

مشاركة في الملتقى الوطني حول: الحياء في منظومة القيم الإسلامية والواقع المعاصر

مقاربة معرفية تكاملية يوم 24 أكتوبر 2023م

مخبر الفقه الإسلامي ومستجدات العصر مع قسم الشريعة

كلية العلوم الإسلامية جامعة باتنة 1

عنوان المداخلة

التناول الإعلامي لقيمة الحياء عبر شبكات التواصل الاجتماعي

اليوتيوب أنموذجا

اسم الباحثة: أ/د: زكية منزل غرابة

الدرجة العلمية: أستاذ التعليم العالي

الجامعة: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامي -قسنطينة

ملخص باللغة العربية

استهدفت هذه الدراسة البحث في قيمة الحياء في مواقع التواصل الاجتماعي عبر منصة اليوتيوب، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، وفي إطاره تم استخدام أسلوب تحليل المضمون كأداة لتحليل عينة من مضامين الحياء على اليوتيوب والتي تم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية والتي قدرت بـ 12 مفردة من أصل 40 خلال سنة 2022م. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

-أكدت الدراسة على الحياء من الله كواحدة من أهم أنواع الحياء باعتباره محور مختلف السلوكيات، فمتى استحبي الفرد من الله تعالى انعكس ذلك على شبكة العلاقات الاجتماعية لديه.
-استفاد القائم بالاتصال من مختلف المصادر في تناوله لقيمة الحياء بين القرآن الكريم، والحديث النبوي، وأقوال العلماء، والصحابة والحكم والأشعار بشكل يوحي بأهمية الموضوع ويعطي مصداقية كبرى لهذه القيمة لدى المتلقي.

الكلمات المفتاحية:

الحياء، مواقع التواصل الاجتماعي، اليوتيوب، دراسة تحليلية

ملخص باللغة الإنجليزية

This research aimed to study the value of modesty on social networking sites via the YouTube platform. The study relied on a descriptive survey approach, as well as the use of the content analysis method as a tool to analyze a sample of content that dealt with the topic

of modesty on YouTube, which was selected using a random sampling method and was estimated at 12 items. , out of 40 during the year 2022 AD. The study reached a number of results, the most important of which are:

-The study emphasized “modesty from Allah” as one of the most important types of modesty as it is the focus of various behaviors, so his social relationships are affected by his modesty from Allah Almighty.

The contact person benefited from various sources in his study of the value of modesty in the Holy Qur’an, the Prophet’s hadith, the sayings of scholars, companions, wisdom, and poetry. In a way, that demonstrates the importance of the topic and gives great credibility to this value to the recipient.

Key words ; Modesty, social networking sites, YouTube, an analytical study

-مقدمة:

يعد الحياء قيمة خلقية و شعبة من شعب الإيمان التي أعلى الإسلام من شأنها و عدها أصل مكارم الأخلاق، ذلك أن الحياء هو صمام الأمان الذي يحول دون الوقوع في كل قبيح و الانحراف عن كل فضيلة، و قد أكدت نصوص الشارع الحكيم عليها و على ضرورة التخلق بهذه القيمة لأنها لا تأتي إلا بكل خير.

و لأن أثر الحياء يشمل كافة جوانب الحياة، فإن مؤسسات التنشئة الاجتماعية و الثقافية تعمل جاهدة للتأكيد على خلق الحياء كي يكون قيمة مترسخة في كل فرد من أفراد المجتمع باعتباره أساس مكارم الأخلاق و الرادع عن فعل كل قبيح، و شأنها شأن المؤسسات الاجتماعية و الثقافية يأتي دور الإعلام كوسيط تربوي فاعل في الدعوة إلى هذا الخلق القويم.

ومع التطور التكنولوجي و ظهور شبكات التواصل الاجتماعي جاء الاهتمام لافتا في الحث على الحياء كقيمة خلقية تدعو إلى الفضائل، ويشكل اليوتيوب وسيطا مهما استثماره الدعاء إلى الله للدعوة إلى التحلي بخلق الحياء لما له من أثر على سلوك الفرد و المجتمع على السواء، و تأتي أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و منها اليوتيوب في كونها وسائط تتميز بالقدرة على الوصول إلى عدد كبير من المستخدمين ناهيك عن عنصر التفاعلية الذي يسمح للمستخدمين من تبادل الأفكار في هذا الشأن، و هو ما ستفصل فيه هذه الدراسة ضمن المعطيات التفصيلية الآتية.

المطلب الأول : موضوع الدراسة : سيتناول هذا الجزء من البحث التعريف بموضوع الدراسة من حيث الإشكالية التي يتناولها، والمفاهيم التي تبناها، و مجمل الدراسات السابقة التي أسست للمشكلة البحثية محل الدراسة.

1-المشكلة البحثية للدراسة:

بناء على المعطيات السابقة جاءت هذه الورقة البحثية لتبحث في طريقة تناول وسائط التواصل الاجتماعي لقيمة الحياء عبر اليوتيوب ولا يتأتى ذلك إلا من خلال دراسة علمية تبحث في إشكالية هذا الموضوع و الذي يبلوره التساؤل الرئيس الآتي: ماهي طبيعة التناول الاعلامي لقيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب؟ .

تتدعم المشكلة البحثية بجملة من التساؤلات الفرعية:

-ماهي الموضوعات التي تناولها القائم بالاتصال حول قيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب عينة الدراسة؟.

-ماهي المصادر التي اعتمد عليها القائم بالاتصال في تناوله لقيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب عينة الدراسة؟.

-ماهي الأهداف التي يتوخى القائم بالاتصال تحقيقها من تناوله لقيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب عينة الدراسة؟.

-ما هي سمات الفاعلين الذين تناولوا قيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب عينة الدراسة على مستوى النوع؟.

-ماهو المستوى اللغوي المعتمد في تناول قيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب عينة الدراسة؟.

-ماهو قالب المستخدم في تناول قيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب عينة الدراسة؟.

-ماهو حجم ونوع التفاعلية مع قيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب عينة الدراسة؟.

