بأسماء أشخاص.

على حين تناولت دراسة (حسين، ٢٠١٨) تجديد الخطاب الديني الإسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، وهدفت إلى التعرف على الخصائص الإلكترونية للخطابات الدينية، والتعرف على الأفكار المستهدفة إيصالها لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، والدراسة وصفية اعتمدت على منهج التحليل السميولوجي، وتوصلت الدراسة إلى أن أغلب موضوعات الخطاب الديني على شبكات التواصل الاجتماعي تتضمن الأخلاق والتمسك بالصفات الحسنة والسلوك القويم، كذلك من أهم مقاصد الخطاب الديني عبر شبكة الفيسبوك هو النصح والتوجيه والتبليغ والتذكير فهذه مرسل الخطاب الديني إعداد الشخصية المسلمة الواعية.

كما عالجت دراسة (ذويب، ٢٠١٩) الخطاب الديني عبر المدونات المرئية العربية بالتطبيق على مدونة "عمر آل عوضه"، التي أعطت الفرصة للدعاة لنقل خطابهم الديني من المنابر التقليدية إلى الوسائط الجديدة، بهدف نشر قيم ومبادئ الدين الإسلامي إلى كافة أفراد المجتمع بطريقة جديدة تتوافق مع معطيات العصر، وطرح

قضايا تتعلق بالدعوة إلى الله تعالى بالاستناد على القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، للوصول لإقناع المتابعين ومحاولة تغيير سلوكهم. استندت الدراسة على المنهج المسحي، واعتمدت على أداة الملاحظة وتحليل المضمون، وتمثلت العينة القصدية في أحد الفيديوهاات التي حصلت على أكبر نسبة مشاهدة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: نالت الموضوعات الأخلاقية اهتماماً أكبر في الخطاب الديني بالمدونة، كما تعددت الأساليب الإقناعية ما بين أساليب عقلية، عاطفية، التذكير، الدعوة، الترغيب، القدوة الحسنة، لكن التركيز الأكبر على الأساليب العاطفية.

كذلك حللت دراسة (كريملي، ٢٠٢٢) تأثير النظام الرقمي على التصورات الدينية للشباب كمجال لإنتاج القيم وبناء الهوية والذات، وسعت إلى تحليل التجربة الدينية الرقمية للشباب بالتطبيق على عينة مكونة من ٢٠ شاب وشابة باستخدام أداة المقابلة المتعمقة، بجانب تحليل المحتوى لصفحات شباب على الفيس بوك من خلال مشاركاتهم في المجموعات الدينية الرقمية، وتوصلت الدراسة إلى تداخل الأنساق الثقافية والرمزية المكونة للهوية الدينية في النسق الاجتماعي الافتراضي.

على حين اهتم المحور الثاني بالدراسات التي أجريت على جيل Z: فركزت دراسة (Ozkan, Solmaz, 2015) استخدام جيل Z للهواتف المحمولة وهي أكثر الأجهزة الرقمية شيوعاً لديهم، وتخلق بيئة اجتماعية جديدة ومختلفة من خلال مشاركة حياتهم الخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter و Instagram، وأثر هذا الوضع على حياتهم الاجتماعية تأثيراً كبيراً. وتوصلت الدراسة إلى أن جيل Z هو أكثر مستخدمي الهواتف الذكية في الوقت الحاضر، ويصل ذلك لدرجة الإدمان، حيث أصبحت الهواتف الذكية جزء بل ضرورة في حياة هذا الجيل، كذلك أوضح جيل Z عن حاجتهم لوجود مكان يتناسب مع شخصياتهم الخاصة بالمجتمع، ولهذا استخدموا الهواتف الذكية كأدوات اتصال ووسيلة تمكنهم من الوصول لتطبيقات التواصل الاجتماعي لتحقيق وجودهم في أحد الأماكن بالمجتمع تلبي رغباتهم

كما قدمت دراسة (أحمد، ٢٠٢٣) رؤية نظرية عن جيل Z، تتضمن تعريفه، وتحديد خصائصه واهتماماته، وتطوير أدوات مفاهيمية ونظرية ومنهجية مبتكرة لدراسة جيل Z، واقترحت الدراسة استخدام المنهج المختلط "منهج الاستقصاء" ويتضمن جمع البيانات الكمية والكيفية، مع إمكانية استخدام مجموعة متنوعة من أدوات جمع البيانات الكيفية مثل (الملاحظة بأنواعها، دراسة الحالة، مجموعات المناقشة، السير الذاتية، والمقابلة)، والأدوات الكمية مثل الاستبيان.

ويتضح من العرض السابق تناول بعض الدراسات الخطاب الديني على مواقع التواصل الاجتماعي إلا أنه تم الاعتماد على أداة تحليل المضمون، ولم تتناول هذه الدراسات عن البحث عن تأثير الخطاب الديني الشبكي على جيل Z هذه الفئة العمرية التي نشأت مع بداية الثورة الرقمية وتأثرت بها في جميع جوانب حياتها خاصة الجانب الديني، وهو ما يحاول أن يكشف عنه بهذا البحث، من خلال التعرف على تأثير الخطاب الديني الشبكي على شباب جيل Z، والتعرف على أهم القضايا التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي.

أولاً: مشكلة البحث

شهد القرن الحادي والعشرين زيادة الإقبال على استخدام وسائل التواصل الإلكتروني، وظهر جيل جديد (جيل Z) أو ما يسمى الجيل الشبكي الذي يعتمد على التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تتميز بالتفاعلية والفورية وتعدد استخدام الوسائط الرقمية والتحديث المستمر.

ويرجع الاهتمام بدراسة شباب جيل Z نظراً لتعرض هذا الجيل لعولمة ثقافية رقمية بمستويات كبيرة مقارنة بالأجيال السابقة، نظراً لتعايشه مع الواقع الافتراضي، ويترتب عليه إعادة إنتاج بنية الثقافة الدينية لديه، بصورة تستجيب لميوله واهتماماته الرقمية، وانتقاله من المسارات المرتبطة بالخطاب الديني التقليدي - كتب، ودعاة، ومشايخ - إلى التوجه إلى الخطاب الديني الشبكي المسير للعولمة الثقافية الرقمية.

وبالنظر إلى نتائج تقرير (Global Social Media Statistics, July 2023) فيقدر عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بنحو ٤.٨٨ مليار مستخدم يمثلون ٦٠.٦% من إجمالي عدد سكان الكرة الأرضية، بزيادة قدرها ١٧٣ مليون مستخدم مقارنة بالعام السابق. ويمثل هذا الرقم ٩٤% من إجمالي أعداد المستخدمين لشبكة الإنترنت الذي يصل إلى ٥.١٩ مليار مستخدم، وتؤثر هذه النسب للاستخدام المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي حتى وصل الأمر لبعض المستخدمين إلى الاعتقاد بأن شبكة الإنترنت هي شبكات التواصل الاجتماعي، غير مدركين أن هناك تطبيقات أخرى أو مواقع إلكترونية متاحة على شبكة الإنترنت.

وعلى ذلك أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي قوة مؤثرة، وأصبح لاستخدامها أثر واضح ليس فقط على مستوى الجماعات، بل على مستوى شخصية الفرد. فاستخدمها الشباب ك مجال عام للتعبير عن ذاتهم وجعلوا منها وسيلة فعالة للتواصل وتسويق أفكارهم وأعمالهم، والتعرف على مجالات مختلفة. كما تحولت مواقع التواصل الاجتماعي من مجرد وسائل للتواصل ومشاركة وتبادل المعلومات إلى فضاء لإنتاج المحتوى وإعادة إنتاجه وتداوله.

ومن جانب آخر دفعت مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار الهواتف الذكية إلى تعزيز صناعة ونشر الخطاب الديني الشبكي والتفاعل معه سواء عبر نشر منشورات أو ملصقات أو تلاوات دينية، بالإضافة لظهور فاعلين دينيين خارج إطار المرجعيات الدينية التقليدية، ومن جانب آخر رقمنة الاحتفالات الدينية وطرحها على وسائل التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو إنتاج مناسبات دينية أخرى قد تكون أقل أهمية والترويج لها على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما جعل الشباب المستهلك للمحتوى الديني أمام نوع جديد من التدين.

وعلى جانب آخر، صاحبت عدة ظواهر انتشار الخطاب الديني الشبكي على مواقع التواصل الاجتماعي منها: كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى، وظهور

فئة من الدعاة الجدد وأحياناً غير متخصصين إلا أنهم أصبحوا محترفين في تطبيقات الإعلام الجديد، بالإضافة لظهور منابر جديدة للحوار وأصبح باستطاعة أي شخص أن يتفاعل ويرسل ويستقبل ويعقب بحرية وسرعة فائقة.

وفي هذا السياق، أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للخطاب الديني الشبكي، وأعدت الظاهرة الدينية إلى المجال العام بصورة أكبر عن ذي قبل، ومنحت الخطاب الديني رواجاً وسرعة وكثافة نتيجة لتنامي عدد المتلقين بشكل كبير نظراً لكون مواقع التواصل الاجتماعي متاحة للجميع بدون قيود، وأصبح هنا الحفاظ على الوعي الديني للشباب وتميمته ضرورة لمقاومة الآثار السلبية للعولمة الثقافية، وبخاصة أن الدين يعد مكون من مكونات الشخصية الوطنية، وجزء من المقومات الذاتية التي تميز الأفراد والمجتمعات.

ومع تزايد نشاط الشباب الرقمي وبخاصة (جيل Z) في الفضاء الرقمي، الأمر الذي يمكن أن يجعل البعض يعتمد عليها كمرجعية لثقافته الدينية، مما يجعلهم معرضين إلى أنماط متنوعة من الخطاب الديني، ومن جانب آخر يمكن أن يؤدي بُعد الخطاب الديني الشبكي عن الرقابة المباشرة إلى نقل أفكار أو تبني أطروحات خاطئة لممثلي الفكر المتطرف.

ونركز هنا على طبيعة استخدامات جيل الشباب الرقمي لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على التأثيرات التي تحدثها على اتجاهاتهم الدينية في إطار ما تبثه هذه المواقع الدينية في الفضاء الرقمي وإنتاجها لمضامين دينية تسهم في تشكيل وعي شباب جيل Z.

وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي:

ما تأثير الخطاب الديني الشبكي على شباب جيل Z من حيث (طبيعة استخدام شباب جيل Z. لهذا الخطاب، ومدى ثقته في هذا الخطاب- وما مدى تأثيره في تشكيل الثقافة الدينية لديهم)؟

ثانياً: أهداف البحث وتسؤلاته

يهدف البحث الحالي لتحقيق الأهداف التالية:

الهدف الأول: التعرف على طبيعة استخدام شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي.

ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال الإجابة على التسؤلات الآتية:

- ١- ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها جيل Z؟
- ٢- ما أنماط تفاعل شباب جيل Z مع محتوى الخطاب الديني الشبكي؟
- ٣- ما مدى إمكانية أن تصبح مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر الخطاب الديني الشبكي؟

الهدف الثاني: الكشف عن مدى ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي.

ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال الإجابة على التسؤلات الآتية:

- ١- ما أكثر الصفحات الدينية التي يتابعها شباب جيل Z على وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ٢- ما أسباب متابعة شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي؟
- ٣- ما مدى ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي؟

الهدف الثالث: تحديد القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي في المجال العام الافتراضي.

ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال الإجابة على التسؤلات الآتية:

- ١- ما مقاصد الخطاب الديني الشبكي؟
 - ٢- ما أهم القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي؟
- الهدف الرابع: الكشف عن طبيعة القضايا التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي.**

ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ١- ما أهم الموضوعات التي يعالجها الخطاب الديني الشبكي؟
- ٢- ما مكونات الظاهرة الدينية التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي؟
- ٣- ما القوي الفاعلة المؤثرة في الخطاب الديني الشبكي؟

الهدف الخامس: الكشف عن مدى الاعتماد على الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z.

ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ١- ما مدى مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z؟
- ٢- ما مدى انعكاس استهلاك شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي على سلوكه في المجتمع؟

ثالثا: أهمية البحث

الأهمية النظرية: يسعى البحث الراهن للكشف عن تأثير الخطاب الديني الشبكي على شباب جيل Z، من خلال الإضاءة على مفهوم الخطاب الديني الشبكي، ومفهوم شباب جيل Z، وخصائصه واهتماماته. وتم تفسير موضوع البحث بالاعتماد على الرؤى النظرية ومقولات نظرية المجتمع الشبكي لـ "مانويل كاستلز"، ونظرية الممارسات الاجتماعية لـ "بيير بورديو"، ونظرية المجال العام لـ "جورجين هابرماس".

الأهمية التطبيقية: توضح نتائج البحث رؤية شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي، ومدى اعتمادهم عليه في تشكيل ثقافتهم الدينية، وأهم القضايا التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي، ومدى ثقة شباب جيل Z في هذا النوع من الخطاب، لذا يمكن أن تقيّد نتائج هذا البحث في عرض بعض المقترحات التي تقيّد متخذي القرار وقيادات المؤسسات الدينية.

رابعاً: مفاهيم البحث

١ - الخطاب الديني الشبكي Online Religious Discourse

يشير مصطلح الخطاب الديني إلى بنية من الأفكار والمعتقدات التي تتسم بأهميتها الاجتماعية والتي ترجع لارتباطها بالدين، ويترتب على ذلك تأثيرها في تكوين تصور المتلقي عن العالم الذي يعيشون فيه، وتحديد طريقة تصرفهم تجاهه (اليندة، مارس ٢٠١٨، ص ١٧٨).

كما عُرف الخطاب الديني بأنه (الأقوال والنصوص المكتوبة الصادرة عن المؤسسات الدينية أو عن رجال الدين، أو التي تصدر عن موقف أيديولوجي ذو صبغة دينية أو عقائدية ويعبر عن وجهة نظر محددة تجاه قضايا دينية أو دنيوية، أو يدافع عن عقيدة معينة وينشرها) (غانم، ٢٠٠٦، ص ٤٢٢).

على حين عرف "أحمد زايد" الخطاب الديني بأنه (مجموعة النصوص المكتوبة والمسموعة الصادرة عن المؤسسات الدينية أو عن أفراد يمثلون هذه المؤسسات، أو يتخذون موقفاً ذا صبغة دينية وتظهر هذه النصوص في صورة كتب أو خطب أو مقالات صحفية أو نشرات) (زايد، ٢٠٠٧، ص ١٧).

وبالنظر إلى الخطاب الديني نجده متباين ومتعدد، مصدره نصوص القرآن الكريم والسنة النبوية، ويعكس تغيرات متنوعة لهذه النصوص، نتيجة لتباين مواقف وطموح فئات اجتماعية تتخذ من تأويلها للقرآن والسنة ارتكازاً لمشروعيتها وسنداً لممارستها وحاملاً لقيمتها، وفي هذا الصدد هناك من يري الخطاب الديني فضاء ومجال ثابت تتواجد فيه التحديات القاطعة والأجوبة والممارسات التي تصلح لكل مكان وزمان (الرجال، ٢٠٠٨، ص ٣٣).

كما ينظر البعض الآخر إلى مفهوم الخطاب الديني على أنه مفهوم معقد، فهو مفهوم يتضمن من ناحية الشكل العمل الشفهي أو المكتوب والمادي والرمزي، ومن ناحية المضمون فهو بناء معقد يتضمن بداخله العديد من الأفكار والقضايا الدينية

والاجتماعية والثقافية والاقتصادية. على حين يري البعض أن الخطاب الإسلامي هو الخطاب الذي يستند إلى مرجعية إسلامية "القرآن والسنة النبوية" وهو الطريقة التي يخاطب بها المسلمون العالم، والمنهج الذي يعبرون من خلاله عن أفكارهم ومواقفهم التي يريدون توصيلها للرأي العام العالمي، عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة المقروءة والمسموعة والمرئية (أبو النور، ٢٠١٠، ص ٦ - ١١).

ويشير (Campbell, 2012, P 65) لمفهوم الدين الشبكي بأنه "الدين خاصةً الموجود على الإنترنت، والذي ينشر من خلال الهياكل والخصائص التكنولوجية للإنترنت، ويسعى إلى تشجيع التواصل والاستجابة الفورية، وتوسيع الوصول إلى المعلومات المقدسة، ويتميز الدين الشبكي بخمس سمات: المجتمع الشبكي، والهويات الطبقيّة، والسلطة المتغيرة، والممارسة المتقاربة، والواقع متعدد المواقع". وبهذا يتضمن الدين الشبكي التجربة الدينية والإيمان والممارسة، وكيف أصبحت تعاش عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال علاقات اجتماعية وتفاعلات ديناميكية، كما كشفت ممارسة الدين الشبكي عن تحولات وتغييرات اجتماعية داخل الثقافة الغربية.

ومن جانب آخر، أكد "Stephen O'Leary" عام ١٩٩٦ أن الدين على الإنترنت سيحول المعتقدات والممارسات الدينية بطريقة ثورية، وفي عام ١٩٩٩ ميز الباحثون بين نموذجين للمواقع الدينية؛ الأول: يتفاعل من خلالها الأفراد بمستوي عال من الحرية، والآخر المواقع الدينية التي تقدم فقط معلومات عن الدين وغير مخصصة للتفاعل أو طرح أسئلة (نومار، ٢٠١٩، ص ٣٧١).

كما يُعرف الخطاب الديني الشبكي بأنه (التسويق للمعتقدات الدينية عبر الشبكات الرقمية التي تعد وسيطاً في تقديم المعلومات الدينية، كما أنه عملية اتصالية تتبلور في ممارسة الدعوة الدينية إلكترونياً لإحداث تأثير متوقع من خلال مقالات مكتوبة، أو مقاطع سمعية بصرية، أو منشورات قصيرة، أو اقتباسات مجزئة) (بليل، ٢٠٢٢، ص ٥٩٦).

ويمكن تعريف الخطاب الديني الشبكي إجرائياً بأنه (النصوص المكتوبة والمرئية والمسموعة التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال حسابات تصدر عن مؤسسات دينية رسمية أو عن أفراد يمثلون هذه المؤسسات، أو عن أفراد يتخذون موقفاً ذو صبغة دينية، وتناقش هذه النصوص قضايا دينية أو اجتماعية أو ثقافية وتُفسر في ضوء مرجعية دينية، وتمس جميع فئات المجتمع بشكل عام وشباب جيل Z بشكل خاص).

٢- شباب جيل Z (Generation Z)

يعني مفهوم جيل Z "بأنهم الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٤ و ٢٥ عاماً، ويشار إليهم بأنهم جيل الألفية، أو المواطنون الرقميون، أو جيل الإنترنت" (Csobanka, 2016, P 67).

ويتألف جيل Z من الشباب المولود عام ١٩٩٥م أو ما بعده، والذين لم يجربوا العالم بدون التكنولوجيا الرقمية، فهم الأفراد الأصليون رقمياً الذين يتمتعون بالذكاء التكنولوجي، ونشأوا مع تقدم تقنيات الهاتف المحمول، والانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي (Mason, 2022, P 2).

كذلك يُعرف الجيل الرقمي بأنه (وسيط ثقافي يستورد القيم الاجتماعية والثقافية والدينية ويزاوجها مع نمط الثقافة الإسلامية؛ لينتج نظاماً معرفياً يتسق مع قناعاته وطريقة تفكيره، ولا يهتم بالمشروع الحضاري الكلي للجيل السابق) (بليل، ٢٠٢٢، ص ٦٠٤).

كما يعرف جيل Z بأنه (الجيل الحالي من الشباب الذين ولدوا بين عامي ١٩٩٧ و ٢٠١٢، ويبلغ عمر أكبرهم ٢٥ عاماً، ومنهم الكثير ممن أكملوا دراستهم الجامعية، ومنهم من تزوج وكون أسرة). ويمكن تحديد ثلاثة معايير تحدد جيل Z المعيار الأول: العضوية المصورة وتعني شعور الشخص بأنه جزء من الجماعة وكونه

عضو بها. والمعيار الثاني: المعتقدات وأشكال السلوك المشتركة، وتتضمن المعتقدات وصور السلوك الشائعة حول الأسرة والدين والآراء السياسية. والمعيار الثالث: التاريخ المشترك، ويشمل الأحداث التاريخية التي وقعت خلال مرحلة الطفولة والمراهقة وأثرت في حياتهم الخاصة (أحمد، ٢٠٢٣، ص ٨٧، ٨٨).

ويمكن تعريف شباب جيل Z إجرائياً بأنه (جيل الألفية المولود في الفترة من ١٩٩٥ وحتى ٢٠٠٥، وهم الشباب البالغ أعمارهم من ١٨ - ٢٨ عاماً، ويتمتعون بالقدرة على استخدام التكنولوجيا الرقمية منذ طفولتهم، ويمكن أن نطلق عليهم المواطنون الرقميون نظراً لقدرتهم على التفاعل التقني في شتي المجالات وبصفة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، ويتفاعلون بشكل يومي مع الخطاب الديني الشبكي على مواقع التواصل الاجتماعي).

خامساً: الإطار النظري للبحث

١ - نظرية المجتمع الشبكي Network Society Theory

تأسست نظرية "كاستلز" على وصف مجتمع المعلومات العالمي الراهن "بالمجتمع الشبكي"، والذي نشأ نتيجة ظهور تكوينات جديدة بتبلور أنشطة اقتصادية رئيسية أثرت في ظروف مكانية وزمانية. كما اعتمدت عملية إعادة التنظيم على التطبيق الواسع المدى للتجديد التكنولوجي (يسن، ٢٠١٦، ص ٢٤، ٢٥). وسيقود هذا التجديد الدينامي إلى مزيد من التطور التقني وفق إيقاع سريع جداً، ينتج عنه تشكيل الأسس المادية للمجتمع عبر براديم جديد أساسه "الشبكة"، ومن ثم ننتقل إلى "مجتمع الشبكات" وهو نموذج تنظيمي جديد يتكون بالتعارض مع الزمن الواقعي والمجال الواقعي، ويفسر "مانويل كاستلز" هذا بأن مجال المجتمع الشبكي هو "مجال التدفقات" الذي تتحول فيه تجربة المكان إلى "مكان التدفقات"، وتجربة الزمان إلى "زمن لا زماني" ويعبر ذلك عن خصائص الواقع الافتراضي (هشام، ٢٠٢٢، ص ٦١).

وبهذا أكد "كاستلز" نشأة المجتمع الشبكي على أساس فيضان من التدفقات مرتبطة بالقوة، وتسبق فكرة التدفقات تدفق القوة. ويعني أن مجال التدفقات يعكس المنطق الاجتماعي المسيطر في المجتمع الشبكي (يسن، ٢٠١٦، ص ٢٥، ٢٦). ونتج عن اتساع مجال التدفقات الحرة في مجالات (الخدمات - الأفكار - البشر) انتشار ثقافة "الواقع الافتراضي Real Vitality" والتي تعني ثقافة المجتمع الشبكي اللزمانية واللامكانية في كل مكان (بارني، ٢٠١٥، ص ٣٥).

وعرف "Swite" المجتمع الشبكي بأنه (منظمة عصرية غيرت نمط الحياة من حيث الإدارة والأسلوب والممارسة، من خلال مجموعة شبكات عالمية، تتيح فرصة للتواصل بين الأفراد عبر العالم خلال الفضاء المعلوماتي، وتضم ملايين الأفراد، ويمكنهم من خلالها مشاركة الاهتمامات والميول وإقامة صداقات افتراضية، وغيرها من أوجه التفاعل التي تتم في مجالها) (Swite, 2009, P 95).

كما قصد "دارن بارني" بالشبكة "الترباط البنيوي بين مجموعة نقاط مختلفة تسمى عقد قد تكون (أفراد، أو مجموعات، أو حاسبات) متصلة بعدد أكبر من العقد، ويتم تأمين الاتصالات من خلال روابط تتقاطع مع روابط العقد الأخرى". ويتأسس المجتمع الشبكي على اقتصاد رأسمالي "معلوماتي"، وهو اقتصاد أعيد هيكلته ليعكس أولوية توليد المعرفة والمعلومات والأفكار وكيفية نشرها (بارني، ٢٠١٥، ص ٣٣).

كذلك عُرف المجتمع الشبكي بأنه (منظومة من الشبكات الإلكترونية تسمح للمشارك بإنشاء موقع خاص به، ثم يرتبط مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات من خلال مجال اجتماعي إلكتروني) وهي بذلك تعد شبكات اجتماعية تفاعلية تسمح لمستخدميها بالتواصل في أي وقت وأي مكان بالعالم، ويكون التواصل من خلال تبادل الصور أو مرئي (الدليمي، ٢٠١١، ص ١٨٣).

وتُعرف الشبكات الاجتماعية بأنها "نظام من العلاقات الاجتماعية المستقرة نسبياً، القائمة بين الأفراد من أعضاء المجتمع، ويتضمن النظام روابط ذات كثافة

عالية، وينتج عنها التفاعل والتواصل الاجتماعي الذي يؤثر في السلوك الاجتماعي (Li, et al., 2021, P 1).

ولقد بدأ التنظير للشبكات الاجتماعية من رحم علم الاجتماع، حيث عبرت الشبكات الاجتماعية عن مرحلة من مراحل الوعي الإنساني، وأصبحت الشبكات الاجتماعية متغيرًا فاعلاً في الوقت الراهن، وظهرت الدعوة للاستفادة من الفرضيات النظرية الخاصة بعلم الاجتماع لتفسير واقع الشبكات الاجتماعية (رشاد، أبريل ٢٠١٠، ص ٩٨).

ويمكن بلورة الإطار النظري لنظرية المجتمع الشبكي في مقولتين أساسيتين:

أ- مقولة البناء الشبكي

تتأسس مقولة البناء الشبكي على مجموعة من الحزم الاجتماعية التي تتكون من الأفراد أو الجماعات أو تنظيمات. ولا يشترط أن تسري التفاعلات المتبادلة التي تتم داخل البنية الشبكية في الكيان الشبكي بالكامل كما في الفرضيات التي ترتبط بالبناء الاجتماعي في التنظير التقليدي، وهنا يتم التفاعل الاجتماعي في المجال الافتراضي بين الأفراد أو الجماعات، وقد يهمل الأفراد التفاعل مع الآخرين داخل الشبكة. ويعتمد البناء الشبكي على مبدئين رئيسيين: الأول: قوة الروابط بمعنى تستمد الشبكات الاجتماعية طاقاتها من قوة الروابط بين الأفراد أو الجماعات وينتج عنها متانة البناء، ويتمثل الثاني: في خواص الروابط التي تتنوع بتنوع ميادين الاهتمام والتي تتعدد داخل البناء الشبكي (العريشي؛ الدوسري، ٢٠١٥، ص ٢٩).

ب- مقولة الاعتماد المتبادل

ترتبط مقولة الاعتماد المتبادل بتحليل الشبكات الاجتماعية، وتتأسس هذه المقولة على فرضية أساسية وهي: يمارس الاعتماد المتبادل دورًا أساسيًا في تبادل المعلومات بما يؤثر على المعتقدات والرؤى والقرارات الشخصية والجماعية. ويتشكل

الاعتماد المتبادل بحسب قوة الروابط بالدوافع المتنوعة (ترفيهية، اجتماعية، دينية) لاستخدام الشبكات الاجتماعية، ويلاحظ هنا دينامية العلاقات عبر الشبكات الاجتماعية حيث يمكن أن تضعف لارتباطها باهتمامات الأفراد التي يقل تفاعلها بما يؤثر على الاعتماد المتبادل. ويظهر هنا قدرة الشبكات الاجتماعية على تكوين الروابط والدعم المتبادل بين المتفاعلين بها (عبد العليم، أكتوبر ٢٠١٥، ص ١٠٨).

ج- المكونات الأساسية المؤثرة في الخطاب الديني الشبكي

يعمل الخطاب الديني الشبكي ضمن شبكة من التفاعلات، حيث تصبح العلاقات الاجتماعية وأنماط المعتقدات مرنة للغاية وعالمية ومترابطة. كما يوجد تحولاً في بنية وفهم كيفية عمل العوالم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في المجتمع العالمي. وهذا يخلق ما يؤكد "مانويل كاستيلز" بأن ظهور المجتمع القائم على الشبكة أصبح فيه العلاقات الاجتماعية لامركزية بشكل متزايد، ولكنها مترابطة وغالباً ما تدعمها بنية تحتية اجتماعية تقنية. وتشير فكرة الخطاب الديني الشبكي إلى أن الدين خاصةً الموجود على مواقع التواصل الاجتماعي يتم إعلامه من خلال الخصائص التكنولوجية للإنترنت من خلال تشجيع التواصل والاستجابة الفورية، وتوسيع الوصول إلى المعلومات الدينية. ويتميز الخطاب الديني الشبكي بخمس سمات مركزية وهي: المجتمع الشبكي، والهوية ذات الطوابق، والسلطة المتغيرة، والممارسة المتقاربة، والواقع متعدد المواقع (Campbell, 2012, P 5)

ويعد الخطاب الديني الشبكي نتاج لتفاعل مستمر بين عدة مكونات رئيسية تتمثل فيما يلي:

- الذات الإنسانية: بما تشمله من معارف، ومشاعر، وقيم، وعلاقات اجتماعية.
- الواقع الاجتماعي المحيط بالشخص: بمكوناته الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والثقافية، بالإضافة لسماته وظروفه.

– خصائص الوسيلة الحاملة للخطاب: بسماتها، ورموزها، وشبكة العلاقات الاجتماعية التي تتخلق في إطارها، وكذلك ما توفره من إمكانيات تفاعلية لفظية أو غير لفظية.

وبهذا يصبح الخطاب الديني الشبكي المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي نتاج للتفاعل بين المكونات أو الأبعاد الثلاثة (إلهامي، ٢٠٢٠، ص ٤٠١).

وبجانب ما سبق اقترحت (Campbell, 2010) لدراسة التشكيل الديني والاجتماعي للتكنولوجيا من خلال أربعة مجالات رئيسية: التقاليد الدينية، والتاريخ، والقيم والأولويات المجتمعية المعاصرة، والتفاوض وابتكار التكنولوجيا في ضوء المجتمع.

ومن خلال العرض السابق يُمكن توظيف نظرية المجتمع الشبكي في تحقيق أهداف البحث على النحو التالي:

– يقدم الخطاب الديني الشبكي الممارسة والثقافة الدينية في المجال العام الافتراضي من حيث نهج الشبكة حيث يتم تشكيل العلاقات والهويات والحقائق من خلال الانتماءات غير المحكومة التي أنشأتها تفضيلات المستخدم الفردي (شباب جيل Z) والاتصال عبر العلاقات التقليدية المقيدة بإحكام والتي يتم إنشاؤها من خلال التسلسلات الهرمية.

– يقترح المجتمع الشبكي أن المجتمعات تعمل كشبكات اجتماعية فضفاضة ذات مستويات مختلفة من الانتماء والالتزام الديني. يؤدي هذا إلى تحويل مفاهيم العضوية في مجتمع ثابت ومحدود جغرافياً لإبراز حقيقة أن الأشخاص يعيشون في وقت واحد في شبكات اجتماعية متعددة ناشئة ومتفاوتة العمق ومرنة وشخصية للغاية. تقدم الهوية المخزنة فهماً للذات الدينية ويكون مرناً وليس ثابتاً، ولكنه موحد من خلال الاتصال بحسابات لدعاة أو حسابات المؤسسات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- يمكن لشباب جيل Z **تجميع هويتهم** من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وزيادة المعرفة الدينية بطرق جديدة من خلال الموارد الرقمية التي تُستخدم أيضًا لربط هذه الهوية بمجموعات تنشر محتوى ديني في المجال الرقمي لترسيخ المعتقدات الدينية. وينعكس ذلك على التصورات المتغيرة والثقافة الدينية لشباب جيل Z داخل المجتمع الأوسع.
- تشير **السلطة المتغيرة** إلى أن هناك تحولًا يحدث داخل هياكل السلطة الدينية التقليدية من خلال اتجاهها لإنشاء صفحات خاصة بالخطاب الديني على مواقع التواصل الاجتماعي، ونتج عن ذلك ظهور أدوار وهياكل السلطة على مواقع التواصل الاجتماعي. وهذا يعني أن السلطة داخل البناء الشبكي تخلق تحديات بين السلطات الدينية الجديدة والتقليدية، حيث تسعى السلطة الدينية التقليدية غير المتصلين بالإنترنت إلى ترسيخ موقفهم وسيطرتهم في مواجهة المصادر التي تم تمكينها حديثًا، وإثارة قضايا الشرعية والأصالة والمكانة داخل المجال الاجتماعي.
- يخلق التفاعل الشبكي إمكانيات جديدة لأشكال الممارسة المبتكرة الفردية والمختلطة وأنماط المعرفة. ويشير الواقع إلى أن عالم الإنترنت مطبوع بوعي ودون وعي بقيم المستخدمين غير المتصلين بالإنترنت؛ لذلك فإن طرق التواجد عبر الإنترنت مرتبطة بأنماط حياة شباب جيل Z خارج الإنترنت. وهذا يعني أن هناك ترابطًا قويًا وحركة محتملة بين السياقات والتوقعات والسلوكيات عبر الإنترنت وخارجه. ويوجه هذا التداخل الأيديولوجي تفاعلات شباب جيل Z على الشبكة.
- إن تخفيف الحدود والانتماءات التقليدية الملحوظة في الخطاب الديني الشبكي لا يسلب الضوء ببساطة على كيفية أداء شباب جيل Z وإدراكهم للدين عبر الإنترنت وخارجه.

٢- نظرية المجال العام Public Sphere Theory

برز مفهوم المجال العام في أواخر القرن العشرين، وانتشر بعد ترجمة "يورجين هابرماس" كتابه (التحولات البنائية في المجال العام) إلى اللغة الإنجليزية ويعد هذا الكتاب دراسة اجتماعية تاريخية لظهور المجال العام في الغرب (Salvatore, 2007, P 129).

أسس "هابرماس" مفهوم المجال العام بالاستناد على كتابات المفكرين السابقين منهم "حنا أرنت" والتي عرضته في كتابها (Hannah, The human Conditions, 1998, P 165).