2-ضبط المفاهيم: ورد في هذه الدراسة جملة من المفاهيم التي يتوجب إيضاها للقارئ حتى يتبين أمامه مسار البحث بشكل سليم:

1.2.الحياء : تناول الباحثون قيمة الحياء بتعريفات عديدة منها:

أن الحياء رؤية الآلاء ورؤية التقصير، فيتولد بينهما حالة تسمى الحياء، و حقيقته خلق يبعث على ترك القبائح ويمنع من التفريط في حق صاحب الحق.¹

وعرفه آخرون بأنه خُلُقٌ يبعث على ترك القبيح، ويمنع من التقصير في حق من الحقوق، وهو خُلُقٌ جميل يدعو إلى التحلي بالفضائل، والبعد عن الرذائل، والحياء من الحياة، ومنه الحيا للمطر، وقلة الحياء من موت القلب والروح، وكلما كان القلبُ أحيًا كان الحياء أتم.²

وعليه فإن المقصود بالحياء إجرائيا هو أنه قيمة و فضيلة من الفضائل التي تحمل الإنسان على فعل الخير، وترك المعاصي والرذائل بمختلف صورها بغية الارتقاء بالنفس نحو الكمال الإنساني و السمو الروحي.

2.2.شبكات التواصل الاجتماعي:

قدم المهتمون بالإعلام البديل عدة تعريفات لما يسمى بشبكات التواصل الاجتماعي، من ذلك:

أنها مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب web2، أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية افتراضية يجمع بين أفرادها مجموعات اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...إلخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض.³

و من التعاريف أنها:صفحات الويب الموجودة على الأنترنت، و التي تسهل التواصل و التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين فيها عبر مختلف مناطق العالم إضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى

¹ابن قيم الجوزية، مدارج السالكين بين منازل إياك نعبد و إياك نستعين. ج 2، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، دت، ص270.

²محمود بن أحمد الدوسري، الحياء خلق الإسلام، موقع: <https://www.alukah.net/تاريخ>، الدخول إلى الموقع: 2023/ 6/12.

³أبتسام دراجي، شبكات التواصل الاجتماعي فضاء افتراضي للنواصل الإلكترونية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مج1، ع2-، جوان 2017، ص203.

التي تشمل خدمات المراسلة الفورية مشاهدة و تبادل الفيديوهات ، الدردشة تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات... إضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى كمشاركة الاهتمامات وتكوين الصداقات وإقامة الصفقات وغيرها من أشكال التفاعل التي تتم داخلها.¹

ونقصد بشبكات التواصل الاجتماعي إجرائيا مجموعة المواقع التي أفرزتها شبكة الأنترنت، والتي تسمح للأفراد بتكوين الصداقات، وتبادل الآراء والأفكار ذات الاهتمام المشترك، ومشاركة المنشورات وإعادة نشرها، ويكفي في ذلك امتلاك المستخدم حساب في هذه المواقع.

3.2.اليوتيوب :

من التعاريف المقدمة بشأن اليوتيوب أنه نظام أساسي مجاني لمشاركة الفيديو يتيح للمستخدمين إنشاء محتوى الفيديو وتحميله و مشاهدته عبر الانترنت. يمكن أي مستخدم إنشاء قناته الخاصة، حيث ستظهر مقاطع الفيديو الخاصة به ، كما يمكنه متابعة فنوات المستخدمين الآخرين و التعليق و مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة بهم. تتمثل رؤية هذه المنصة في منح الجميع صوتاً²

هو أكبر موقع على شبكة الأنترنت يسمح للمستخدمين برفع و مشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني كمستخدمين عاديين.³

و نقصد باليوتيوب في هذه الدراسة إجرائيا: أنه أحد المواقع الاتصالية التي تمكن المستخدم من مشاهدة مقاطع الفيديو و مشاركتها مع غيره من الأصدقاء و إمكانية العودة إليها في أي وقت من الأوقات.

¹ نور الهدى عبادة، شبكات التواصل الاجتماعي و العلاقات الاجتماعية: الفرص و التحديات، مجلة الساورة للدراسات الانسانية والاجتماعية، ع2، مارس2016، ص151.

² حنان عربي، باية بوزة، دور موقع اليوتيوب في تحقيق الاشباع السياسي لدى الرأي العام الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من الشباب المستخدم لليوتيوب أكتوبر2021، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مج9، ع2، 2022، ص73.

³ ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقي الجديد، دار الإعصار العلمي ، للنشر و التوزيع، عمان،الأردن، ط1، 2015، 218..

3-الدراسات السابقة: تأسست هذه الدراسة انطلاقا من جملة من الدراسات التي بلورت المشكلة البحثية، ومن الدراسات التي وقفنا عندها الآتي:

*دراسة: تمثلات الحياء¹

استهدفت هذه الدراسة تفهم تمثلات الشباب لقيمة الحياء و ممارستهم لهذه القيمة في حياتهم اليومية، وخاصة في اللباس الذي يرتدونه، وفي سلوكياتهم ووكلامهم مع المحيطين معهم، وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، عن طريق استخدام استمارة الاستبيان، التي طبقت على 188 من الشباب تم اختيارهم بطريقة عشوائية.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

-اعتبر أفراد عينة الدراسة أن الحياء قيمة أخلاقية لا بد منها .

-يتمثل الحياء في السلوك حسب عينة الدراسة بالالتزام بقواعد الكلام و المعاملة مع الغير، و كذا في الاحترام المتبادل بين الأفراد و الكبير و الصغير.

-يعتبر أفراد عينة الدراسة أن الحياء في اللباس يكون ارتداء اللباس المحتشم .غير ملتصقة بالجسم ،ولا تظهر العورات ، وفي عدم تقليد الغرب تقليد أعمى.

*دراسة التنشئة الاسلامية الأسرية في ظل التغيير الاجتماعي قيمة الحياء والاحتشام أنموذجا

2

استهدفت هذه الدراسة التعرف على أثر التغيير الاجتماعي على قيم الأسرة المسلمة ، و على قيمة الحياء و الاحتشام خصوصا، و ماهي الأساليب التي أرسنها التنشئة الإسلامية للحفاظ على الأسرة من مهددات الهوية؟.

¹نورية سوامية، الطاهر غراز، قيمة الحياء في تمثلات و ممارسات الشباب،مجلة المعيار مج24، ع52، 2020، ص ص866 - 882.

² فطيمة حدادو، عمران بلخير، التنشئة الاسلامية الأسرية في ظل التغيير الاجتماعي قيمة الحياء والاحتشام أنموذجا، مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية و التاريخية، مج13، ع1، جوان 2022، ص ص527-574 .

توصلت الورقة البحثية إلى جملة من النتائج أبرزها:

-خلق الحياء والاحتشام هو ما يتوج الأخلاق كلها لأن قيمة الحياء هي الاتصاف بما هو حسن و اجتناب ما هو قبيح ، و من يلتزم بهذا الخلق فقط سلك مدارج الكمال و الفضيلة .

-تتطلب ظروف التغيير الاجتماعي من الأسرة إعادة تنشئة مستمرة تحافظ على التنشئة الدينية و القيمة الأصيلة و تتناسب مع الظروف المتغيرة في حدود المعايير التي حددها الثقافة، و ضرورة تدعيم سلطة الضبط لدى الأسرة لا سيما في مراقبة الأبناء و متابعتهم و التواصل معهم مع قيامهم بترشيد سلوك الأبناء و توجيههم نحو الاستخدام العقلاني لوسائل العالم و الاتصال التي أتاحها التطور الحاصل، خاصة تلك التي تخل بقيمة الحياء

*دراسة حول: القيم الفردية و تأثيراتها على سلوك الفرد – التقوى و الحياء نموذجاً¹

استهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على بعض القيم الاسلامية و الفردية، وكيف تؤثر في سلوك الفرد وحياته، و إلى بيان قيمة ووزن هذه القيم ، و إبراز الحاجة الماسة و الملحة للاقتداء بشخص النبي محمد صلى هلا عليه وسلم خير من دعا إلى هذه القيم و التزم بها في حياته. بالتطبيق على قيمتي التقوى و الحياء .

و اعتمد البحث على المنهج الاستقرائي التحليلي لمناقشة الموضوع ، و توصل الباحث إلى جملة من النتائج أبرزها:

-أن من أهم ثمرات الحياء هي العفة ، السترو و الوفاء .

-من أهم أنواع الحياء الحياء من الله تعالى باعتباره أعلى درجات الحياء ، ثم الحياء من الناس و هو الذي قصد به كف الاذى عنهم .

¹ مصطفى شطة ، الهواري لكحل، القيم الفردية و تأثيراتها على سلوك الفرد – التقوى و الحياء نموذجاً ، مجلة الدراسات الإسلامية، مج9 ، ع ، جوان 2020 ، ص ص624-638.

*دراسة أثر القيم الفردية على سلوك الفرد و المجتمع –الصدق و الحياء نموذجاً¹

استهدفت هذه الدراسة تسليط الضوء على أثر القيم الفردية على سلوك الفرد و المجتمع –الصدق و الحياء نموذجاً.

و قد اعتمد الباحث على مجموعة من المناهج لدراسة الموضوع تمثلت في المنهج الاستقرائي و التحليلي و الاستنتاجي

و توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج هي:

- أن مفهوم القيم هو في النظرة الاسلامية هي بمثابة الروح السارية في كل شئ ، فهي بديهية لا خلاف فيها، و لها صلة بالعقيدة الاسلامية ، و ذلك كاقترانها بالإيمان حيث إن هناك قيما اجتماعية ، كالتأخي و التأزر و الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر، و هناك قيم فردية شخصية كالصدق و الحياء .

- أن الانسان ينال حب و ثقة الناس ، لأنه صادق القول و المعاملة فلا يرهق أحد بكلامه أو أفعاله ، فيكتسب محبة كل من حوله و كل من يتعامل معه.

المطلب الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة: و هي عادة ما ترتبط بالطريقة التي ينتهجها الباحث كي يجيب على تساؤلات الدراسة، و عليه فإن التصميم الدقيق لهذه الإجراءات المنهجية من الدراسة ككل يعد مطلباً منهجياً يتطلب من الباحث بشكل عام أن يوليها عناية خاصة ذلك " أن شرح هذه الخطوات و تحديدها بطريقة منطقية و منظمة تساعد القارئ على الحكم على صحة المناهج و الوسائل المستخدمة و مدى كفايتها و ملاءمتها ، فهدف الباحث هنا أن يقدم شرحاً يمكن لقارئ من أن يعيد إجراء البحث بإعادة خلق نفس ظروف الدراسة الأصلية لكي يتحقق من النتائج "

²

¹ البدالي المرتجى، أثر القيم الفردية على سلوك الفرد و المجتمع –الصدق و الحياء نموذجاً ، مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية و الإنسانية المعمقة، ع9، أبريل 2021 ، ص 59-75 .

²-محمد منير حجاب ، أساسيات البحوث الإعلامية و الإجتماعية ، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2002م، ص228.

1-نوع الدراسة والمنهج المعتمد:

يصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي من سماتها دراسة الظاهرة كما هي في الواقع، واقتضت طبيعة الدراسة اعتماد منهج المسح الوصفي الذي يعرف بأنه "مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها".¹، و من خلال هذا المنهج سنقوم بعملية مسح المضامين المتعلقة بموضوع الحياء كما وردت في موقع اليوتيوب.

2-مجتمع الدراسة وعينتها:

تمثل جميع المضامين المتعلقة بموضوع الحياء على موقع اليوتيوب مجتمعاً للدراسة خلال سنة 2022م و التي بلغ تعدادها 40 مفردة. و قد تم اختيار هذه الفترة بطريقة عمدية لكثرة الفيديوهات المتعلقة بموضوع الحياء من جهة، و ثرائها من جهة أخرى.

وبما أننا مرتبطون بوقت محدد لإنجاز هذه الدراسة فقد لجأنا إلى المعاينة، حيث تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية في اختيار مفردات العينة المطلوبة و التي قدرت بـ 12 مفردة من أصل 40 خلال سنة 2022م. و العينة العشوائية هي التي "تعتمد على إعطاء كل وحدة من وحدات المجتمع فرصة في الاختيار. بمعنى توفير ظروف مضبوطة بدقة تضمن حصول كل مفردة من مفردات المجتمع الأصلي على فرصة متساوية للدخول في العينة"². و يمكن توضيح اختيار مفردات العينة وفق الآتي:

*تحديد عينة المصدر: وفيها تم اختيار مفردات المجتمع الأصلي للدراسة بطريقة عمدية للأسباب السالف ذكرها.

*تحديد العينة الزمنية: و قد تم تحديدها بسنة 2022 لثراء المضامين المتعلقة بقيمة الحياء، وتنوعها.

*تحديد المادة محل التحليل : و فيها تم اختيار 12 مفردة بطريقة عشوائية ما نسبته 30%، من إجمالي المجتمع الأصلي المقدر بـ 40 من الفيديوهات حول موضوع الحياء.

¹ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2017، ص163.

² محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث في إعلام الطفل، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط1، 1996، ص103.