وقسم "هابرماس" المجال العام إلى بعدين؛ البعد الإمبريقي ويقصد به المجال العام كنسق مؤسسي متميز عن التفاعل الشفهي والكتابي، والثاني البعد المعياري ويتناول فيه المجال العام كمنتدى يجتمع فيه الأفراد بدون وجود قوة رسمية. وعلى ذلك يتضح استخدام "هابرماس" للمجال العام بصورة أساسية للدلالة على إتاحة المناقشة الحرة والحوار العلني دون قيود تُفرض على أفراد المجتمع، وهو بذلك مجال يتيح للأفراد مناقشة المشكلات والقضايا المشتركة بينهم، كما يتيح هذا المجال فرص التعبير الحر عن آراء المشاركين (Habermas, 1981, P 359- 361).

ويعرف "كيمب" المجال العام بأنه "ساحة من الحياة العامة التي يمكن الوصول فيها إلى موافقة عامة على قيم ومعايير تعمل كميكانيزمات لحل المشكلات الاجتماعية والسياسية". على حين عرف "كين" المجال العام بأنه "يتضمن تلك الساحات التي يتناول فيها الأفراد كل ما يحيط بهم، ويصلون إلى قرار بخصوص كيف سيعيشون معًا ويعملون بشكل جماعي في المستقبل". على حين قدم "أحمد زايد" مفهوم أكثر اتساعًا للمجال العام بأنه "عالم الحياة الاجتماعية المفتوح على كل نظم المجتمع الثقافية والاقتصادية والسياسية" (أبو دوح، ٢٠١١، ص ١٤١).

كذلك يُعرف المجال العام بأنه "ميدان عام يجمع الأفراد ذوي الاهتمامات المتقاربة لمناقشة القضايا المشتركة، وتبادل الآراء المختلفة للوصول إلى موقف مشترك، وبذلك يمكن القول إن المجال العام ينبع من المبادرات التطوعية للأفراد، وتكون هذه المبادرات مستقلة عن الدولة (Crossley, 2005, P227, 228).

وقدم "هابرماس" ثلاثة معايير مؤسسية تمثل شروط للمجال العام تتمثل فيما

يلي:

– **المعيار الأول:** تجاهل المكانة Disregard of Status: حيث يتم التأكيد على انسجام الأفراد، والتغافل دور المكانة والتسلسل الهرمي داخل المجتمع، وهنا يتم النظر إلى المجال العام على أنه منتدى موضوعي Objective Forum مستقل عن سلطة المكانة Status.

– **المعيار الثاني:** وجود مجال اهتمام مشترك بين الأفراد، حيث أصبح نقل المعلومات وتبادلها والإنتاج الثقافي، بمثابة محل اهتمام الأفراد، ومن ثم تمهد الطريق لمناقشة قضايا أخرى مشتركة.

المعيار الثالث: الشمولية Inclusivity، حيث يتح المجال العام الفرصة لجميع الأفراد للمشاركة بدون استبعاد لأحد، وبذلك يضمن المجال العام البعد عن التحيزات الشخصية، ووجود التنوع في الرؤي ووجهات النظر (Habermas, 1981, P 361).

– **الشبكات الاجتماعية مجال عام جديد**

أدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي إلى تيسير نقل البيانات والمعلومات، وبصورة تتغلب فيها على عقبات الحدود الجغرافية، كما مكنت الأفراد من الدخول إلى مختلف المواقع التي تتضمن نشر المعلومات والصور وملفات الفيديو، والحصول على معلومات متخصصة في جميع مجالات الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والدينية والثقافية، والاطلاع على البيانات الأرشيفية، بالإضافة لإتاحة المجال للقراءة

وكتابة التعليقات والمقترحات ونشرها للأخريين لقراءتها والرد عليها (Boyd- Barrett, 2004, P 50).

وساهم تفاعل المجال العام مع الإعلام الجديد -شبكات التواصل الاجتماعي- في ظهور مجال عام اجتماعي جديد، يستند على رؤي وأفكار "هابرماس" إلى حد كبير في تناوله للقضايا العامة. وكما تناول "هابرماس" المجال العام بأنه فضاء للتداول والنقاش، ويتم به التفاعل ومناقشة قضايا المجتمع المختلفة؛ فإن المجال العام الافتراضي يعتبر تجسيدًا فعليًا لآراء "هابرماس" وبصفة خاصة مجال الشبكات الاجتماعية الذي يمتلئ بالمشاركات والمناقشات المتنوعة بين شرائح المجتمع المتنوعة، وأصبحت هذه الشبكات تمثل المجال العام، واعتمد الشباب على المجال العام السيبراني كمجال عام بديل يمنحهم الفرصة لطرح آرائهم وأفكارهم.

(Brundidge, 2010, P 680).

ويؤكد ما سبق ما أشار التقرير الصادر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لرئاسة الوزراء بجمهورية مصر العربية إلى أن توزيع مستخدمي الفيس بوك وفقًا للفئة العمرية ظهر كالتالي: مثلت الفئة العمرية من (١٩ إلى أقل من ٣٠ سنة) بنسبة ٦٤.٨%، ثم الفئة العمرية (من ١٣ إلى أقل من ١٩ سنة) بنسبة ١٨.٨%. يليها الفئة العمرية (من ٣٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة) بنسبة ١٤.٣%، وأخيرًا من ٥٠ سنة فأكثر بنسبة ٢.١% (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، ٢٠١٠، ص ٥).

ومن خلال العرض السابق يُمكن توظيف نظرية المجال العام في تحقيق

أهداف البحث على النحو التالي:

- أصبحت الشبكات الاجتماعية تمثل مجال عام افتراضي يعتمده شباب جيل Z كبديل للمجال العام نظرًا لقدرته على تمكينهم من نشر أفكارهم والتعبير عن آرائهم، والبحث عن معلومات متخصصة وبخاصة في المجال الديني.

- أسهم المجال العام الافتراضي وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي في وجود مجال اهتمام مشترك يجمع شباب جيل Z، حيث أصبح نقل المعلومات وتبادلها والإنتاج الثقافي، بمثابة محل اهتمامهم، ومن ثم تمهد الطريق لمناقشة موضوعات مشتركة بينهم من جانب، وتشكيل الثقافة الدينية لديهم.

٣- نظرية الممارسة الاجتماعية Social Practice Theory

تمثل نظرية الممارسة الاجتماعية الموضوع الأساسي في سوسيولوجيا "بيير بورديو"، حاول فيها أن يقدم حلاً للفجوة بين النظرة الذاتية للعالم الاجتماعي والنظرة الموضوعية، وتوصل إلى أن العلاقة بين الذاتي والموضوعي علاقة معقدة ومتشابكة. والممارسة الاجتماعية لدى "بورديو" هي محصلة خبرات مكتسبة أو موروثية، تتضافر لتقييم الواقع المعاش، وتحديد الفعل الملائم في لحظة ما هي لحظة الممارسة. فالممارسة هي نشاط إنساني، يمارسه الفاعل النشط (Agent) الذي يمتلك القدرة على الابتكار وصنع الاختلاف (بورديو، ٢٠٠٢، ص ٣٣).

ويعرف "بورديو" الفاعل بأنه شخص محمل بخبرات متراكمة، ورأس مال نوعي يكتسبه من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والتعليم، ويولد لديه مجموعة من الاستعدادات تمكنه من ممارسة الأفعال المتنوعة في نطاق بنية محددة بشكل لا إرادي تلقائي. وحاول "بورديو" توضيح كيف تتمثل الذات الفاعلة الشروط الموضوعية- البنوية، فطور مفهوم الهابيتوس Habitus ليظهر كيف تؤثر الذات في تلك الشروط، كما أنتج مفهوم المجال Field، وأصبحت الممارسة "هي محصلة العلاقة الجدلية بين الهابيتوس والمجال". ومن جانب آخر حاول "بورديو" الكشف عن العلاقة الجدلية بين الشخص والبنية التي تضمه، وذلك بتفكيك البناء الاجتماعي إلى مجموعة من المجالات، كالمجال الديني، والاجتماعي، والثقافي...، ويحتاج كل مجال منها إلى رأس مال نوعي مختلف عن الآخر، ويمتلك الفاعلون داخل كل مجال استعدادات متباينة بتباين الرأس مال النوعي الذي يمتلكونه، وعلى ذلك ترتبط علاقات القوة داخل المجال

بهابيتوس الأفراد، وتحدد امتلاك المكانة داخله. كما تناول "بورديو" الممارسة الفردية وهي تعامل الفرد مع مجالات ولا يتعامل مع بناء اجتماعي كلي، وتحدد قدرة الأفراد على امتلاك المكانة داخل تلك المجالات المختلفة بمجموعة الاستعدادات والخبرات التي يحملها هابيتوس هؤلاء الأفراد. أما على مستوى الممارسات الجماعية القائمة في المجتمع فتتم في إطار علاقات القوة، والعنف الرمزي، وأشكال الصراع داخل المجالات ويكون موضوعها الحياة/ الإزاحة جزئية أو كلية (بدوي، ٢٠٠٩، ص ١٢).

وفيما يلي المفاهيم الأساسية لنظرية الممارسة الاجتماعية والأدوات التفسيرية لها:

أ- الهابيتوس **Habitus**

عرف "بورديو" الهابيتوس بأنه "مجموعة من الأنماط المكتسبة من المعنى والمعتقدات والسلوكيات والأذواق، ويقوم الفاعلون من خلال الممارسة ببناء العالم من خلال إنتاج المعنى، وتكون هذه الهيكلية ممكنة فقط بسبب المخططات المتجسدة التي تشكلت عبر الزمن والتي اكتسبها الشخص من خلال عملية التنشئة الاجتماعية" (Decoteau, 2016, 306).

وحاول "بورديو" أن يطور مفهوم الهابيتوس، نظرًا لاكتشافه أن لكل طبقة هابيتوس خاص بها نتج عن تماثل ظروف وجودها، مما أدى إلى انسجام وتآلف الممارسات واندماج الفردي في الجمعي، وهو ما جعل الممارسات متماثلة موضوعيًا بدون قصد، وتعتبر حالة التماثل والتوافق التام أحد المعوقات التي ينتج عنها الممارسة الآلية، وتحجب الخلق والإبداع، وتصبح الممارسة لا تقدمية وتعبر عن هيمنة وقوة الطبقة المسيطرة (أحمد، بشار، ٢٠١٧، ص ٢٠٣).

ويقسم "بورديو" الهابيتوس إلى ثلاث مستويات تتكامل وتتفاعل مع بعضها البعض، المستوى الأول: هابيتوس الفرد، والمستوي الثاني: هابيتوس الجماعة المحلية التي تحيط بالفرد (الأسرة، جماعة الأقارب، وجماعة الأصدقاء) ويشير "بورديو" إلى أن

تلك الجماعات تمتلك الهابيتوس الخاص بها والناتج عن تماثل ظروف الوجود مما يؤدي إلى توافق الممارسات واندماج الفردي في الجمعي، ويظل تأثير هابيتوس الجماعة في الفرد ممتدًا لنهاية العمر. أما المستوي الثالث: هابيتوس المجال فيري "بورديو" أن كل مجال (ثقافي، ديني) في المجتمع يمتلك الهابيتوس الخاص به، وهو عبارة عن "مجموعة الأساليب الفنية والمهارات والمعتقدات التي يجب توافرها في عضو هذا المجال دون غيره من المجالات" (بدوي، ٢٠٠٩، ص ١٧).

ب- الحقل Field

أشار "بورديو" إلى اختلاف الحقول فيما بينها، وكل حقل أو مجال له قانونه الخاص به المختلف عن غيره من المجالات في الفضاء الاجتماعي، فيختلف الصراع في المجال السياسي عن الصراع بين الفاعلين في المجال الديني، كذلك تحتاج المراكز والمناصب داخل كل مجال إلى رأس مال مختلف وكذلك هابيتوس مختلف بين الفاعلين المتصارعين على هذه المراكز. وعلى ذلك يعتبر المجال أو الحقل عند "بورديو" أداة تفسيرية تربط البناء الاجتماعي بالممارسة الاجتماعية، وهنا تصبح المجالات بمثابة البيئة التي تتم فيها عمليات إنتاج واستهلاك وتوزيع مختلف صور الموارد الرمزية والمادية، ويمكن أن تدرك بنية المجال فقط من خلال الكشف عن علاقات القوة بين الفاعلين ومراكز تمرکز المصالح في لحظة معينة.

(Bourdieu, 1993, P 72).

ج- الرأس مال النوعي

اتضح مما سبق، أن كل مجال يمتلك رأسملاً نوعياً خاصاً به، كما يكتسب الأفراد أشكالاً أساسية من أنواع الرأس مال من خلال التنشئة والتعليم. وهنا ركز "بورديو" على أربعة أشكال من رأس المال وهي: الرأس مال الاجتماعي، والرأس مال الثقافي، والرأس مال الاقتصادي، والرأس مال الرمزي. وبشكل عام يعد مفهوم الرأس مال النوعي عند "بورديو" من الأدوات التفسيرية المهمة لاستيعاب الحراك الاجتماعي

وأشكاله وصوره وأسبابه، كما يتميز بقابليته للتطوير الدائم. ومن أهم خصائص الرأس مال النوعي قابليته للتوظيف والاستثمار للحصول على رأس مال نوعي آخر من خلال العلاقات الداخلية التي تربط بينهما (بدوي، ٢٠٠٩، ص ١٢).

ومن خلال العرض السابق يُمكن توظيف نظرية الممارسة الاجتماعية في

تحقيق أهداف البحث على النحو التالي:

- يعد الخطاب الديني الشبكي وفقاً لنظرية الممارسة الاجتماعية محصلة لخبرات الأفراد المكتسبة أو الموروثة، تؤثر في ممارسة التعاليم الدينية في لحظة ما هي لحظة الممارسة في الواقع الافتراضي (عبر مواقع التواصل الاجتماعي). فالممارسة هنا نشاط إنساني، يمارسه الفاعل النشط (رجال الدين) الذين يمتلكون القدرة على الابتكار وصنع الاختلاف بتقديم محتوى ديني رقمي.

- فرضت رقمنة الدين دخوله للعالم الافتراضي، وأصبح موضوع للمشاركة من جانب فاعلين متعددين، وتحول شباب جيل Z من متلقين سلبيين إلى فاعلين في العالم الافتراضي من خلال مشاركة القضايا الدينية، كما أحدث الإنترنت تحولات عديدة في الحقل الديني، وأصبح الفضاء الرقمي مجالاً للمنافسة حول السلطة الدينية بين فاعلين اجتماعيين (رجال الدين، والمؤثرين الرقميين)، ووسيلة فعالة لتعزيز الوجود والمصادقية. وشكل انتقال الممارسات إلى الواقع الافتراضي أنماطاً جديدة للوصول إلى السلطة الدينية.

يمكن القول إن ممارسة الخطاب الديني الشبكي تتأسس على ثلاث أسس

رئيسية وهي:

- الهابيتوس الافتراضي

- تمثل مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر، ويوتيوب أهم الوسائل التقنية التي تقوم بعملية التنشئة الاجتماعية مثل غيرها من المؤسسات الاجتماعية المنوطة بالتنشئة الاجتماعية، وبهذا الشكل لا تختلف مواقع التواصل الاجتماعي

عن دور هذه المؤسسات في عملية تكوين الهابيتوس لدى شباب جيل Z نظراً لقدرتها على تشكيل شخصيتهم وإكسابهم أنماط جديدة من السلوك الاجتماعي والقيم.

- يُنتج الهابيتوس الافتراضي الممارسة الافتراضية (الخطاب الديني الشبكي)، لأنه يتضمن معرفة عملية تنظم الطرق التي ينظر بها شباب جيل Z إلى العالم الافتراضي، كما أنها معرفة تسمح بتقييم مستمر للحالات التي يخضع لها وفق سياقات معينة، مثل مشاركة الأخبار، وتصفح المواقع والصفحات، لأنها تتضمن عادات مغروسة في عمق الذات الافتراضية.

- حقل الممارسة الافتراضية

- يتكون حقل الممارسة الافتراضي من مجموعة فاعلين يشاركون في الفضاء الرقمي لإنتاج وتقديم واستهلاك المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويُجمع معاً بهدف مصلحة مشتركة، ومجموعة من علاقات القوة بين شباب جيل Z الذين يتشاركون الاهتمام بالخطاب الديني الشبكي.

- يتضمن الحقل الافتراضي قيام أنواع مختلفة من المنتجين (المؤثرون الرقميون)، والمستهلكين (شباب جيل Z) لمحتوى الخطاب الديني الشبكي بتوليد علاقات السلطة خلال الإنترنت، ويعني ذلك أن الحقول الافتراضية هي حقول يسيطر عليها مجموعة من الفاعلين الاجتماعيين، وقائمة على التمايز الرقمي.

- تتسم الحقول الافتراضية بأنها مفتوحة للمستخدمين (شباب جيل Z) وتمنحهم حق الدخول إلى أسواق افتراضية تلبى ما يناسبهم من ممارسات دينية، وتتكون الممارسة الاجتماعية في الحقل الافتراضي نتيجة بناء أفعال فردية وجماعية بناء على طريقة يختارها الفاعلين ضمن سياق اجتماعي معين تمارس فيه الأنشطة الدينية.