و فيما يلي مفردات العينة التي تمت عليها الدراسة التحليلية :

جدول رقم (1) يوضح مفردات عينة الدراسة

رقم الفيديو	عنوان الفيديو	تاريخ نشر الفيديو
1	الحياء خلق الإسلام : فماذا قال رسول الله صلى الله عليه وسلم	2022/4/23
2	خاص لكل بنت : ما هي فوائد الحياء للبنات	2022/4/24
3	الحياء شعبة من الإيمان : و الله يحب الحياء	2022/ 1/11
4	ما هو سر الحياء و ما هي أنواعه	2022/5/4
5	مباحث في التزكية و الاخلاق ح 13 : الحياء خلق الاسلام	2022/4/14
6	خلق الحياء و منزلة الستر	2022/9/13
7	فضل الحياء و الفرق بين الحياء المحمود و المذموم	2022/9/5
8	الحياء شعبة من شعب الإيمان	2022/1/1
9	الحياء في الإسلام من مكارم الأخلاق	2022/4/25
10	من أخطر الإفساد : نزع خلق الحياء	2022/6/10
11	الحياء خلق الإسلام	2022/7/29
12	أجمل ما يقال عن الحياء	2022/11/22

3-أداة التحليل:

اعتمدت الدراسة التي بين أيدينا على أسلوب تحليل المحتوى الذي يعد أحد أهم الأدوات البحثية في دراسة الظواهر، وقد عرّف بيرلسون بأنه "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا كميا موضوعيا، منتظما، كميا".¹

4-تحديد فئات التحليل:

¹ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2017، ص163.

يقوم تحليل المضمون على تجزئة المحتوى الإعلامي إلى أجزاء تتميز بسمات مشتركة بينها تدخل ضمن مسمى فئات التحليل : وتنقسم فئات التحليل إلى قسمين : فئات المضمون ماذا قيل؟ وفئات الشكل كيف قيل؟.

1.4. فئات المضمون ماذا قيل؟: تم الاعتماد على الفئات الآتية:

*فئة الموضوعات : وهي الفئة التي تجيب عن سؤال حول ماذا يدور ماذا يتحدث مضمون المادة الإعلامية؟ و عليه تم الاعتماد على الفئات الآتية: مفهوم الحياء، أنواع الحياء، حياء المرأة، مكانة الحياء، أثر الحياء.

*فئة المصدر: تتصل هذه الفئة بمصادر معلومات القائم بالاتصال حول موضوع الحياء وقد تم الاعتماد على الفئات الآتية: القرآن الكريم، الحديث النبوي، أقوال العلماء، أقوال الصحابة، الحكم، الشعر.

*فئة الأهداف التي يتوخاها القائم بالاتصال من تناوله لقيمة الحياء عبر اليوتيوب : وهي الغايات المرجوة من تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب و تم الاعتماد فيها على الفئات الآتية: الدعوة إلى التحلي بقيمة الحياء، التوجيه والإرشاد، الشرح والتفسير، التعليم.

*فئة سمات الفاعلون في تناول قيمة الحياء من حيث النوع: ترتبط هذه الفئة بالأطراف التي تناولت قيمة الحياء عبر اليوتيوب من حيث نوعهم وقد تم الاعتماد على الفئات الآتية: رجال، نساء.

2.4. فئات الشكل كيف قيل؟: وهي الفئات التي تهتم بكيفية عرض المادة الإعلامية المرتبطة بقيمة الحياء، وفيها تم الاعتماد على الفئات الآتية:

*فئة المستوى اللغوي المعتمد في تناول قيمة الحياء : وفيها تم الاعتماد على الفئات الآتية: عامية، خليط بين العامية والعربية الفصحى، عربية فصحى.

*فئة القالب المستخدم في تناول قيمة الحياء : و ترتبط بقوالب العرض لقيمة الحياء عبر اليوتيوب، وقد تم الاعتماد على: قالب الحديث المباشر، قالب سؤال وجواب.

5-تحديد وحدات التحليل: ويقصد بها جوانب الاتصال التي سيتم إخضاعها للتحليل¹، وقد تم الاعتماد على : وحدة الفكرة لمعرفة الأهداف التي يتوخاها القائم بالاتصال من تناوله لقيمة الحياء عبر اليوتيوب، وكذا اللغة المعتمدة في الترويج لقيمة الحياء، ووحدة الموضوع التي تهدف إلى معرفة الموضوعات التي تناولها القائم بالاتصال حول قيمة الحياء عبر اليوتيوب. وكذا وحدة المفردة التي تهدف إلى معرفة جنس الفاعلين في الترويج لقيمة الحياء عبر اليوتيوب.

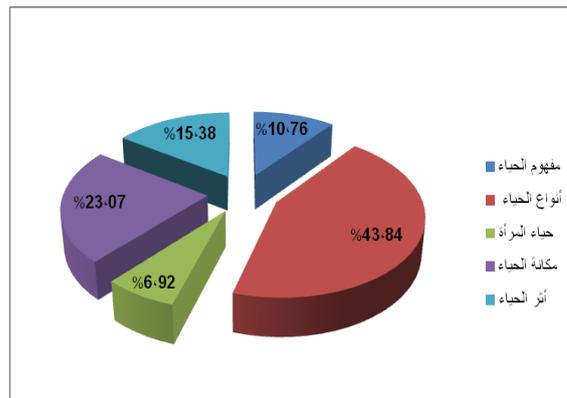
المطلب الثالث: عرض و تفسير البيانات الكمية

أولاً: على مستوى فئات المضمون ماذا قيل؟

1-فئة الموضوعات المتعلقة بقيمة الحياء عبر اليوتيوب :

جدول رقم (2) يوضح الموضوعات المتعلقة بقيمة الحياء عبر اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرارات	الموضوعات المتعلقة بقيمة الحياء عبر اليوتيوب
10.76%	14	مفهوم الحياء
43.84%	57	أنواع الحياء
6.92%	09	حياء المرأة
23.07%	30	مكانة الحياء
15.38%	20	أثر الحياء
100%	130	المجموع



شكل بياني رقم(1)يوضح الموضوعات المتعلقة بقيمة الحياء عبر اليوتيوب

¹ محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص118.