- رأس مال الحقل الافتراضي

- يرتبط رأس المال بمفهوم الحقل بصورة كبيرة، ويحول مفهوم رأس المال مجموعة نادرة من الموارد والخبرات، مثل رأس المال الثقافي في صورة معارف وخبرات وآداب السلوك والتي تسهم في زيادة رأس المال المادي، ورأس المال الاجتماعي في صورة شبكة العلاقات مع الأصدقاء والنخب الدينية.
- تتوفر هذه الأنواع من رأس المال عبر الحقول الافتراضية، ويتنافس عليها مجموعة من الفاعلين الافتراضيين (خبراء الدين، والدعاة الجدد) ويسعون لتعزيزها.
- يتميز العالم الافتراضي بأنه ذو طبيعة رأسمالية تكنولوجية، لأنه يتضمن التسويق والاستهلاك الذي أصبح يستلزم الاعتماد على مواقع التواصل وخلق نظام معلوماتي يسهم في توفير المعلومات ومعالجتها وتوزيعها، كما يتميز العالم الافتراضي بأنه قائم على الاقتصاد الرقمي لأنه خاضع للتبادلات الاقتصادية بين العديد من الفاعلين الاجتماعيين والذي يسمح بدوره بتوفير رأس المال المادي واحتكاره، والذي أصبح مرتبطاً بإنتاج المعلومة في إطار الاقتصاد المعلوماتي.
- يظهر رأس المال المادي من خلال كفاءة (رجال الدين، والدعاة) في تحويل رأس المال الثقافي (المعرفة لدى رجال الدين التي تمكنهم من تفسير الدين وتوزيعه على المستهلكين وبخاصة شباب جيل Z) في العالم الافتراضي إلى رأس مال مادي، وهذا ما يتضح في الخطاب الديني الشبكي، حيث يعتمد رجال الدين والدعاة على رأس مالهم الثقافي في تقديم مساهمات قيمة بمشاركة خبراتهم ومعارفهم.
- تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بقدرتها على توفير رأس مال اجتماعي بين مستخدميها (شباب جيل Z)، ويتجه المؤثرون (رجال الدين، والدعاة) إلى زيادة عدد المتابعين والتي تعد مؤشراً على مكانتهم في العالم الافتراضي.

وطرحت المقولات النظرية السابقة بعض القضايا الأساسية ساهمت في تفسير موضوع البحث كما يلي:

أ- الخطاب الديني الشبكي وبناء الهايبتوس الديني

تناول "بيير بورديو" الدين بأنه نسقاً رمزياً أو عالم من الرموز، ويُشكل الدين جزءاً لا ينفصل عن المنظومة الرمزية، وما ينتج عنه من خطاب يندرج تحت عملية الإنتاج الرمزي. ويُفهم الدين كجزء من المنظومة الرمزية للمجتمع، إلا أنه يُشكل حقلاً رمزياً مستقلاً يمتلك قدر من الاستقلال البنائي، وقادر على صياغة أبنية أخرى، كما يتسم بالتدفق والمرونة، وقادر على التواصل مع الحقول الأخرى، ويمتلك القدرة على تنوع المعاني والوظائف، ولهذا فإن المعتقدات الدينية والرسائل الدينية المختلفة تُفسر وفقاً للسياق الذي تُنشر فيه، وتأخذ معانٍ متنوعة عند دخولها في نطاق الحقول الأخرى (زايد، ٢٠١٧، ص ٥٢، ٥٣).

كما اعتنت المدرسة النقدية في علم الاجتماع بالتحويلات الناتجة عن منظومة الحداثة على البناء الديني، وظهر هذا في تحليل "هابرماس" للتحويلات التي طرأت على الدين في المجتمع المعاصر، حيث عرض "هابرماس" لتأثير التطور العلمي والتكنولوجي السلبي على الممارسات التقليدية والمعتقدات الدينية، وارتبطت هذه التحويلات بأفاق جديدة للمعنى تقدم فيها مفهوم العلم والعقل على مفهوم الدين، وأصبح المجتمع يستمد شرعيته من الدور الذي تمارسه الجوانب التقنية والعقلية وليس من العقيدة الدينية، وترتب على ذلك أن أصبح الدين ورموزه والمعاني المرتبطة به وممارساته يشكل مجالاً للبحث من جانب العقلية التقنية، فالعقل التقني قادر على إخضاع المعتقدات الدينية للمناقشة وتحويلها إلى النطاق الفردي، ويتأسس العقل التقني على الرؤى المتنوعة والتعددية، وعلى ذلك يمكن أن تصبح المعتقدات الدينية خاضعة لهذه التعددية، وأوضح ما سبق رؤية "هابرماس" لإدخال الدين إلى المجال العام ذلك الفضاء المستقل في الحرية والنقاش وتداول الأفكار (زايد، ٢٠١١، ص ٣).

كما عالج "بورديو" فكرة الهابيتوس باعتبارها "انساقاً من الاستعدادات المستدامة والقابلة للنقل" وكما أنها المحرك الأساسي للفاعلين الاجتماعيين بوصفها مبادئ منظمة لممارسات وتمثيلات تتأقلم موضوعياً مع أهدافها دون رؤية واعية للغايات. فهو بمثابة "الطابو" أو الشيء المقدس لدى الشعوب القديمة أو التطبيع الاجتماعي في المجتمع التقليدي ويحافظ على النسق القيمي (حميدات، ٢٠٢١، ص ٣١٥).

كذلك حل "بيير بورديو" الهابيتوس Habitus الذي يتكون من الاستعدادات الثابتة والأبنية المستقرة التي تعمل بصفاتها مبادئ ترتب الممارسات التي تؤدي تلقائياً دون وعي بوسائل وأهداف محددة أي بدون قصد. ويتشكل الهابيتوس خلال عملية مستمرة من التنشئة الاجتماعية، ولذلك فإنه يتسم بالاستقرار ويعمل بصورة آلية، لأن الأفراد يتعايشون في إطاره الثقافي ويُمكنهم من التمسك برموزهم وعاداتهم الخاصة، ومن ثم يحافظوا على تميزهم الاجتماعي. وهنا أكد "بورديو" أن الهابيتوس يؤسس التميز أو التمايز Distinction الذي يتضح من خلال تقاطعات اجتماعية، ويظهر الهابيتوس الخاص بكل طبيعة في وسائل الاستهلاك وما يحيط بها من أكواد ثقافية ورموز (زايد، ٢٠١٧، ص ٥٣ - ٥٥).

وركز "بورديو" على أهمية الهابيتوس ومكوناته ووظيفته، فمن حيث البنية هو مجموعة من التصورات والمعتقدات التي ترسخت في الشعور واللاشعور الفردي والجمعي، وتساعد الشخص على استيعاب العادات والأعراف والقيم الاجتماعية والتجارب بصورة جيدة، كما أنه آلية المجتمع في التعامل مع الشخص، وهو صفات تتمثل في الجانب العقلي والنفسي ورد فعل جسدي تشكل أهم الاستعدادات التي يقوم بها الفاعلين الاجتماعيين في مجال التكيف مع الواقع الاجتماعي (سكوت، ٢٠١٣).

وأشار "بورديو" إلى الآلية التي يعمل وفقاً لها الهابيتوس وعبر عنها من خلال المعادلة هابيتوس + رأس المال + حقل = ممارسة، ووفقاً لتلك المعادلة فإن الممارسة التي

يقوم بها الفاعل الاجتماعي يمارسها الفاعل داخل حقل أو فضاء معين، وبالتالي فالمعادلة تعبير عن العلاقة بين الهابيتوس وبنية الحقل (حميدات، ٢٠٢١، ص ٣١٦).

وعلى الرغم من أن "بورديو" لم يستكشف العلاقة المباشرة التي تربط بين "الهابيتوس" و "العالم الافتراضي" إلا أنه يمكن القول إن العالم الافتراضي عبارة عن حقول اجتماعية، وكل من الهابيتوس والحقل بنيتان متشابهتان، ويسهم كل منهما في بناء الآخر (Ignatow, Robinson, 2017, P 954).

وترتبط مواقع التواصل الاجتماعي بشبكة الإنترنت، وتمارس أدوار مهمة في الانتقال بالعقل من العالم المادي إلى العالم الافتراضي، وهنا تتأثر تجارب الأفراد في الواقع الافتراضي بصورة كبيرة بالخلفية الثقافية والاجتماعية لديهم. وتعتبر عملية الممارسة في العالم الافتراضي بمثابة علاقة بين (الهابيتوس) أي استعدادات الفرد و (رأس ماله) أي موقعه في إطار سياق اجتماعي معين (حقل) أو مجال على الإنترنت Online Fields التي تشكل عالمنا الافتراضي (Czaja, 2011, P 4).

ومن جانب آخر، استفادت الأديان من انتشار الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وبالنظر للخطاب الديني الشبكي فهو ظاهرة تركبت من الهندسة الاجتماعية للمواطن الرقمي داخل المجتمع الافتراضي، نتيجة لتوسع جغرافية العولمة الرقمية نتج عنها متغيرات أظهرت جماعة لها خصائص تميزها كجماعة دينية (بليل، ٢٠٢٢، ص ٥٩٥).

ويتم تكوين الهابيتوس في العالم الافتراضي من خلال تشكيل مجموعة من الأشكال التي يعبر عنها، وهنا يسهم العالم الافتراضي في بناء مجموعة من الاستعدادات في شخصية الإنسان الرقمي، ويصبح الهابيتوس الافتراضي واقعا وقادر على تحديد أذواق الأفراد وطريقة تفكيرهم، ويوجههم إلى اختيارات معينة وممارسات ذات طابع افتراضي. ويتشكل الهابيتوس الافتراضي من مجموعة تصرفات وميول

واتجاهات تنظم الطرق التي ينظر بها الأفراد إلى العالم الافتراضي، ويتم مشاركة هذه الميول والاتجاهات بين أفراد لهم خلفية مماثلة من حيث الطبقة الاجتماعية والتعليم والدين، وتكتسب من خلال التقليد والمحاكاة، وتمثل خبرات فردية لفاعلين اجتماعيين. ويتميز الهايبتوس الافتراضي بسماحه للفاعلين الافتراضيين بتدبير الممارسة الاجتماعية وتقييمها على مستوي الإنتاج والتلقي في العالم الرقمي. فالهايبتوس الافتراضي هو نسق من الاستعدادات المكتسبة داخل السياق الرقمي، حيث يتم تكوين الهايبتوس لصياغة مجموعة من الاستعدادات الدائمة في شخصية الأفراد من خلال عملية النقل الثقافي لخصائصها الجوهرية إلى مستخدميها بمعنى (تطبع خصائصها) على الأفراد والجماعات (فرح، ٢٠١٩، ص ٨).

ب- الخطاب الديني الشبكي وتشكيل رأس المال الديني

تتقلنا رؤية "بيير بورديو" لمفهوم الهايبتوس إلى الحقل الديني، حيث نجد إمكانية تشكل رأس المال الديني للشخص من خلال ما يمتلكه من اتجاهات واستعدادات اكتسبها من عملية التنشئة الاجتماعية، وبهذا يمكن القول أن الهايبتوس هو المؤسس لرأس المال الديني، حيث يُمثل الهايبتوس الوسيط الذي ينقل منه المعارف الدينية عبر عملية إنتاجها الرأسية، ويخلق الهايبتوس بجانب عمله كوسيط قدرًا من التنوع في عملية استقبال المنتجات الثقافية التي تنتقل عبر الهايبتوس فتخلق تنوعًا في مستويات تملك رأس المال الديني لدى المستهلكين (زايد، ٢٠١٧، ص ٥٥).

وعرف "أناكون" رأس المال الديني بأنه "الخبرات والمهارات الخاصة بعقيدة الفرد، ويتضمن المعرفة الدينية والإحساس بالسلام مع شعائر العقيدة". ويعد رأس المال الديني سلعة واسعة الانتشار يتم التحكم فيها عن طريق نماذج مركبة للإنتاج والتوزيع والتبادل والاستهلاك، ومن جانب آخر يتضمن رأس المال الديني عدد من القيم، ويمكن أن يحقق الشخص باستثماره الجيد تقدمًا اجتماعيًا واقتصاديًا، وتتضح هذه الرؤية من خلال النظر إلى العدد الكبير من القيادات الدينية أو إلى الدعاة الجدد المنتشرين في

الوطن العربي. ومن جانب آخر يشير رأس المال الديني إلى درجة امتلاك وسيطرة الثقافة الدينية على الشخص، من خلال تعلم الفرد للمعرفة والمهارات والشعائر الدينية، ويعتمد الشخص على ما يمتلكه من رصيد في تبادل وتدوير هذا الرصيد إلى أشكال أخرى من رأس المال، بغرض تحقيق منافع مختلفة (أبو دوح، ٢٠١٤، ص ١٤٢، ١٤٣).

وبهذا فإن رأس المال الديني قابل للتحويل مثله مثل الأشكال الأخرى من رأس المال، ويمكن القول إنه قابل للخضوع للعملية التي أطلق عليها "بورديو" مصطلح "تدوير رأس المال" حيث يمكن أن يتحول رأس المال الديني إلى رأس مال اقتصادي، كما يمكن نقل وتوريث رأس المال الديني من جيل إلى آخر (ليلة، ٢٠٠٧، ص ٤٢، ٤٣).

ومن جانب آخر، أوضح "بيير بورديو" ارتباط الدين بمنظومة إعادة الإنتاج الثقافي في المجتمع، كما يرتبط بتكوين رأس المال الثقافي والرمزي، ويتوزع رأس المال الديني بشكل مختلف وفقاً لمدى قرب أو بُعد الفرد من مركز إنتاج المعارف والتفسيرات الدينية التي تُكون كيان رأس المال الديني. ويفرز المجال الديني منتجات للمعارف الدينية (خبراء الدين)، كما ينتج مستهلكين لهذه المعارف وهم الأفراد العاديون المستقبليين ما يُلقى عليهم من الخبراء. ويتجمع رأس المال الديني عند الفئة الأولى (الخبراء) وتملك الفئة الثانية (المستهلكين) منه القليل. وتقترب هذه الرؤية من وجهة نظر الاقتصاد السياسي فهو تحليل يقوم على علاقات العرض والطلب، بمعنى علاقات بين منتجين ومستهلكين، وهنا أشار "بورديو" إلى أنها علاقات موضوعية تكشف حقيقة التفاعل بين الخبراء في الدين وبين العامة، ويُفهم من المعاني الذاتية لهذه العلاقة أنها تشبه علاقة السوق أي العلاقة بين طالب سلعة ومروج السلعة. وهنا يذهب "بورديو" في تفسيره لهذا المعنى في الخطاب بأنه خطاب يرسخ تعايش الأضداد، ويستمر في الوجود من خلال التوسع الدائم في المواقع الدينية التي تتحول بالتدريج إلى (شريك اقتصادي) (زايد، ٢٠١٧، ص ٥٣، ٥٤).

سادساً: الإجراءات المنهجية للبحث

١ - نوع البحث

ينتمي هذا البحث للدراسات الوصفية التحليلية، ويهدف لتحليل الظاهرة وكشف العلاقات بين عناصرها الأساسية للوصول إلى تفسير هذه الظاهرة وتقديم نتائج تساهم في تطوير الواقع. ويهدف البحث الحالي إلى التعرف على تأثير الخطاب الديني الشبكي على شباب جيل Z.

٢ - منهج البحث

اعتمد البحث الراهن على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وهو منهج علمي يستخدم عند وجود عدد كبير من المفحوصين ويلزم التعرف على بيانات دقيقة عنهم من خلال التواصل المباشر أو عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة.

٣ - أدوات جمع البيانات

أ- الاستبيان

تم استخدام الاستبيان الإلكتروني، والذي يرتبط بقاعدة بيانات متصلة بالإنترنت ويتم من خلاله جمع البيانات المطلوبة وتصنيفها وتخزينها استعداداً لتحليلها، ويعد الاستبيان الإلكتروني أكثر شيوعاً في الاستخدام نظراً لانخفاض تكلفته، وسرعة الاستجابة له، وارتفاع معدلات الاستجابة (Jansen, et al., 2007, P 2).

وتم تصميم استمارة استبيان إلكترونية للتعرف على تأثير الخطاب الديني الشبكي على شباب جيل Z. وضممت الاستمارة الإلكترونية وفق عدد من المحاور كما يلي: المحور الأول يتضمن خصائص عينة البحث، وتناول الثاني التعرف على طبيعة استخدام شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي، وتضمن المحور الثالث: تحديد مدى الثقة لدى شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي، والمحور الرابع: تحديد القيم التي

ينشرها الخطاب الديني الشبكي في المجال العام الافتراضي، وشكل المحور الخامس: أهم القضايا التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي، واتجه المحور السادس للكشف عن مدى الاعتماد على الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z. وأخيرًا المحور السابع اختص بتقديم مقترحات شباب جيل Z نحو تحسين الخطاب الديني الشبكي.

- المقابلة المتعمقة

تم إجراء مقابلات متعمقة مع خمسة شباب في الفئة العمرية لجيل Z، وتضمنت محاور المقابلة البيانات الأولى، وطبيعة استخدام شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي، بالإضافة لمدى الثقة لدى شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي، وأهم القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي في المجال العام الافتراضي، كذلك أهم القضايا التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي، ومدى الاعتماد على الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z. وأخيرًا تقديم مقترحات شباب جيل Z نحو تحسين الخطاب الديني الشبكي.