يلاحظ من خلال الجدول رقم (2) و الشكل البياني أعلاه تنوع الموضوعات التي تناولها القائم بالاتصال بشأن قيمة الحياء عبر اليوتيوب، حيث جاءت وفقا للنسب الأتية:

-تصدر الحديث عن أنواع الحياء إجمالي موضوعات قيمة الحياء بنسبة 43,84 % حيث تم الحديث عن الحياء من الله كأعلى صورة من صورة الخضوع لله تعالى، وهو أمر منطقي يتوجب على الفرد أن يكون في مستوى رقابة الله تعالى في السر و العلن في كافة تصرفاته. كما تم الحديث عن الحياء من الناس و ذلك برد حقوقهم و عدم الاطلاع على ما يكرهون، و في إطار هذه الأنواع تم التعرض للحياء من الملائكة باعتبارها القائمة على توثيق ما يصدر عن الإنسان ، و غيرها من أنواع الحياء التي يجب على الفرد الامتثال لها لأنها ترفع من قيمته و تعلي من شأنه..

-تصدر الحديث عن مكانة الحياء الترتيب الثاني ضمن إجمالي موضوعات قيمة الحياء بنسبة 23,07 % ، و في تناول القائم بالاتصال هذه المكانة باعتبار أن الحياء هو شعار الإسلام ، و خلق للإسلام في حد ذاته و أنه هو الدين نفسه، و أنه شعبة من شعب الإيمان و كونه لا يأتي إلا بخير و أنه الخير كله و غيرها مما يجعل الحياء في مصاف جميع القيم التي توجب على الفرد المسلم أيا كان أن يتمثله في حياته و أن يعي المكانة التي يولمها الشارع الحكيم لهذه القيمة .

-جاء الحديث عن أثر الحياء في الترتيب الثالث بنسبة 15,38 % و هو أمر نراه مهما لجذب المتلقي إلي هذه القيمة فهو من ناحية سبب في الأمن النفسي و المجتمعي، و أنه سبب لابتعاد الانسان عن المعصية، و به تصان الحقوق و تحفظ الأموال و غيرها مما يحق سعادة الإنسان في الدارين.

-ورد التعريف بالحياء في المرتبة الرابعة ضمن موضوعات الحياء كلها بنسبة 10,76 % ، و هو أمر بديهي فيما نرى فقد حاول القائم بالاتصال عبر اليوتيوب أن يوضح للمتلقي المقصود بالحياء حتى يتبين له الفرق بينه و بين الخجل و المواطن المطلوب فيها الاستحياء.

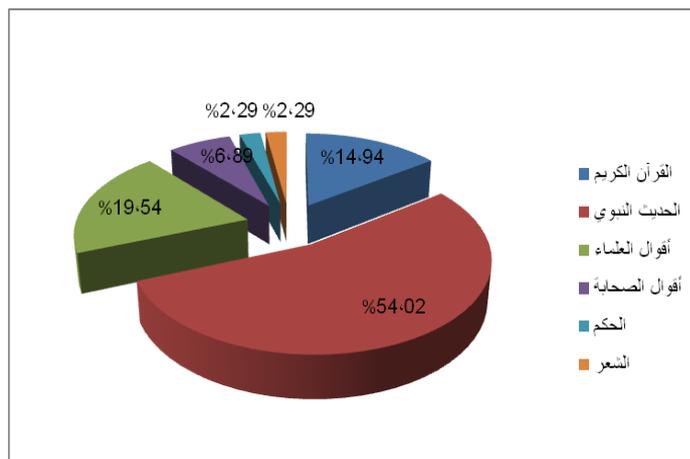
-جاء الحديث عن حياء المرأة ضمن الترتيب الأخير بنسبة 6,92 % و على الرغم من تأخره فقد أعطاه القائم بالاتصال عبر اليوتيوب أهمية على اعتبار أن عنوان أنوثة المرأة هو حياؤها لذلك تم التشديد على دعوة المرأة للالتزام بالحياء في كافة سلوكياتها احتراماً لكيونتتها التي ميزها بها الشارع الحكيم.

نستنتج من كل ما سبق مدى الاهتمام الذي يوليه القائم بالاتصال لقيمة الحياء عبر اليوتيوب، فعلى الرغم من تفاوت النسب بين المضامين المقدمة حول هذه القيمة فقد عمد إلى الإحاطة بكل المعطيات التي من شأنها ترغيب المتلقي في التحلي بالحياء لقيمته في واقع سلوك الفرد باعتباره خير كله.

2-فئة المصادر المعتمدة في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب :

جدول رقم (3) يبين المصادر المعتمدة في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب

النسبة	التكرار	المصادر المعتمدة في تناول قيمة الحياء
%14.94	13	القرآن الكريم
%54.02	47	الحديث النبوي
%19.54	17	أقوال العلماء
%6.89	6	أقوال الصحابة
%2.29	2	الحكم
%2.29	2	الشعر
%100	87	المجموع



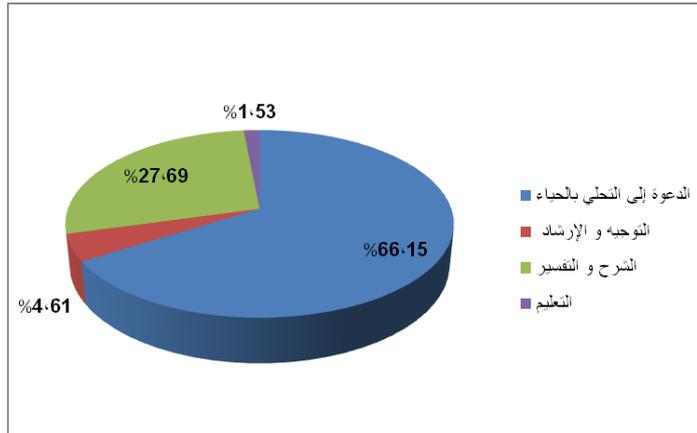
شكل بياني رقم (2) يوضح المصادر المعتمدة في تناول قيمة الحياء في عينة الدراسة

تشير بيانات الجدول و الشكل البياني أعلاه أن القائم بالاتصال اعتمد عبر موقع اليوتيوب على مصادر متعددة و متنوعة لإبراز قيمة الحياء و الترويج لها لدى المتلقين، حيث تصدر الحديث النبوي إجمالي المصادر المعتمدة بنسبة 54.02%، و هو أمر منطقي فالسنة هي المصدر الثاني للتشريع، و مجيؤها أولاً باعتبارها شارحة و موضحة لما أمر به القرآن الكريم، والتركيز يزيد من مصداقية المعلومات التي أوردتها القائم بالاتصال لدى المتلقي، و جاء مصدر أقوال العلماء في الترتيب الثاني بنسبة 19.54% و معلوم أن العلماء هم ورثة الأنبياء و أن أقوالهم و تفسيراتهم مستقاة من الوحيين الكتاب و السنة و من ثم فقيمة هذا المصدر من قيمة الأصل في حد ذاته، يليها الاعتماد على مصدر القرآن الكريم بنسبة 14.94%، و لا شك فالقرآن هو المصدر الأول للتشريع و أهميته تكمن فيما يقدم من نصوص كلية تعمل السنة النبوية على توضيحها و شرحها، و أما مصدر أقوال الصحابة فقد وردت في الترتيب الأخير بنسبة 6.89%، وعلى ضعف نسبة هذا المصدر فهو يقدم لنا جوانب عملية لما عايشه هؤلاء في مدرسة النبوة مما يجعل الاهتمام به أمراً مهماً. تلاها كل من الحكم و الشعر في الترتيب الأخير بنسبة 2.29%، لكل منهما و هي مصادر داعمة لإثراء قيمة الحياء عبر اليوتيوب، و تزيد من تأكيدها لدى المتلقين.