٤- الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث

قامت الباحثة بتفريغ وتحليل الأداة من خلال برنامج التحليل الإحصائي SPSS وتم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والمتوسطات الحسابية والنسب المئوية.
- تم استخدام اختبار مربع كاي لتحديد الفروق بين تكرارات استجابات أفراد عينة الدراسة.
- تم استخدام اختبار مربع كاي لدراسة العلاقة بين المتغيرات الديمغرافية (العمر والمستوى التعليمي والنوع) وفرضيات البحث.

٥- مجتمع البحث

يمثل مجتمع البحث شباب جيل Z الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي والتي يتم نشر خطاب ديني بها (فيس بوك، انستجرام، تويتر، واتس آب...).

٦- عينة البحث وإجراءات اختيارها

يعد تحديد العينة من أهم المشكلات التي تواجه الباحثين، ومع صعوبة تحديد عينة عشوائية على مستخدمي الإنترنت، بالإضافة إلى صعوبات تطبيقها من الناحية المادية والبشرية، اعتمد البحث على عينة عمدية تكونت من ٣٠٠ مفردة من شباب جيل Z. وتم تطبيق البحث الميداني من مارس ٢٠٢٣ وحتى يوليو ٢٠٢٣.

- مبررات اختيار عينة البحث

تم تحديد مجموعة من الخصائص لهذه العينة تمثلت كما يلي:

١- التطبيق على شباب جيل Z وهم الأشخاص الذين ولدوا خلال الفترة ما بين ١٩٩٥ وحتى ٢٠٠٥.

٢- مراعاة تنوع الفئات العمرية من (١٨ - ٢٨ سنة).

٣- تمثيل الذكور والإناث.

٤- امتلاك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، ومتابعين للخطاب الديني الشبكي.

٥- مراعاة التنوع في المستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية، ومحل الإقامة (ريف، حضر).

٧- خصائص العينة

جدول (١) خصائص عينة البحث

المتغير	التكرار	%	
النوع	أنثى	١٧٩	59.67
	ذكر	١٢١	40.33
	الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%
مستوى دلالة كا ^٢ / دال عند ٠.٠٥			
الفئة العمرية	من ١٨- إلى أقل من ٢٠	٦٦	22.00
	من ٢٠ إلى أقل من ٢٢	٥٥	18.33
	من ٢٢ إلى أقل من ٢٤	٩٧	32.35
	من ٢٤ إلى أقل من ٢٦	٥٥	18.32
	من ٢٦ إلى ٢٨	٢٧	9.00
	الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%
مستوى دلالة كا ^٢ / دال عند ٠.٠٠١			
الحالة الاجتماعية	أعزب	٢٣١	77.00
	متزوج	٦٩	23.00
	الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%
مستوى دلالة كا ^٢ / دال عند ٠.٠٠١			
المستوي التعليمي	طالب	١٣٥	45.00
	مؤهل عال	١٢٤	41.34
	دراسات عليا	٤١	13.66
	الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%
مستوى دلالة كا ^٢ / دال عند ٠.٠٠١			
محل الإقامة	ريف	٩٧	32.33
	حضر	٢٠٣	67.67
	الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%
مستوى دلالة كا ^٢ / دال عند ٠.٠٠١			

يوضح جدول (١) خصائص عينة البحث كما يلي:

– النوع: مثلت النسبة الأكبر الإناث بنسبة 59.67%، يليها الذكور بنسبة 40.33%.

– **الفئة العمرية:** جاء في الترتيب الأول الشريحة العمرية (٢٢ إلى أقل من ٢٤) سنة بنسبة ٣٢.٣٥%، ثم الشريحة العمرية من (١٨ إلى أقل من ٢٠) سنة بنسبة ٢٢%، يليها الشريحة العمرية (٢٠ إلى أقل من ٢٢) بنسبة ١٨.٣٣%، يليها الشريحة العمرية من (٢٤ إلى أقل من ٢٦) سنة بنسبة ١٨.٣٢%، وأخيرًا الشريحة العمرية من (٢٦ إلى ٢٨) سنة بنسبة ٩%.

وتتفق النتائج السابقة مع التقرير الصادر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لرئاسة الوزراء بجمهورية مصر العربية إلى أن أكثر الفئات العمرية المستخدمة للفييس بوك هي الفئة العمرية من (١٩ إلى أقل من ٣٠ سنة) بنسبة ٦٤.٨%، ثم الفئة العمرية (من ١٣ إلى أقل من ١٩ سنة) بنسبة ١٨.٨%.

– **الحالة الاجتماعية:** جاء في الترتيب الأول أعزب بنسبة ٧٧%، يليها متزوج بنسبة ٢٣%، ويفسر ذلك بأن معظم العينة ما زالت في مرحلة التعليم.

– **المستوى التعليمي:** في الترتيب الأول طالب بنسبة ٤٥%، يليها مؤهل عال بنسبة ٤١%، وأخيرًا دراسات عليا بنسبة ١٣.٦٦%.

– **محل الإقامة:** جاء في الترتيب الأول المقيمين بالحضر بنسبة ٦٧.٦٧%، يليها المقيمين بالريف بنسبة ٣٢.٣٣%.

سابعاً: عرض وتحليل نتائج البحث

المحور الأول: طبيعة استخدام شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي

يستهدف هذا المحور التعرف على طبيعة استخدام شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي، من حيث أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها لمتابعة الخطاب الديني الشبكي، وأنماط تفاعله معه، ومدى إمكانية أن تصبح مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر الخطاب الديني الشبكي، ونتناول ذلك كما يلي:

١- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها شباب جيل Z ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل تجمعات اجتماعية افتراضية من أماكن متفرقة من العالم، أتاحت تبادل المعارف والأفكار والآراء، وتتنوعت مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها شباب جيل Z كالتالي:

جدول (٢) أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها شباب جيل Z

أهم المواقع	التكرار	%	كا
فيس بوك	١٦٤	38.86	دال عند ٠.٠٠١
واتس آب	١٠٨	25.59	
انستجرام	٥٣	12.56	
تويتر	١٤	3.32	
يوتيوب	١٤	3.32	
الجميع	٦٩	16.35	
الإجمالي	٤٢٢	%١٠٠	

يوضح جدول (٢) أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها شباب جيل Z، وجاء الفيس بوك في الترتيب الأول بنسبة ٣٨.٨٦%، يليه واتس آب بنسبة ٢٥.٥٩%، ثم استخدام جميع مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٦.٣٥%، ثم انستجرام بنسبة ١٢.٥٦%، وأخيراً يتساوى كل من تويتر واليوتيوب بنسبة ٣.٣٢%.

ولاحظت الباحثة أنه بالنظر للنسب السابقة والتي تعبر عن استخدام العينة من شباب جيل Z لأهم تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، نجدتها تتوافق مع أعداد مستخدمي تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي عالمياً، حيث جاء في الترتيب الأول فيسبوك بإجمالي ٢.٩٥ مليار مستخدم، يليه واتساب بإجمالي ٢.٧ مليار مستخدم، ثم انستجرام بإجمالي ٢.٣٥ مليار مستخدم ثم يوتيوب بإجمالي ٢.٧ مليار مستخدم، وأخيراً تويتر بإجمالي ٤٥٠ مليون مستخدم.

وفي هذا الإطار أكدت (الحالة الرابعة) "متابع الخطاب الديني على الفيس بوك، وكمان بتابع قنوات على التليجرام زي قناة حازم شومان، ولو فيه سؤال محيرني وعاوز إجابته عليه بسرعة بدخل على جوجل وأشوف إجابته عند العلماء". كما أشارت هنا (الحالة الثالثة) "ممكن أشوف مواقع أو يوتيوب ديني ثلاث أو أربع ساعات وأتعلم منها على حسب طريقة الشيخ أو اللي بيلقي الخطاب الديني ده، وخاصة لو كان الشيخ المفضل لي بتابع دائماً كل جديد بينزله، وكمان متابع البرامج الدينية على القنوات التليفزيونية زي برنامج حائل لمصطفى حسني، وبرنامج روائع الشيخ الشعراوي". كما أوضحت (الحالة الأولى) "أنا منزل تطبيق إلكتروني اسمه مسلمون ودا بيضم كل القرآن الكريم والأحاديث وتفسير الآيات صوت وصورة بلاقي فيه إجابات لأي سؤال عندي".

وانتقلت النتائج السابقة مع نتائج دراسة (البناء؛ وآخرون، ٢٠١٧) والتي أكدت تصدر الفيس بوك مواقع الشبكات الاجتماعية التي يفضلها الشباب ويتابعها بصفة دائمة. كما انتقلت النتائج مع نتائج دراسة (Ozkan, Solmaz, 2015) التي توصلت إلى أن جيل Z استخدموا الهواتف الذكية كأدوات اتصال ووسيلة تمكنهم من الوصول لتطبيقات التواصل الاجتماعي التي تلبي رغبتهم.

وتتفق النتائج السابقة مع رؤي "هابرماس" عن المجال العام بأنه فضاء للتداول والنقاش، ويتم به التفاعل ومناقشة قضايا المجتمع المختلفة؛ وفي هذا السياق فإن المجال العام الافتراضي يعتبر تجسيداً فعلياً لآراء "هابرماس" وبصفة خاصة مجال

الشبكات الاجتماعية الذي يمتلئ بالمشاركات والمناقشات المتنوعة بين شرائح المجتمع المتنوعة، وأصبحت هذه الشبكات تمثل المجال العام، واعتمد الشباب على المجال العام السيبراني كمجال عام بديل يمنحهم الفرصة لطرح آرائهم وأفكارهم وتتفق النتائج السابقة مع رؤي نظرية الممارسة الاجتماعية، حيث يتأسس الخطاب الديني على ثلاث دعائم أساسية، يمثل الهايبتوس الافتراضي أحدها ويعني هنا أن مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وواتس آب وتويتر، ويوتيوب أصبحت تمثل أهم الوسائل التقنية التي تقوم بعملية التنشئة الاجتماعية مثل غيرها من المؤسسات الاجتماعية المنوطة بالتنشئة الاجتماعية، وبهذا الشكل لا تختلف مواقع التواصل الاجتماعي عن دور هذه المؤسسات في عملية تكوين الهايبتوس لدى شباب جيل Z نظرًا لقدرتها على تشكيل شخصيتهم وإكسابهم أنماط جديدة من السلوك الاجتماعي والقيم.

وكذلك يمكن تفسير النتائج السابقة مع الرؤية النظرية التي نقلها (Li, et al., 2021, P 1) عن الشبكات الاجتماعية وكونها نظام من العلاقات الاجتماعية المستقرة نسبيًا، القائمة بين الأفراد، ويتضمن النظام روابط ذات كثافة عالية، وينتج عنها التفاعل والتواصل الاجتماعي داخل تلك الشبكات الاجتماعية والذي يؤثر في السلوك الاجتماعي.

٢- أنماط تفاعل شباب جيل Z مع محتوى الخطاب الديني الشبكي

جدول (٣) أنماط تفاعل شباب جيل z مع محتوى الخطاب الديني الشبكي

كا ^٢	%	التكرار	أنماط تفاعل شباب جيل Z
دال عند ٠.٠٠١	49.67	149	أسجل إعجابي بالمشاركات الدينية
	13.00	39	التعليق على المضمون المثار عن بعض القضايا المطروحة على هذه الصفحات
	37.33	112	أشارك مضمون الخطاب الديني الشبكي على صفحتي
	%100	٣٠٠	الإجمالي

يوضح جدول (٣) أنماط تفاعل شباب جيل Z مع محتوى الخطاب الديني الشبكي، فجاء في الترتيب الأول تسجيل الإعجاب بالمشاركات الدينية بنسبة ٤٩.٦٧%، يليه مشاركة مضمون الخطاب الديني على صفحتي بنسبة ٣٧.٣٣%، وأخيرًا التعليق على المضمون المثار عن بعض القضايا المطروحة على هذه الصفحات بنسبة ١٣%. ويوضح ذلك تنوع أنماط تفاعل شباب جيل Z وبصفة خاصة الإعجاب بمحتوى الخطاب الديني الشبكي ومشاركة مضمونه ونشره على صفحاتهم مما يؤكد اهتمام هذه الفئة العمرية بمتابعة الخطاب الديني الشبكي.

ويتفق ما سبق مع الرؤية النظرية لمقولة الاعتماد المتبادل داخل الشبكات الاجتماعية، والتي تؤكد أن الاعتماد المتبادل يمارس دورًا أساسيًا في تبادل المعلومات بما يؤثر على المعتقدات والرؤى والقرارات الشخصية والجماعية. ويتشكل الاعتماد المتبادل بحسب قوة الروابط بالدوافع الدينية لاستخدام الشبكات الاجتماعية، ويظهر هنا قدرة الشبكات الاجتماعية على تكوين الروابط والدعم المتبادل بين المتفاعلين بها من شباب جيل Z.

كما يُفسر ما سبق في ضوء مقولات نظرية الممارسة الاجتماعية فمع رقمنة الدين ودخوله للعالم الافتراضي، أصبح الخطاب الديني الشبكي موضوع للمشاركة من جانب فاعلين متعددين، وتحول شباب جيل Z من متلقين سلبيين للخطاب الديني في الواقع، إلى فاعلين في العالم الافتراضي من خلال التفاعل ومشاركة القضايا الدينية، والمشاركة في نقل محتوى الخطاب الديني الشبكي.

وكذلك يتفق ما سبق مع الرؤية النظرية لـ (Campbell, 2012) التي تؤكد أن فكرة الخطاب الديني الشبكي على مواقع التواصل الاجتماعي تنتشر نتيجة لتشجيع التواصل والاستجابة الفورية، وتوسيع الوصول إلى المعلومات الدينية.

٢- إمكانية أن تصبح مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر الخطاب الديني الشبكي.

جدول (٤) إمكانية أن تصبح مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر الخطاب الديني الشبكي

كأ	%	التكرار	مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لنشر الخطاب الديني
دال عند ٠.٠٠١	89.00	٢٦٧	نعم
	11.00	٣٣	لا
	%100	٣٠٠	الإجمالي

يظهر جدول (٤) مدى إمكانية أن تصبح مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر الخطاب الديني الشبكي حيث أضح موافقة ٨٩% على ذلك، على حين رفض ١١% ذلك.

ويتفق ما سبق مع الرؤية النظرية لـ (Campbell, 2012) التي تؤكد أن فكرة الخطاب الديني الشبكي خاصةً الموجود على مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد على زيادة الانتشار لتوسيع الوصول إلى المعلومات الدينية.

المحور الثاني: مدى ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي:-

يستكشف المحور الراهن مدى ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي، من خلال التعرف على أهم الصفحات الدينية التي يتابعها شباب جيل Z على مواقع التواصل الاجتماعي، وأسباب هذه المتابعة، ومدى الثقة في محتوى الخطاب الديني الشبكي، ويتضح ذلك كما يلي:

١- أهم الصفحات الدينية التي يتابعها شباب جيل Z على مواقع التواصل الاجتماعي يعتمد الخطاب الديني الشبكي على عدة ركائز أهمها ظهور الممارسة الدينية داخل مجال اجتماعي مميز مبني من تفاعلات شبكية ومنها الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي ويمكن الكشف عنها كما يلي:

جدول (٥) أهم الصفحات الدينية التي يتابعها شباب جيل Z على مواقع التواصل الاجتماعي

كأ	%	التكرار	أهم الصفحات الدينية التي يتابعها شباب جيل Z
دال عند ٠.٠٠١	58.00	174	الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية
	27.67	83	صفحات الدعاة الجدد
	14.33	43	صفحات الدعاة الرسميين
	%100	٣٠٠	الإجمالي

يشير جدول (٥) إلى تنوع الصفحات الدينية التي يتابعها شباب جيل Z على مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في المقدمة الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية بنسبة ٥٨%، يليها صفحات الدعاة الجدد بنسبة ٢٧.٦٧%، وأخيرًا صفحات الدعاة الرسميين بنسبة ١٤.٣٣%.

وفي هذا السياق أشارت (الحالة الخامسة) إلى متابعتها للصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية، وأكدت "بتابع صفحات الأوقاف والأزهر، وكمان بتابع فيديوهات دينية لشيوخ الأزهر وبهتم بمتابعتها". على حين أكدت (الحالة الثانية) بتابع الصفحات الرسمية لدار الإفتاء والأزهريين - رمضان عبد المعز - لأنهم يعرضوا المحتوى الديني وفي نفس الوقت مش متشددين، وبيردوا علينا في إطار الحلال والحرام، مش متزمتين، أما الدعاة اللي دعوتهم شديدة للحلال والحرام ببعد عنهم جدًا ولو حد من زمايلي شير لهم مش يحاول أقرأها".

ويمكن تفسير النتائج السابقة في ضوء مقولات نظرية الممارسة الاجتماعية، حيث تتأسس ممارسة الخطاب الديني الشبكي على أساس حقل الممارسة الافتراضي، ويتضمن الحقل الافتراضي قيام أنواع مختلفة من المنتجين (الدعاة)، والمستهلكين (شباب جيل Z) لمحتوى الخطاب الديني الشبكي بتوليد علاقات السلطة خلال الإنترنت، ويعني ذلك أن الحقول الافتراضية هي حقول يسيطر عليها مجموعة من الفاعلين الاجتماعيين، وقائمة على التمايز الرقمي. كما تتسم الحقول الافتراضية بأنها

مفتوحة للمستخدمين (شباب جيل Z) وتمنحهم حق الدخول إلى أسواق افتراضية تلبى ما يناسبهم من ممارسات دينية، وتتكون الممارسة الاجتماعية في الحقل الافتراضي نتيجة بناء أفعال فردية وجماعية بناء على طريقة يختارها الفاعلين ضمن سياق اجتماعي معين تمارس فيه الأنشطة الدينية.

ويمكن للباحثة تفسير ما سبق، من خلال التحولات التي حدثت مع انتشار الإنترنت ودخول الحقل الديني للفضاء الرقمي، وأصبح الفضاء الرقمي مجال للمنافسة حول السلطة الدينية بين فاعلين اجتماعيين (رجال الدين، والمؤثرين الرقميين)، ووسيلة فعالة لتعزيز الوجود والمصادقية. وشكل انتقال الممارسات إلى الواقع الافتراضي أنماطا جديدة تحاول الوصول إلى السلطة الدينية. وتشير النتائج إلى اعتماد شباب جيل Z للصفحات الدينية الرسمية، ويؤكد ذلك على تمكن السلطة الدينية الرسمية من الخطاب الديني الشبكي على مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- أسباب متابعة شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي

جدول (٦) أسباب متابعة شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي

أسباب المتابعة	التكرار	%	كا
يمثل المحتوى الديني المقدم مصدر ثقة	٢٧	9.00	دال عند ٠.٠٠١
يعرض المعلومات الدينية بأسلوب سهل مبسط بعيداً عن التعقيد	٩٠	30.00	
يساعد في تعلم الممارسات والتعاليم الدينية الصحيحة	٢١	7.00	
يفرس قيم دينية تساعد في بناء الشخصية	٤٦	15.33	
يصحح ممارسات ومعلومات دينية	١٤	4.67	
متابعة أهم القضايا ومعرفة رأي الدين فيها	٤٢	14.00	
الوصول للمعلومات الدينية بسهولة في وقت قصير	٦٠	20.00	
الإجمالي	٣٠٠	100%	

وعن أسباب متابعة شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي أظهر جدول (٦) تنوعها وجاء في المقدمة عرض الخطاب الديني المعلومات الدينية بأسلوب سهل مبسط بعيداً عن التعقيد بنسبة ٣٠%، يليه إمكانية الوصول للمعلومات الدينية بسهولة في وقت قصير بنسبة ٢٠%، ثم غرس الخطاب الديني قيم دينية تساعد في بناء الشخصية بنسبة ١٥.٣٣%، ويليه متابعة الشباب لأهم القضايا ومعرفة رأي الدين فيها بنسبة ١٤%، ثم المحتوى الديني المقدم يمثل مصدر ثقة بنسبة ٩%، يليه يساعد الخطاب الديني الشبكي في تعلم الممارسات والتعاليم الدينية الصحيحة بنسبة ٧%، وأخيراً يصحح الخطاب الديني الشبكي ممارسات ومعلومات دينية لدى الشباب بنسبة ٤.٦٧%.

ويمكن تفسير النتائج السابقة في ضوء الرؤى النظرية لنظرية الاعتماد المتبادل حيث تقوم مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر، ويوتيوب بعملية التنشئة الاجتماعية مثل غيرها من المؤسسات الاجتماعية المنوطة بالتنشئة الاجتماعية، وبهذا الشكل لا تختلف مواقع التواصل الاجتماعي عن دور هذه المؤسسات في عملية تكوين الهايبتوس لدى شباب جيل Z نظراً لقدرتها على تشكيل شخصيتهم وإكسابهم أنماط جديدة من السلوك الاجتماعي والقيم.

٣- مدى ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي

جدول (٧) مدى ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي

كأ	%	التكرار	مدى ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي
دال عند ٠.٠٠١	٧٣.٠٠	٢١٩	أثق بدرجة كبيرة
	٢٧.٠٠	٨١	لا أثق
	100%	٣٠٠	الإجمالي

وعن مدى ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي يوضح جدول (٧) ثقة ثلثي العينة من شباب جيل Z بالخطاب الديني الشبكي بنسبة ٧٣%، على حين لا يثق ٢٧% منهم في الخطاب الديني الشبكي.

ويمكن هنا للباحثة تفسير ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي تأسيساً على النتائج السابقة في متابعة أغلب العينة لمواقع المؤسسات الدينية الرسمية الأزهر ودار الإفتاء، ويزيد ذلك من ثقة شباب جيل Z في المحتوى الديني المقدم على شبكات التواصل الاجتماعي.

٤ - أسباب ثقة شباب جيل Z في محتوى الخطاب الديني الشبكي

جدول (٨) أسباب ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي

كأ	%	التكرار	أسباب ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي
دال عند ٠.٠٠١	11.87	26	تفسر القضايا بالاستشهاد بالأدلة والبراهين من القرآن والسنة النبوية
	30.59	67	يحلل قضايا معاصرة تهم جيل الشباب
	15.07	33	الثقة في الشخصيات الدينية التي تقدم المحتوى
	42.47	93	تركز على عرض قضايا وموضوعات تمس حياتنا اليومية.
	100%	219	الإجمالي

ويوضح جدول (٨) أسباب ثقة أغلب العينة من شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي، وجاء في الترتيب الأول تركيزه على عرض قضايا وموضوعات تمس حياة الشباب اليومية بنسبة ٤٢.٤٧%، يليه تحليل الخطاب الديني الشبكي قضايا معاصرة تهم جيل الشباب بنسبة ٣٠.٥٩%، ثم ثقة شباب جيل Z في الشخصيات الدينية التي تقدم المحتوى بنسبة ١٥.٠٧%، وأخيراً تفسير الخطاب الديني الشبكي القضايا بالاستشهاد بالأدلة والبراهين من القرآن الكريم والسنة النبوية بنسبة ١١.٨٧%.

وفي هذا السياق وضحت (الحالة الأولى) أسباب ثقتها في الخطاب الديني الشبكي "بكون شايقة الكلام موزون ومتوافق مع الطبيعة الدينية اللي اتربينا عليها، وفيه دعاة وبرامج كتير بتابعها دائما، ويكون فيه أسئلة على صفحته ويبرد عليها بالآيات والأحاديث".

وانتقت النتائج السابقة مع نتائج دراسة (أبو النور، ٢٠١٠) التي توصلت إلى أهمية ارتكاز الخطاب الديني على القرآن والسنة، بالإضافة لأهمية ارتباطه بالواقع الاجتماعي، وتركيز اهتمامه على قضايا ومشكلات الشباب.

٥- أسباب عدم ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي

جدول (٩) أسباب عدم ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي

كأ	%	التكرار	أسباب عدم ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي
دال عند ٠.٠٠١	١٧.٢٩	١٤	تختلف آراء الدعاة حول نفس القضية
	٣.٧٠	٣	لأنه يدعو إلى المغالاة والتطرف
	٢٢.٢٢	١٨	يتمسك برؤية واحدة ولا يهتم بالتوازن في عرض جميع الآراء
	٥٦.٧٩	٤٦	يعرض القضايا بسطحية
	100%	٨١	الإجمالي

على حين يوضح جدول (٩) أسباب عدم ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي، فجاء في الترتيب الأول عرضه القضايا بسطحية بنسبة ٥٦.٧٩%، ثم تمسك الخطاب الديني الشبكي برؤية واحدة ولا يهتم بالتوازن في عرض جميع الآراء بنسبة ٢٢.٢٢%، يليه اختلاف آراء الدعاة حول نفس القضية بنسبة ١٧.٢٩%، وأخيراً يدعو للمغالاة والتطرف بنسبة ٣.٧٠%.

وفي هذا السياق أشارت (الحالة الثانية) لسبب عدم ثقتها في الخطاب الديني الشبكي "فيه حاجات بلاقيها منشورة فيها شك زي مثلا بوست لشيخ بيرد فيه على سؤال ست بخصوص أنها مش بتقدر تصحي ابنها لصلاة الفجر، قال طالما هو نايم فمفيش

عليه حرج، المفروض ميقولش كدة لأن المفروض تصحيه وتحاول تعوده عشان يواظب على الصلاة في وقتها". وأكدت (الحالة الثانية) ذلك بقولها "أوقات بيكون فيه عدم ثقة في المحتوى لأنه بيكون مخالف للي اتربيننا عليه زي مثلا كان فيه شيخ في أزمة كورونا يقول اللي مش هيصوم مفيش عليه حرج، طبعا الكلام غير منطقي غير اللي اتربيننا عليه".

٦- مدى مسابقة الخطاب الديني الشبكي للتحويلات المجتمعية المعاصرة

جدول (١٠) مدى مسابقة الخطاب الديني الشبكي للتحويلات المجتمعية المعاصرة

كأ	%	التكرار	إلى أي مدى يساير الخطاب الديني الشبكي للتحويلات المجتمعية المعاصرة
دال عند ٠.٠٠١	٩٤.٣٣	٢٨٣	يساير التحويلات المجتمعية المعاصرة
	٥.٦٧	١٧	لا يساير التحويلات المجتمعية المعاصرة
	%100	٣٠٠	الإجمالي

ويظهر جدول (١٠) لرؤية شباب جيل Z لمدى مسابقة الخطاب الديني الشبكي للتحويلات المجتمعية المعاصرة، أوضحت غالبية العينة مسابقة الخطاب الديني الشبكي للتحويلات المجتمعية المعاصرة بنسبة ٩٤.٣٣%، على حين أكدت نسبة ٥.٦٧% عدم مسابقتها للتحويلات المجتمعية المعاصرة.

وهنا تشير (الحالة الأولى) "فيه حالات بيساير فيها الخطاب الديني الشبكي التحويلات المجتمعية وفيه حالات لا، زي مثلاً ساعات بيبقى فيه أسلوب معين لمخاطبة جيلنا، مصطفى حسني أكثر داعية ديني مؤثر ملتف حواليه ٨٠% من الشباب عشان أسلوبه بيجمع بين الناحية الدينية والنفسية بشكل كبير مش يفصل الناحيتين عن بعض، وبالتالي الكلام بنتقبله، كمان بجيب حالات ويفسر عليها، ودي طريقة كويسة في الخطاب الديني انه مبيتكلمش بس في الجانب الديني، لا كمان بيتناول الجوانب المختلفة للحالة مثل الجانب الاجتماعي والنفسى للشخص".

المحور الثالث: القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي المجال العام الافتراضي

يهدف هذا المحور إلى تحديد القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي المجال العام الافتراضي، والكشف عن مقاصد الخطاب الديني الشبكي، ويظهر ذلك كما يلي:

١ - مقاصد الخطاب الديني الشبكي

جدول (١١) مقاصد الخطاب الديني الشبكي

كأ	%	التكرار	مقاصد الخطاب الديني الشبكي
دال عند ٠.٠٠١	33.67	١٠١	تبسيط المحتوى الديني ونشره
	13.66	٤١	ترسيخ صورة الذات المتدينة وتوكيدها بأفكارها الدينية
	6.33	١٩	بث الطمأنينة والسلام النفسي
	١٨.٣٣	٥٥	الوعظ بالحث على التمسك بالقيم الدينية
	8.66	٢٦	التواصل مع الآخرين ومشاركة الأفكار وربط حالة المشاركين بالدين
	7.68	٢٣	الانحياز إلى التعاليم الدينية السليمة
	11.67	٣٥	التمسك بالله واللجوء إليه
	%١٠٠	٣٠٠	الإجمالي

وعن رؤية شباب جيل Z لمقاصد الخطاب الديني يوضحها جدول (١١) كالتالي، جاء في الترتيب الأول تبسيط المحتوى الديني بنسبة ٣٣.٦٧%، يليه الوعظ بالحث على التمسك بالقيم الدينية بنسبة ١٨.٣٣%، ثم ترسيخ صورة الذات المتدينة وتوكيدها بأفكارها الدينية بنسبة ١٣.٦٦%، يليها التمسك بالله واللجوء إليه بنسبة ١١.٦٧%، ثم التواصل مع الآخرين ومشاركة الأفكار وربط حالة المشاركين بالدين بنسبة ٨.٦٦%، والانحياز إلى التعاليم الدينية السليمة بنسبة ٧.٦٨%، وأخيراً بث الطمأنينة والسلام النفسي بنسبة ٦.٣٣%.

وهنا تشير (الحالة الثالثة) "العصر اللي عايشين فيه بيتغير بسرعة، وهنا الخطاب الديني الشبكي يلعب دور في تفسير ظواهر كثير بتحصل على أسس دينية، واحنا بنحب نتابع عشان نعرف الحلال من الحرام، بس شايقة إننا منخدش الفتاوي كلها

من وسائل التواصل الاجتماعي، ناخذها من شيوخ أو دعاة بالاسم واثقين فيهم، وواتقين في ردهم عليها».

واتفقت النتائج السابقة مع نتائج دراسة (حسين، ٢٠١٨) والتي توصلت الدراسة إلى أن أهم مقاصد الخطاب الديني عبر شبكة الفيسبوك هو النصح والتوجيه والتبليغ والتذكير بالمحتوى الديني، حيث أن هدف مرسل الخطاب الديني الوعظ وإعداد الشخصية المسلمة الواعية.

٢- القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي

جدول (١٢) القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي

القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي	التكرار	%	كا
صلة الرحم	237	11.41	دال عند ٠.٠٠١
الانتماء للوطن	164	7.89	
التسامح وقبول واحترام الآخر	102	4.91	
العدل والمساواة	164	7.89	
نبذ العنف	218	10.49	
الأمانة والإخلاص في العمل	118	5.68	
بر الوالدين	276	13.28	
التطوع ومساعدة الآخرين	139	6.69	
حسن التوكل على الله والثقة به	222	10.68	
الصبر والتمسك بالأمل	164	7.89	
الثبات على المبادئ والتمسك بالصدق	274	13.19	
الإجمالي	2078	100%	

ويشير جدول (١٢) إلى القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي وفقاً لرؤية شباب جيل Z، جاء في الترتيب الأول بر الوالدين بنسبة ١٣.٢٨%، ثم الثبات على المبادئ والتمسك بالصدق بنسبة ١٣.١٩%، صلة الرحم بنسبة ١١.٤١%، يليه حسن التوكل على الله بنسبة ١٠.٦٨%، ثم نبذ العنف بنسبة ١٠.٤٩%، يلي ذلك بالتساوي كل من قيم الانتماء للوطن والعدل والصبر والتمسك بالأمل بنسبة ٧.٨٩%، ثم قيمة الأمانة والإخلاص في العمل بنسبة ٥.٦٨%، وأخيراً قيمة التسامح وقبول واحترام الآخر بنسبة ٤.٩١%.

وهنا أشارت (الحالة الرابعة) " قبول الآخر والتسامح والرحمة من أهم القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي".

واتفقت النتائج السابقة مع نتائج دراسة (حسين، ٢٠١٨) والتي توصلت إلى أن أغلب موضوعات الخطاب الديني على شبكات التواصل الاجتماعي تتضمن الأخلاق والتمسك بالصفات الحسنة والسلوك القويم. كذلك اتفقت النتائج مع نتائج دراسة (ذويب، ٢٠١٩) والتي توصلت إلى أن الموضوعات الأخلاقية نالت اهتماماً أكبر في الخطاب الديني بالمدونة.

المحور الرابع: طبيعة القضايا التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي

يستهدف هذا المحور الكشف عن طبيعة القضايا التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي، من حيث أهم الموضوعات التي يتناولها، ومكونات الظاهرة الدينية، والقوي الفاعلة المؤثرة في الخطاب الديني الشبكي. ونعرض ذلك كالتالي:

١- أهم الموضوعات التي يطرحها الخطاب الديني الشبكي

كشفت استجابات عينة البحث عن تنوع الموضوعات التي يناقشها الخطاب الديني الشبكي على مواقع التواصل الاجتماعي، وظهرت كما يلي:

جدول (١٣) أهم الموضوعات التي يطرحها الخطاب الديني الشبكي

كأ	%	التكرار	أهم الموضوعات التي يطرحها الخطاب الديني الشبكي
دال عند ٠.٠٠١	١٤.٠٠	٤٢	قبول الآخر
	٢٤.٦٧	٧٤	تجديد الخطاب الديني
	١.٩٣	٢٣	المعاملات التجارية
	٤.٦٢	٥٥	الحقوق والمساواة
	٧.٨١	٩٣	نبذ الفكر المتطرف
	١.٠٩	١٣	الخلاقات الأسرية
	%100	٣٠٠	الإجمالي

ويشير جدول (١٣) للموضوعات التي يطرحها الخطاب الديني الشبكي، وجاء في مقدمتها تجديد الخطاب الديني بنسبة ٢٤.٦٧%، ثم قبول الآخر بنسبة ١٤%، يليه نبذ الفكر المتطرف بنسبة ٧.٨١%، ثم الحقوق والمساواة بنسبة ٤.٦٢%، يليه المعاملات التجارية بنسبة ١.٩٣%، وأخيرًا الخلافات الأسرية بنسبة ١.٠٩%.