3- فئة الأهداف التي توخاها القائم بالاتصال في تناوله لقيمة الحياء عبر اليوتيوب:

جدول رقم (4) يبين الأهداف التي توخاها القائم بالاتصال في تناوله لقيمة الحياء

النسبة	التكرار	الأهداف المتوخاة من تناول قيمة الحياء على اليوتيوب
66.15%	43	الدعوة إلى التحلي بقيمة الحياء
4.61%	3	التوجيه والإرشاد
27.69%	18	الشرح والتفسير
1.53%	1	التعليم
100%	65	المجموع



شكل بياني رقم (3) يوضح الأهداف التي توخاها القائمون بالاتصال من تناوله لقيمة الحياء

حسب بيانات الجدول رقم (4) و الشكل البياني أعلاه فقد توخى القائمون بالاتصال عبر موقع اليوتيوب تحقيق جملة من الأهداف في الترويج لقيمة الحياء تمثلت في الآتي:

أولاً: الدعوة إلى التحلي بقيمة الحياء في الترتيب الأول بنسبة 66,15% باعتباره أنها وإيمان قرينين ولا يمكن أن ينفصل أحدها عن الآخر ، و أن هذه الدعوة إنما لقيمة و مكانة الحياء و ما يحققه للمسلم من سعادة و التي يدور حولها جميع القيم و الفضائل النبيلة الأخرى.

ثانياً:الشرح و التفسير في الترتيب الثاني بنسبة 27,69% فقد تطلب الأمر في العديد من المعطيات المتعلقة بالحياء أن يقدم القائمون بالاتصال شرحاً مفصلاً بشأنها لارتباطها الوثيق بقيمة الحياء، حتى يقتنع المتلقي أكثر بضرورة الالتزام بهذه القيمة العظيمة .

ثالثاً: التوجيه و الإرشاد في الترتيب الثالث بنسبة 4,61% و قد تطلبها مقام الفصل في بعض الأمور كما هو الشأن في مسألة دخول الصحابة عند النبي و استيلاء النبي منهم فكان المطلوب إرشاد هؤلاء إلى ضرورة الانصراف لأن ذلك يؤدي النبي عليه الصلاة و السلام .

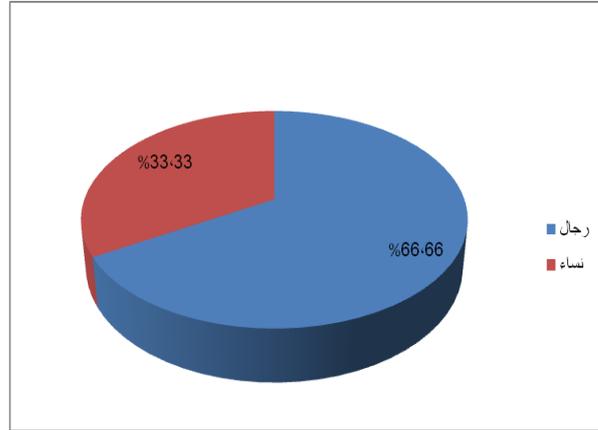
رابعاً التعليم بنسبة 1,53%، و هو هدف من شأنه تدريب المتلقي على هذه الخصلة النبيلة .

4-سمات القائمون بالترويج لقيمة الحياء عبر اليوتيوب على مستوى النوع :

جدول رقم (5) يوضح فئة القائمون بالترويج لقيمة الحياء عبر اليوتيوب

النسبة	التكرار	سمات الفاعلين الذين تناولوا قيمة الحياء عبر اليوتيوب
66.66%	8	رجال

نسء	4	%33.33
المجموع	12	%100



شكل بياني رقم(4)يبين الفاعلون في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب

يبين الجدول رقم (5) و الشكل البياني رقم (4) الفاعلون على مستوى النوع الذين تناولوا قيمة الحياء عبر اليوتيوب، حيث جاء الرجال بنسبة 66,66 % كأكثر الفاعلين في تناول قيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب، ما يشير إلى أن الرجال الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي ، في حين جاء عنصر النساء بنسبة 33,33%، و على ضعف هذه النسبة فقد تأكد الاجماع على أهمية قيمة الحياء لدى الجنسين من الفاعلين، كما تأكد اهمية اليوتيوب كوسيط فعال في الترويج لقيمة الحياء و الحث عليها.

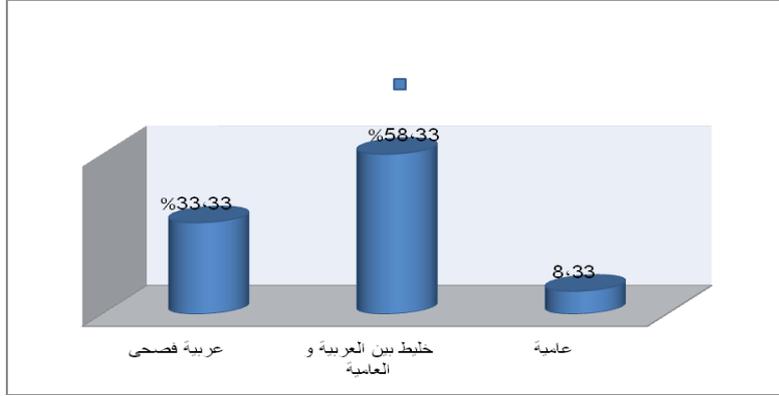
ثانيا: على مستوى فئات الشكل كيف قيل؟

1-فئة المستوى اللغوي المعتمد في تناول قيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب:

جدول رقم (6) يوضح المستوى اللغوي المعتمد في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب

النسبة	التكرار	المستوى اللغوي المعتمد في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب
%8,33	1	عامية
%58.33	7	خليط بين العربية و العامية
%33.33	4	عربية فصحي