٢- مكونات الظاهرة الدينية التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي

وحول آراء العينة عن مكونات الظاهرة الدينية، تنوعت كما يلي:

جدول (١٤) مكونات الظاهرة الدينية التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي

كأ	%	التكرار	مكونات الظاهرة الدينية التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي
دال عند ٠.٠٠١	١٣.٧٧	١٦٤	عقائد
	٧.٩٨	٩٥	تفسير
	١٨.٣٩	٢١٩	معاملات
	١٥.٩٥	١٩٠	عبادات (صوم- صلاة..)
	٩.٠٧	١٠٨	دعاء
	١٤.٧٨	١٧٦	فتاوي
	١٠.٤١	١٢٤	السيرة أو التاريخ الديني
	٩.٦٦	١١٥	مسائل الأحوال الشخصية
	100%	١١٩١	الإجمالي

يوضح جدول (١٤) مكونات الظاهرة الدينية والتي يتناولها الخطاب الديني الشبكي على مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في الترتيب الأول المعاملات بنسبة ١٨.٣٩%، والثاني عبادات بنسبة ١٥.٩٥%، والثالث الفتاوي بنسبة ١٤.٧٨%، والرابع العقائد بنسبة ١٣.٧٧%، والخامس السيرة أو التاريخ الديني بنسبة ١٠.٤١%، والسادس مسائل الأحوال الشخصية بنسبة ٩.٦٦%، والسابع الدعاء بنسبة ٩.٠٧%، وأخيرًا العبادات بنسبة ٧.٩٨%.

وأشارت (الحالة الأولى) "مكونات الظاهرة الدينية التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي كثير زي المعاملات والعبادات وصلاة قيام الليل والتسبيح وغيره".

واختلفت النتائج السابقة مع نتائج دراسة (البناء؛ وآخرون، ٢٠١٧) والتي توصلت إلى أن الفتاوي الدينية تأتي مقدمة القضايا التي تناقشها هذه الصفحات على مواقع الشبكات الاجتماعية، يليها موضوع الحجاب في المرتبة الثانية، يليها سلوكيات المرأة، وأخيراً موضوع عمل المرأة.

ويتضح مما سبق أن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن حقول افتراضية مفتوحة للمستخدمين (شباب جيل Z) وتمنحهم حق الدخول إلى أسواق افتراضية تلبي ما يناسبهم من ممارسات دينية، وتتكون الممارسة الاجتماعية في الحقل الافتراضي نتيجة بناء أفعال فردية وجماعية، تتأسس على طريقة يختارها الفاعلين ضمن سياق اجتماعي معين تمارس فيه الأنشطة الدينية.

٣- مدى متابعة أهم مكونات الظاهرة الدينية عبر الخطاب الديني الشبكي

تنوعت آراء العينة عن مدى متابعة أهم مكونات الظاهرة الدينية عبر الخطاب الديني الشبكي كما يلي:

جدول (١٥) مدى متابعة أهم مكونات الظاهرة الدينية عبر الخطاب الديني الشبكي

مستوى دلالة كا ٢١	النسبة (%)	التكرار	الاستجابات	المؤشرات
دال عند ٠.٠٠١	٧٢.٦٧	٢١٨	نعم	١ هل تتابع الأمور الخاصة بالعقائد من خلال الخطاب الديني الشبكي؟
	٢٧.٣٣	٨٢	لا	
	%100	٣٠٠	الإجمالي	
دال عند ٠.٠٠١	٦٩.٠٠	٢٠٧	نعم	٢ هل تتابع الأمور الخاصة بالعبادات من خلال الخطاب الديني الشبكي؟
	٣١.٠٠	٩٣	لا	
	%100	٣٠٠	الإجمالي	
دال عند ٠.٠٠١	٦٧.٦٧	٢٠٣	نعم	٣ هل تتابع الأمور الخاصة بالمعاملات من خلال الخطاب الديني الشبكي؟
	٣٢.٣٣	٩٧	لا	
	%100	٣٠٠	الإجمالي	
دال عند ٠.٠٠١	٩١.٠٠	٢٧٣	نعم	٤ هل تتابع الأمور الخاصة بالفتاوي من خلال الخطاب الديني الشبكي؟
	٩.٠٠	٢٧	لا	
	%100	٣٠٠	الإجمالي	

يشير جدول (١٥) إلى تنوع متابعة شباب جيل Z لأهم مكونات الظاهرة الدينية عبر الخطاب الديني الشبكي، وجاء في مقدمتها متابعة الأمور الخاصة بالفتاوي بنسبة ٩١%، يليها متابعة الأمور الخاصة بالعقائد بنسبة ٧٢.٦٧%، يليها الأمور الخاصة بالعبادات بنسبة ٦٩%، وأخيراً متابعة شباب جيل Z للأمور الخاصة بالمعاملات بنسبة ٦٧.٦٧%.

وانتقلت النتائج السابقة مع نتائج دراسة (البناء؛ وآخرون، ٢٠١٧) ومنها جاءت الفتاوي الدينية في مقدمة القضايا التي تناقشها هذه الصفحات على مواقع الشبكات الاجتماعية.

كذلك انتقلت النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (ضيف، ٢٠١٨) أن العبادات (مثل الدعوة إلى توحيد الله والصلاة والصوم) من أبرز موضوعات الخطاب الديني عبر الفيسبوك.

٤ - القوى الفاعلة في الخطاب الديني الشبكي

كشفت رؤية عينة البحث عن تنوع القوى الفاعلة المؤثرة في الخطاب الديني الشبكي على وسائل التواصل الاجتماعي كما يلي:

جدول (١٦) القوى الفاعلة في الخطاب الديني الشبكي

كأ	%	التكرار	القوى الفاعلة في الخطاب الديني الشبكي
دال عند ٠.٠٠١	٤٠.٦٧	١٢٢	رجال الدين بالمؤسسات الدينية
	٢٨.٣٣	٨٥	الدعاة الجدد الشباب
	٦.٠٥	٧٢	الدعاة الجدد كبار السن
	١.٧٦	٢١	الدعاة من النساء
	100%	٣٠٠	الإجمالي

ويكشف جدول (١٦) عن القوي الفاعلة في الخطاب الديني الشبكي، وجاء في الترتيب الأول رجال الدين بالمؤسسات الدينية بنسبة ٤٠.٦٧%، يليه الدعاة الجدد الشباب بنسبة ٢٨.٣٣%، ثم الدعاة الجدد كبار السن بنسبة ٦.٠٥%، وأخيراً الدعاة من النساء بنسبة ١.٧٦%.

وفي هذا السياق، أكدت (الحالة الثالثة) أن أكثر القوي الفاعلة المؤثرة في الخطاب الديني الشبكي هم الدعاة الرسميون والشيوخ بالأزهر ودار الإفتاء". على حين ذكرت (الحالة الأولى) "الدعاة كبار السن شباب كثير بتفضلهم على اعتبار أن عندهم الأساس الديني ورؤيتهم أدق، وفيه شباب بتفضل تتابع الخطاب الديني عند النساء مثل متابعة هالة سمير".

ويتفق ما سبق مع الرؤية النظرية لـ "بيير بورديو" عن هابيتوس المجال حيث يري أن كل مجال من المجالات (ثقافي، ديني)، يمتلك الهابيتوس الخاص به، وهو عبارة عن "مجموعة الأساليب الفنية والمهارات والمعتقدات التي يجب توافرها في عضو هذا المجال دون غيره من المجالات. وتتحدد قدرة الأفراد على امتلاك المكانة داخل تلك المجالات المختلفة بمجموعة الاستعدادات والخبرات التي يحملها هابيتوس هؤلاء الأفراد (القوي الفاعلة في الخطاب الديني الشبكي).

المحور الخامس: الخطاب الديني الشبكي وتشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z

يستهدف هذا المحور الكشف عن مدى الاعتماد على الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z، ومدى انعكاس استهلاك شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي على سلوكه في المجتمع. ونعرض ذلك كما يلي:

١- مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z

جدول (١٧) مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z

مساھمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z	التكرار	%	مأ
يساهم بدرجة كبيرة	٢٦٤	٨٨.٠٠	دال عند
لا يساهم	٣٦	١٢.٠٠	٠.٠٠١
الإجمالي	٣٠٠	100%	

أظهر جدول (١٧) رؤية شباب جيل Z في مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لديه، حيث أشار ٨٨% منهم بأنه يساهم بدرجة كبيرة، على حين يري ١٢% أنه لا يساهم في تشكيل الثقافة الدينية لديه.

وأكد ما سبق ما ذكرته (الحالة الثانية) " الخطاب الديني الشبكي يساهم في تشكيل الثقافة الدينية للشباب لأنه يناقش قضايا معاصرة وظواهر موجودة الوقتي والشباب يمارسوها، وبدأ الخطاب الديني يلفت نظر الشباب من خلال مناقشته للظواهر الجديدة وانتشر بشكل سريع، لأن الظواهر الجديدة اللي بتقابلنا بتحتاج أنها تفسر، خاصة إن فيه شباب عندها النزعة الدينية ضعيفة، زي التعامل مع الظواهر الغربية مثل التعامل مع المثليين فيه ناس عندها قناعات إنهم طبيعيين ولازم نتعامل معهم".

واتفقت النتائج السابقة مع نتائج دراسة (حسنين، ٢٠١٠) أن البرامج الدينية بالفضائيات هي الوسيلة الأولى التي اعتمد عليها المبحوثين في الحصول على معارفهم ومعلوماتهم الدينية.

كذلك اتفقت النتائج السابقة مع رؤية "بيير بورديو" عن ارتباط الدين بمنظومة إعادة الإنتاج الثقافي في المجتمع، ويتوزع رأس المال الديني بشكل مختلف وفقاً لمدى قرب أو بُعد الفرد من مركز إنتاج الخطاب الديني والمعارف والتفسيرات الدينية التي تُكون كيان رأس المال الديني.

٢- أسباب مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب

جيل Z

جدول (١٨) أسباب مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z

كأ	%	التكرار	أسباب مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z
دال عند ٠.٠٠١	30.3	80	قدرته على تجديد الخطاب الديني ومعالجة القضايا برؤية معاصرة
	18.56	49	مناقشة حقائق الدين الإسلامي بصورة مبسطة
	11.36	30	التصدي لحمات الغزو الفكري
	20.46	54	ينشر الالتزام بالخلق وتعاليم الإسلام بصورة إيجابية
	19.32	51	يناقش القضايا والموضوعات الدينية بالحجة والبرهان
	%١٠٠	٢٦٤	الإجمالي

وأوضح جدول (١٨) أسباب مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z، ظهر في الترتيب الأول قدرته على تجديد الخطاب الديني ومعالجة القضايا برؤية معاصرة بنسبة ٣٠.٣%، ثم نشر الالتزام الخلفي وتعاليم الإسلام بصورة إيجابية بنسبة ٢٠.٤٦%، يليه مناقشته للقضايا والموضوعات الدينية بالحجة والبرهان بنسبة ١٩.٣٢%، ثم مناقشة حقائق الدين الإسلامي بصورة مبسطة بنسبة ١٨.٥٦%، وأخيراً التصدي لحمات الغزو الثقافي بنسبة ١١.٣٦%.

وأشارت هنا (الحالة الرابعة) "إلى حد ما ساهم الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية، لأن التنشئة الاجتماعية السليمة هي الأساس من خلال دور الأسرة والتعليم".

وانتقلت النتائج السابقة مع نتائج دراسة (كريملي، ٢٠٢٢) التي توصلت إلى تداخل الأنساق الثقافية والرمزية المكونة للهوية الدينية في النسق الاجتماعي الافتراضي.

ويمكن تفسير النتائج السابقة في ضوء رؤية "بيير بورديو" لإمكانية تشكل رأس المال الديني للشخص من خلال ما يمتلكه من اتجاهات واستعدادات اكتسبها من عملية التنشئة الاجتماعية، وهنا يمكن القول إن الهابيتوس هو المؤسس لرأس المال الديني، حيث يُمثل الهابيتوس الوسيط الذي ينقل منه المعارف الدينية عبر عملية إنتاجها الرأسية، ويخلق الهابيتوس بجانب عمله كوسيط قدرًا من التنوع في عملية استقبال المنتجات الثقافية التي تنتقل عبر الهابيتوس فتخلق تنوعًا في مستويات تملك رأس المال الديني لدى المستهلكين.

٣- أسباب عدم مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z

وبسؤال مجموعة الشباب التي أقرت بعدم مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z، جاءت الأسباب كما يلي:

جدول (١٩)

أسباب عدم مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z

كأ	%	التكرار	أسباب عدم مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z
دال عند ٠.٠٠١	19.44	7	بعد الخطاب الديني الشبكي عن مناقشة القضايا الحياتية المعاصرة
	22.22	8	يفتقر المحتوى المعاصرة والقدرة على التجديد
	33.33	12	السطحية في تناول الموضوعات المطروحة
	25.01	9	عدم تقديم محتوى ديني حقيقي والانشغال بالموضوعات الهامشية
	%100	36	الإجمالي

كشف جدول (١٩) أسباب عدم مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z، وجاء السبب الأول تناول الموضوعات المطروحة بسطحية بنسبة ٣٣.٣٣%، والثاني عدم تقديم محتوى ديني حقيقي والانشغال بالموضوعات الهامشية بنسبة ٢٥.٠١%، ثم افتقار المحتوى للمعاصرة والقدرة على التجديد بنسبة ٢٢.٢٢%، وأخيراً بعد الخطاب الديني الشبكي عن مناقشة القضايا الحياتية المعاصرة بنسبة ١٩.٤٤%.

٤- مدى انعكاس استهلاك شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي على سلوكه في المجتمع

جدول (٢٠) مدى انعكاس استهلاك الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لديك

كأ	%	التكرار	مدى انعكاس استهلاك الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لديك
دال عند ٠.٠٠١	٨١.٦٧	٢٤٥	نعم
	١٨.٣٣	٥٥	لا
	%١٠٠	٣٠٠	الإجمالي

وأشار جدول (٢٠) مدى انعكاس استهلاك الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z، حيث أشار ٨١.٦٧% بانعكاس ما يتلقوه من خطاب ديني شبكي على ثقافتهم الدينية، أما ١٨.٣٣% فقد أشاروا إلى أنه لم ينعكس على ثقافتهم الدينية.

وبجانب ما سبق، أشارت (الحالة الخامسة) " الخطاب الديني الشبكي مش شرط ينعكس في تشكيل ثقافة الشباب الدينية لأن فيه بعض الشباب عندها بالفعل قناعات صعب إنها تتغير من خلال الخطاب الديني الشبكي أو بعرض محتوى على وسائل التواصل الاجتماعي، زي مثلا المحتوى المقدم عن اللين في التعامل مع الناس وأنا عندي قناعات إنني لو بقيت بسيطة مع الناس في التعامل الناس هتستضعفني، هنا المحتوى الديني على وسائل التواصل مش هياثر فيا".

ويمكن تفسير ما سبق في ضوء مقولات نظرية المجتمع الشبكي حيث يخلق التفاعل الشبكي إمكانيات جديدة لأشكال الممارسة المبتكرة الفردية والمختلطة وتنوع أنماط المعرفة. ويشير الواقع إلى أن عالم الإنترنت مطبوع بوعي ودون وعي بقيم المستخدمين غير المتصلة بالإنترنت؛ لذلك فإن طرق التواجد عبر الإنترنت مرتبطة بأنماط حياة الشباب خارج الإنترنت أو في الواقع. وهذا يعني أن هناك ترابطاً قوياً وحركة محتملة بين السياقات والتوقعات والسلوكيات عبر الإنترنت وخارجه. ويوجه هذا التداخل الأيديولوجي تفاعلات شباب جيل Z على الشبكة.

ثامناً: استخلاص نتائج البحث:

١- النتائج المرتبطة بطبيعة استخدام جيل Z للخطاب الديني الشبكي

- أظهرت النتائج أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها جيل Z على الترتيب هي الفيس بوم، واتس آب، وانستجرام وأخيراً تويتر ويوتيوب.
- أظهرت النتائج تنوع أنماط تفاعل شباب جيل Z مع محتوى الخطاب الديني الشبكي على الترتيب، تسجيل الإعجاب بالمشاركات الدينية، ومشاركة مضمون الخطاب الديني الشبكي على صفحاتهم، وتعليق الشباب على المضمون المثار عن بعض القضايا المطروحة على الصفحات الدينية.
- أظهرت النتائج رؤية أغلب عينة البحث إمكانية أن تصبح مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر الخطاب الديني الشبكي.

٢- النتائج المرتبطة بمدى ثقة جيل Z في الخطاب الديني الشبكي

- أوضحت النتائج الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية هي أكثر الصفحات الدينية التي يتابعها شباب جيل Z على وسائل التواصل الاجتماعي، يليها صفحات الدعاة الجدد، وأخيراً صفحات الدعاة الرسميين.