%100	12	المجموع
------	----	---------



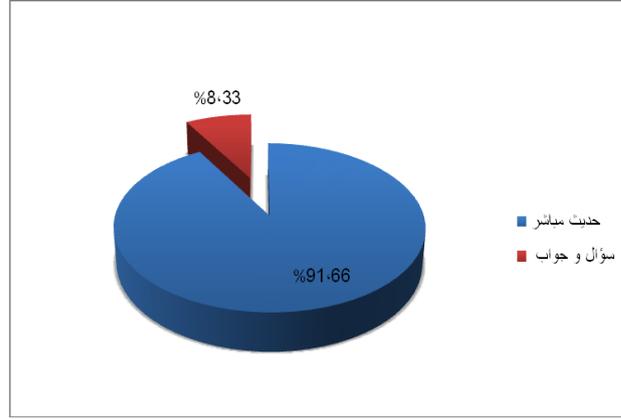
شكل بياني رقم (5) يبرز المستوى اللغوي المعتمد في تناول قيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب

من خلال بيانات الجدول والشكل البياني أعلاه فقد جاء الجمع بين اللغة العربية و اللهجة العامية في الترتيب الأول ضمن المستوى اللغوي المعتمد في الترويج لقيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب بنسبة 58,33% و قد يعود ذلك مراعاة للجمهور المتلقي الذي قد تختلف مستواه التعليمية فكان لزاما الجمع بين العربية الفصحى التي لغة القرآن الكريم، و العامية التي قد تتطلبها بعض الشروحات . في حين جاءت اللغة العربية في الترتيب الثاني بنسبة 33,33%، و هي لغة مشتركة لدى جميع المتلقين و يفهمها الكل، أما العامية فقد وردت بنسبة 8,33% لشيوعها بين المستخدمين .

2-فئة القالب المستخدم في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب

جدول رقم (7) يبين القالب المستخدم في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب

النسبة	التكرار	القالب المستخدم في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب
%91.66	11	حديث مباشر
%8.33	1	سؤال و جواب
%100	12	المجموع



شكل بياني رقم (6) يوضح المستوى اللغوي المعتمد في تناول قيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب

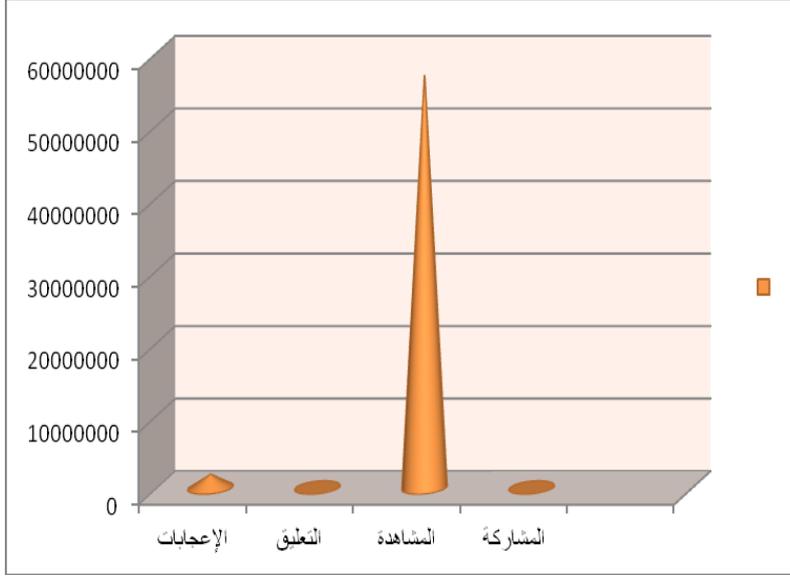
يلاحظ من خلال الجدول رقم (7) و الشكل البياني رقم (6) تصدر قالب الحديث المباشر بنسبة 91،66% في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب إجمالي القوالب المعتمدة في تناول قيمة الحياء، وربما يعود إلى طبيعة الموضوع الذي تطلب شد انتباه الجمهور المتلقي إلى قيمة الحياء و دعوته بشكل مباشر إلى التحلي بهذه القيمة .

في حين جاء قالب سؤال و جواب في الترتيب الثاني بنسبة 8.33% وكان ذلك في إطار الفتوى لتي تتطلب هذا القالب .

3- فئة حجم تفاعل الجمهور مع قيمة الحياء المقدمة عبر اليوتيوب:

جدول رقم (8) يبين حجم التفاعلية مع قيمة الحياء المقدمة عبر اليوتيوب

النسبة	التكرار	حجم التفاعلية
3.2%	1845987	الإعجابات
0.001%	579	التعليق
96.8%	56803720	المشاهدة
0.002%	1496	المشاركة
100%	58651782	المجموع



شكل بياني رقم (7) يوضح حجم تفاعل الجمهور مع قيمة الحياء المقدمة عبر اليوتيوب

-تعددت أشكال و حجم التفاعل مع المضامين المقدمة حول قيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب كما تبينه بيانات الجدول رقم (8) و الشكل البياني رقم (7)، حيث جاءت تكرارات المشاهدة 56,803720 ألف بنسبة 96.8% ما يؤكد أهمية هذه القيمة لدى المتلقين يضاف إليها أسلوب التقديم الذي اعتمد على شحذ الجوانب الوجدانية للمتلقى، يليها التفاعل بالإعجاب الذي يشير إلى موافقة المتلقي للمضمون المقدم حول قيمة الحياء وذلك بتعداد 1,845987 ما نسبته 3.2%، تلاها إعادة المشاركة بتعداد 1,496 بنسبة 0.002%، و هو رغبة من المتلقي في إفادة غيره من الأصدقاء المشتركين معه في الفضاء الافتراضي.

و أما التعليق بتعداد 579 بنسبة 0.001%، و هو صورة من صور التعقيب على ما جاء حول قيمة الحياء أو موافقة للمضمون و مباركة له ما يؤكد التجاوب بين القائم بالاتصال، و المتلقي.

وكل هذا يشير إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي و منها موقع اليوتيوب في الترويج للقيم النبيلة لما توفره من عناصر التفاعلية التي تتيح إبداء الرأي و مشاركة المضمون مع الآخرين.