- أظهرت النتائج تنوع أسباب متابعة شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي وجاءت على الترتيب عرض الخطاب الديني للمعلومات الدينية بأسلوب سهل مبسط بعيداً عن التعقيد، يليه إمكانية الوصول للمعلومات الدينية بسهولة في وقت قصير، ثم غرس الخطاب الديني قيم دينية تساعد في بناء الشخصية، ويليه متابعة الشباب لأهم القضايا ومعرفة رأي الدين فيها، ثم المحتوى الديني المقدم يمثل مصدر ثقة بنسبة، يليه يساعد الخطاب الديني الشبكي في تعلم الممارسات والتعاليم الدينية الصحيحة، وأخيراً يصحح الخطاب الديني الشبكي ممارسات ومعلومات دينية لدى الشباب.
- كشفت النتائج مدى ثقة ثلثي العينة من شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي، على حين لا يثق الثلث المتبقي منهم في الخطاب الديني الشبكي.
- تنوعت أسباب ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي كالتالي: جاء في الترتيب الأول تركيزه على عرض قضايا وموضوعات تمس حياة الشباب اليومية، يليه تحليل الخطاب الديني الشبكي قضايا معاصرة تهم جيل الشباب، ثم ثقة شباب جيل Z في الشخصيات الدينية التي تقدم المحتوى، وأخيراً تفسير الخطاب الديني الشبكي القضايا بالاستشهاد بالأدلة والبراهين من القرآن الكريم والسنة النبوية.
- اتضح أن أسباب عدم ثقة شباب جيل Z في الخطاب الديني الشبكي كما أظهرتها النتائج مرتبة كالتالي: عرض الخطاب الديني الشبكي القضايا بسطحية، ثم تمسك الخطاب الديني الشبكي برؤية واحدة ولا يهتم بالتوازن في عرض جميع الآراء، يليه اختلاف آراء الدعاة حول نفس القضية، وأخيراً يدعو للمغالاة والتطرف.
- كشفت النتائج رؤية غالبية العينة من شباب جيل Z لمسايرة الخطاب الديني الشبكي للتحويلات المجتمعية المعاصرة.

٣- النتائج المرتبطة بالقيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي في المجال العام الافتراضي

- كشفت النتائج عن رؤية شباب جيل Z لمقاصد الخطاب الديني الشبكي كما يلي: تبسيط المحتوى الديني، يليه الوعظ بالحث على التمسك بالقيم الدينية، ثم ترسيخ صورة الذات المتدينة وتوكيدها بأفكارها الدينية، يليها التمسك بالله واللجوء إليه، ثم التواصل مع الآخرين ومشاركة الأفكار وربط حالة المشاركات بالدين، والانحياز إلى التعاليم الدينية السليمة، وأخيرًا بث الطمأنينة والسلام النفسي.
- أظهرت النتائج أن أهم القيم التي ينشرها الخطاب الديني الشبكي تتمثل في: بر الوالدين، ثم الثبات على المبادئ والتمسك بالصدق، صلة الرحم، يليه حسن التوكل على الله، ثم نبذ العنف بنسبة، يلي ذلك بالتساوي كل من قيم الانتماء للوطن والعدل والصبر والتمسك بالأمل، ثم قيمة الأمانة والإخلاص في العمل، وأخيرًا قيمة التسامح وقبول واحترام الآخر.

٤- النتائج المرتبطة بالقضايا التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي

- وعن أهم الموضوعات التي يعالجها الخطاب الديني الشبكي أظهرتها النتائج مرتبة كالتالي: تجديد الخطاب الديني، ثم قبول الآخر، يليه نبذ العنف والفكر المتطرف، ثم الحقوق والمساواة، يليه المعاملات التجارية، وأخيرًا الخلافات الأسرية.
- كشفت النتائج تنوع مكونات الظاهرة الدينية التي يتناولها الخطاب الديني الشبكي مرتبة كما يلي: المعاملات، ثم العبادات، يليها الفتاوى، ثم العقائد، يليها السيرة أو التاريخ الديني، ثم مسائل الأحوال الشخصية، والدعاء، وأخيرًا العبادات.
- أظهرت النتائج تنوع متابعة شباب جيل Z لأهم مكونات الظاهرة الدينية عبر الخطاب الديني الشبكي، وجاء في مقدمتها متابعة الأمور الخاصة بالفتاوى، يليها متابعة الأمور الخاصة بالعقائد، يليها الأمور الخاصة بالعبادات، وأخيرًا متابعة الشباب للأمور الخاصة بالمعاملات.

– كشفت النتائج عن تنوع القوي الفاعلة المؤثرة في الخطاب الديني الشبكي وجاء ترتيبهم كالتالي: رجال الدين بالمؤسسات الدينية، يليهم الدعاة الجدد الشباب، ثم الدعاة الجدد كبار السن، وأخيراً الدعاة من النساء.

٥- النتائج المرتبطة بمدى الاعتماد على الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى جيل Z.

– بينت النتائج رؤية غالبية العينة من الشباب لمساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى جيل Z.

– أظهرت النتائج تنوع أسباب مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z، مرتبة كالتالي: قدرة الخطاب الديني الشبكي على تجديد الخطاب الديني ومعالجة القضايا برؤية معاصرة، ثم نشر الالتزام الخلقي وتعاليم الإسلام بصورة إيجابية، يليه مناقشته للقضايا والموضوعات الدينية بالحجة والبرهان، ثم مناقشة حقائق الدين الإسلامي بصورة مبسطة، وأخيراً التصدي لحملة الغزو الثقافي.

– بينت النتائج وجود أسباب لعدم مساهمة الخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z، وجاءت كالتالي: تناول الموضوعات المطروحة بسطحية، وعدم تقديم محتوى ديني حقيقي والانشغال بالموضوعات الهامشية، ثم افتقار المحتوى للمعاصرة والقدرة على التجديد، وأخيراً بعد الخطاب الديني الشبكي عن مناقشة القضايا الحياتية المعاصرة.

– أظهرت النتائج رؤية غالبية العينة لإمكانية انعكاس ما يتلقاه شباب جيل Z للخطاب الديني الشبكي في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z.

توصيات البحث

- ١- ضرورة التواجد الفاعل للمؤسسات الدينية الرسمية في المجال الافتراضي، وبخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي حيث أصبحت هذه الشبكات الاجتماعية تمثل المجال العام البديل الذي يعتمد عليه لطرح آرائهم وأفكارهم، واستقاء المعلومات الدينية.
- ٢- دعم ثقة شباب جيل Z في محتوى الخطاب الديني الشبكي من خلال تقديم دعاة المؤسسات الدينية الرسمية الرؤية الصحيحة في القضايا الخلافية بما يتوافق مع القرآن الكريم والسنة النبوية.
- ٣- ضرورة تجديد الخطاب الديني الشبكي لتواكب موضوعاته القضايا الحياتية المعاصرة التي تمس الحياة اليومية لشباب جيل Z.
- ٤- نشر الوعي بين شباب جيل Z بالبعد عن الخطاب الديني الشبكي الذي يدعو للمغالاة والتطرف والسطحية، ومتابعة الخطاب الديني الشبكي المتوازن.
- ٥- تشديد الرقابة على الحسابات التي تتبني التشدد والمغالاة في الخطاب الديني نظراً لتأثير هذا المحتوى في تشكيل الثقافة الدينية لدى شباب جيل Z.

قائمة المراجع

المراجع العربية :

- ١- أبو النور. نسرین محمد صادق. (٢٠١٠). رؤية سوسيولوجية للخطاب الديني الإسلامي ومشكلات الشباب في المجتمع المصري دراسة تحليلية على عينة من شباب الجامعة بمدينة المنصورة بمحافظة الدقهلية. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم الاجتماع. كلية الآداب. جامعة المنصورة.
- ٢- أبو دوح، خالد كاظم. (٢٠١٤). رأس المال الديني: مقارنة نظرية. المجلة الاجتماعية القومية. المجلد ٥١. العدد ٣.
- ٣- أبو دوح، خالد كاظم. (٢٠١١). مفهوم المجال العام الأبعاد النظرية والتطبيقات. المجلة العربية لعلم الاجتماع. إضافات. ع ١٥.
- ٤- أحمد، دناقة؛ بشار، جامعة طاهري محمد. (٢٠١٧). الممارسة الاجتماعية وكيفية تشكل الفعل والبناء مقارنة بين بورديو وغيدنز - قراءة تحليلية نقدية. الساوره للدراسات الإنسانية والاجتماعية. العدد ٦.
- ٥- أحمد، عمر عبد الجبار محمد. (٢٠٢٣). الجيل Z: شريحة اجتماعية جديدة بخصائص وتحديات نظرية ومنهجية جديدة. مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية. مجلد ١٢. العدد ١.
- ٦- أحمد، عمر عبد الجبار محمد. (٢٠٢٣). الجيل Z: شريحة اجتماعية جديدة بخصائص وتحديات نظرية ومنهجية جديدة. مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية. مجلد ١٢. العدد ١.
- ٧- البناء، حازم أنور محمد؛ وآخرون. (٢٠١٧). استخدام الشباب الجامعي للصفحات الدينية ببعض مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالقيم الأخلاقية لديهم. مج ٢٠. ع ٧٦. مجلة دراسات الطفولة. جامعة عين شمس.
- ٨- الدليمي، محمد عبد الرازق. (٢٠١١). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. دار وائل للنشر. الأردن.
- ٩- الرجال، أسماء حامد محمد فريد أحمد فتحي. (٢٠٠٨). الخطاب الديني للدعاة الجدد. رسالة ماجستير. قسم الاجتماع. كلية الآداب. جامعة القاهرة.
- ١٠- العريش، جبريل بن حسن؛ الدوسري، سلمى بنت عبد الرحمن محمد. (٢٠١٥). الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية. الدار المنهجية. عمان. الأردن.

- ١١- إلهامي، حسام. (٢٠٢٠). التدين على مواقع التواصل الاجتماعي تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع فيسبوك. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان. ع ٢٠.
- ١٢- بارني، دارن، (٢٠١٥)، المجتمع الشبكي، ترجمه أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت.
- ١٣- بدوي، أحمد موسي. (٢٠٠٩). ما بين الفعل والبناء الاجتماعي: بحث في نظرية الممارسة لدى بيير بورديو. إضافات. العدد الثامن.
- ١٤- لبليل، عبد الكريم. (٢٠٢٢). التدين الشبكي الرقمي (الإسلامي): دراسة نقدية. مجلة الشهاب. المجلد ٨. العدد ١.
- ١٥- بورديو، بيير. (٢٠٠٢). بعبارة أخرى: محاولات باتجاه سوسيولوجيا انعكاسية. ترجمة أحمد حسان. دار ميريت للنشر. القاهرة.
- ١٦- حسانين، سامية على. (٢٠١٠). الخطاب الديني الإعلامي والقضايا المجتمعية التقليدية والمعاصرة: دراسة سوسيوانثروبولوجية. مجلة كلية الآداب. جامعة الإسكندرية. العدد ٦٣.
- ١٧- حسين، نايلي. (٢٠١٨). تجدد الخطاب الديني الإسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي قراءة لعينة من الصور الدينية عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك. المجلد ٦. العدد ٣. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية. الجزائر.
- ١٨- حميدات، صالح. (٢٠٢١). بياربورديو مقارنة انعكاسية لإبستمولوجيا العلوم الاجتماعية. مجلة علوم الإنسان والمجتمع. الجزائر. مجلد ١٠. عدد ٣.
- ١٩- ذويب، إيناس. (٢٠١٩). الخطاب الديني عبر المدونات المرئية العربية دراسة تحليلية لمدونة عمر آل عوضه. كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية. جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي.
- ٢٠- زايد، أحمد عبد الله. (٢٠١١). قيم التنمية في الخطاب الديني المعاصر. سلسلة الأوراق البحثية. مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار. القاهرة.
- ٢١- زايد، أحمد. (٢٠٠٧). صور من الخطاب الديني المعاصر (خطاب المؤسسة والنخبة). دار العين. القاهرة.

- ٢٢- زايد، أحمد. (٢٠١٧). صوت الإمام. دار العين للنشر. القاهرة.
- ٢٣- زكي، وليد رشاد. (أبريل ٢٠١٠). الشبكات الاجتماعية محاولة للفهم. مجلة السياسة الدولية القاهرة. العدد ١٨٠.
- ٢٤- سكوت، جون. (٢٠١٣). علم الاجتماع المفاهيم الأساسية. ترجمة محمد عثمان. ط٢. الشبكة العربية للأبحاث والنشر. لبنان.
- ٢٥- ضيف، ليندة. (مارس ٢٠١٨). الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية لعينة من الصفحات على الفيسبوك. ع ٦٤. مجلة دراسات. جامعة عمار ثلجي الأغواط. الجزائر.
- ٢٦- عبد العليم، محمود. (أكتوبر ٢٠١٥). المجتمعات الافتراضية على خلفية التنظير السوسيولوجي لما بعد الحداثة. مجلة جيل للدراسات الأدبية والفكرية. مركز جيل للبحث العلمي، العدد ١٢.
- ٢٧- غانم، إبراهيم بيومي. (٢٠٠٦). حال تجديد الخطاب الديني في مصر. المجلد ٢. مكتبة الشروق الدولية. مركز البحوث والدراسات الإسلامية. ٢٠٠٦.
- ٢٨- فرح، عبد الإله. (٢٠١٩) العالم الافتراضي ونظرية الممارسة. مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث. الرباط. المغرب.
- ٢٩- فرهود، أحلام السعدي. (٢٠٠٦). تجديد الخطاب الديني في مقررات التعليم في مصر: دراسة مضمون مادة التربية الإسلامية في حال تجديد الخطاب الديني في مصر. مكتبة الشروق الدولية، المجلد الثاني. مركز البحوث والدراسات السياسية.
- ٣٠- كريملي، هدي. (٢٠٢٢). الثقافة الرقمية ورهان الهوية الدينية عند الشباب المغربي. مجلة إنسانيات. المجلة الجزائرية في الأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية. العدد ٩٥.
- ٣١- ليلة، على. (٢٠٠٧). رأس المال الديني والقيمة المضافة للفعل الإنساني. مجلة الديمقراطية. عدد ٢٦. مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية. القاهرة.
- ٣٢- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار. (٢٠١٠). الإعلام الإلكتروني في مصر: الواقع والتحديات. رئاسة مجلس الوزراء، القاهرة، العدد ٣٨.

٣٣- نومان، مريم نريمان. (٢٠١٩). التدين الرقمي وبناء المرأة الجزائرية لهويتها الافتراضية دراسة تحليلية لرموز الالتزام الديني الافتراضي في فيسبوك. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية. جامعة باتنة ١. المجلد ٢٠. العدد ٢.

٣٤- هشام، لبيدوس. (٢٠٢٢). المجتمع الشبكي وتشكيل الهويات الفردية. مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية. مركز جيل البحث العلمي.

٣٥- يسن، السيد. (٢٠١٦). شبكة الحضارة المعرفية. الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة.

المراجع الأجنبية :

- 1- Arendt. Hannah. (1998). the human Condition. Chicago London. The University of Chicago Press. 2nd edition.
- 2- Bourdieu, Pierre. (1993). Sociology in Question, Theory. Culture and Society. London. Thousand Oaks.
- 3- Brundidge, Jennifer. (2010). encountering difference in the contemporary public sphere: The contribution of Internet to the heterogeneity of political discussion networks. Journal of communication. Volume 60. Issue 4.
- 4- Campbell, H. (2010). When religion meets new media. London, UK: Routledge.
- 5- Campbell, Heidi A. (2012). Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society. Journal of the American Academy of Religion, Volume 80, Issue 1.
- 6- Crossley, Nick. (2005). Key Concepts in Critical Theory. London. Sage Publication.
- 7- Csobanka, Zsuzsa Emese. (2016). the Z Generation. Acta Technologica Dubnicae. V 6. Issue 2.
- 8- Czaja, Julia. (2011). the Cyborg Habitus: Presence, Posthumanism and Mobile Technology. The International Society for Presence Research Annual Conference. Edinburgh.

- 9- Decoteau, Claire Laurier. (2016). the reflexive habitus: Critical realist and Bourdieu Sian social action.
- 10- Global Social Media Statistics, July 2023, Accessed on 13 October 2023 <https://datareportal.com/social-media-users>
- 11- Habermas, Jurgen. (1981). the Theory of Communication Action: Reason and the Rationalization of Society. Translated by Thomas McCarthy. Boston. Beacon Press. Volume one.
- 12- Ignatow, Gabe; Robinson, Laura. (2017). Pierre Bourdieu: theorizing the Digital. Information, Communication & Society. Vol 20. No 7.
- 13- Jansen, Karen J. ET. Al, (2007). E- Survey Methodology. In Handbook of Research on Electronic Surveys and Measurements. Idea Group Reference. United States of America.
- 14- Li, Ning, et al... (2021). A Review of the Research Progress of Social Network Structure. Journal of Complexity. Volume. Wiley publishers.
- 15- Mason, Michela Cesarina. et al., (2022). Glued to your phone? Generation Z's smartphone addiction and online compulsive buying. Computers in Human Behavior. Volume 136.
- 16- Boyd- Barrett, Oliver. (2004). Globalization, Cyberspace and the Public Sphere. In Day P. Schuler. D. (Eds). Global Communities in the Network Society. London. Routledge.
- 17- Ozkan, Mustafa & Solmaz, Betul. (2015). Mobile Addiction of Generation Z and its Effects on their Social Lives: (An Application among University Students in the 18-23 Age Group. Procedia - Social and Behavioral Sciences. Volume 205.
- 18- Salvatore, Armando. (2007). the Public Sphere: Liberal Modernity, Catholicism, Islam, and New York. Palgrave Macmillan.
- 19- Swite, O.C. (2009). The Challenge of Social Networks, Administrative Theory and and praxis, V 13. Issue 1.