-خاتمة:

تناولت هذه الدراسة قيمة الحياء عبر موقع اليوتيوب باعتباره أحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي، و أكدت الدراسة أهمية هذا الوسيط الاتصالي في الترويج لقيمة الحياء من منطلق قدرته على الوصول إلى شرائح واسعة من المجتمع، و تمثلت أهم النتائج في الآتي:

-تعددت المضامين التي تناولت قيمة الحياء، وجاء الحديث عن أنواع الحياء في صدارة إجمالي المضامين لتوجيه المتلقي للمواطن التي يتوجب عليه فهم الحياء ليسمو في كل ذلك عن كل قبيح.

-أكدت الدراسة على الحياء من الله كواحدة من أهم أنواع الحياء باعتباره محور مختلف السلوكيات، فمتى استحي الفرد من الله تعالى انعكس ذلك على شبكة العلاقات الاجتماعية لديه.

-استفاد القائم بالاتصال من مختلف المصادر في تناوله لقيمة الحياء بين القرآن الكريم، و الحديث النبوي، وأقوال العلماء، و الصحابة والحكم والأشعار بشكل يوحي بأهمية الموضوع و يعطي مصداقية كبرى لهذه القيمة لدى المتلقي.

-تنوعت الأهداف التي توخاها القائم بالاتصال من خلال تناوله لقيمة الحياء ، وتصدرتها في ذلك الدعوة إلى التحلي بقيمة الحياء ليكون سلوكا ممارسا لدى المتلقي وهو غاية الغايات.

-أكدت الدراسة اهتماما لافتا من قبل القائم بالاتصال من كلا الجنسين، ورغم تفوق نسبة الرجال في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب على النساء فإن هذا الاهتمام يعكس أهمية قيمة الحياء، ومكانتها ضمن منظومة القيم الإسلامية باعتبارها المدار الذي تتحرك في إطارها باقي القيم .

-جاء الجمع بين العربية الفصحى و العامية في صدارة المستويات اللغوية في تناول قيمة الحياء استلزمها المقام و الغرض من ذلك استقطاب أكبر عدد من الجمهور المستخدم لليوتيوب .

-تصدر قالب الحديث المباشر إجمالي القوالب المستخدمة في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب .

-أكدت الدراسة حجم التفاعل مع المضامين المتعلقة بقيمة الحياء عبر اليوتيوب جسديتها مختلف صور التفاعل كالمشاهدة و التجاوب الكبير إما بالإعجاب أو التعليق و حتى على مستوى مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة بهذه القيمة.

-مراجع الدراسة:

-الكتب:

-ابن قيم الجوزية ، مدارج السالكين بين منازل إياك نعبد و إياك نستعين. ج2 ، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1 ، دت.

-سعد سلمان المشهداني،مناهج البحث الإعلامي،دار الكتاب الجامعي،الإمارات العربية المتحدة،ط1

2017،

-ماهر عودة الشمايلة،محمود عزت اللحام،مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقي الجديد،دار الإعصار العلمي، للنشر والتوزيع،عمان،الأردن،ط1، 2015.

-محمود حسن إسماعيل،مناهج البحث في إعلام الطفل، دار النشر للجامعات،القاهرة،ط1، 1996.

-الدوريات:

-ابتسام دراجي، شبكات التواصل الاجتماعي فضاء افتراضي للنواصل الالكترونية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية،مج1، ع1-2، جوان2017.

-البدالي المرتجي، أثر القيم الفردية على سلوك الفرد و المجتمع -الصدق و الحياء نموذجاً ، مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية و الانسانية المعمقة،ع9، أبريل2021.

-حنان عريبي، باية بوزة، دور موقع اليوتيوب في تحقيق الاشباع السياسي لدى الرأي العام الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من الشباب المستخدم لليوتيوب أكتوبر 2021،المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي،مج9، ع2، 2022.

-فطيمة حدادو،عمراني بلخير، التنشئة الاسلامية الاسرية في ظل التغير الاجتماعي قيمة الحياء و الاحتشام أنموذجا، مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية و التاريخية،مج13، ع1، جوان 2022.

-مصطفى شطة ، الهواري لكحل، القيم الفرديو وتأثيراتها على سلوك الفرد -التقوى و الحياء نموذجاً ،مجلة الدراسات الإسلامية،مج9، ع ، جوان 2020.

-نور الهدى عبادة، شبكات التواصل الاجتماعي و العلاقات الاجتماعية: الفرص و التحديات، مجلة الساورة للدراسات الانسانية والاجتماعية،ع2، مارس2016.

-نورية سوامية، الطاهر غراز،قيمة الحياء في تمثلات و ممارسات الشباب،مجلة المعيارمج24، ع52، 2020.

-مواقع الانترنت:

- محمود بن أحمد الدوسري، الحياء خلق الإسلام،موقع:<https://www.alukah.net/>، تاريخ الزيارة:2023/ 6/12-.

ملحق

استمارة تحليل المحتوى حول:

التناول الاعلامي لقيمة الحياء عبر شبكات
التواصل الاجتماعي اليوتيوب أنموذجا

ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني حول الحياء في منظومة القيم الإسلامية و الواقع المعاصر

إعداد:

أ/د زكية منزل غرابة

أولاً: البيانات الأولية :

-عنوان الفيديو

-تاريخ بث الفيديو عبر اليوتيوب

-المدة الزمنية للفيديو

ثانياً: فئات المضمون ماذا قيل؟:

*فئة الموضوعات :

-مفهوم الحياء

-أنواع الحياء

-حياء المرأة

-مكانة الحياء

-أثر الحياء.

*فئة المصدر:

-القرآن الكريم

-الحديث النبوي

-أقوال العلماء

-أقوال الصحابة

-الحكم

-الشعر.

*فئة الأهداف التي يتوخاها القائم بالاتصال من تناوله لقيمة الحياء عبر اليوتيوب :

-الدعوة إلى التحلي بقيمة الحياء

-التوجيه والإرشاد

-الشرح والتفسير

-التعليم.

*فئة سمات الفاعلون في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب من حيث النوع

-رجال

-نساء.

ثالثاً: فئات الشكل كيف قيل؟:

*فئة المستوى اللغوي المعتمد في تناول قيمة الحياء عبر اليوتيوب:

-عامية

-خليط بين العامية والعربية الفصحى

-عربية فصحى.

*فئة القالب المستخدم في تناول قيمة الحياء:

-قالب الحديث المباشر

-قالب سؤال و جواب.

*فئة حجم وشكل التفاعل:

-الإعجاب

-المشاهدة

-التعليق

-المشاركة

رابعاً: تحديد وحدات التحليل:

-وحدة الفكرة

-وحدة الموضوع

-وحدة المفردة