

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



قسم الإعلام والاتصال
الرقم: 2022/

جامعة محمد الصديق بن يحيى
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

دراسة بعنوان

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال
جائحة كورونا

- دراسة مسحية على عينة من طلبة قسم الحقوق بجامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل-

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: الصحافة المطبوعة والالكترونية

إشراف الأستاذ:

-إيدير شيباني

إعداد الطلبة:

- سعيدة بوصبيعة

- صابر حجاز

- وسام بن بعيط

لجنة المناقشة

| الصفة | الجامعة | الرتبة | إسم ولقب الأستاذ |
|--------------|---------------------------|----------------|-------------------|
| رئيسا | محمد الصديق بن يحيى-جيجل- | أستاذ محاضر-ب- | أ.زوبير زرزايحي |
| مشرفا ومقررا | محمد الصديق بن يحيى-جيجل- | أستاذ مساعد-أ- | أ. إيدير شيباني |
| عضوا مناقشا | محمد الصديق بن يحيى-جيجل- | أستاذ مساعد-أ- | أ.ع.الوهاب بوباعة |

السنة الجامعية: 2022/2021

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



قسم الإعلام والاتصال

الرقم: 2022/

جامعة محمد الصديق بن يحيى

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

دراسة بعنوان

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال
جائحة كورونا

دراسة مسحية على عينة من طلبة قسم الحقوق بجامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل-

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الصحافة المطبوعة والالكترونية

إشراف الأستاذ:

-إيدير شيباني

إعداد الطلبة:

- سعيدة بوصبيحة

- صابر حجاز

- وسام بن بعيث

لجنة المناقشة

| الصفة | الجامعة | الرتبة | إسم ولقب الأستاذ |
|--------------|---------------------------|----------------|--------------------|
| رئيسا | محمد الصديق بن يحيى-جيجل- | أستاذ محاضر-ب- | أ.زوبير زرزايحي |
| مشرفا ومقررا | محمد الصديق بن يحيى-جيجل- | أستاذ مساعد-أ- | أ. إيدير شيباني |
| عضوا مناقشا | محمد الصديق بن يحيى-جيجل- | أستاذ مساعد-أ- | أ.ع. الوهاب بوباعة |

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر وعرfan

﴿وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي

فَضَّلَنَا عَلَىٰ كَثِيرٍ مِّنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ﴾

سورة النمل الآية (15).

الحمد لله أقصى مبلغ الحمد، والشكر لله من قبل و من بعد

الحمد لله عن العقل وعن الجسد، أما بعد

نتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى أستاذنا المشرف "إيدير

شيباني" ونشكره جزيل الشكر على كل توجيهاته ونصائحه

القيمة ولا يسعنا إلا أن نسأل الله أن يوفقه لكل خير وأن ينعم

عليه بالصحة والعافية

كما نتقدم بالشكر للجنة المناقشة، الأستاذ زرزايحي زوبير

والأستاذ بوبعة عبد الوهاب على تشريفهم مناقشة مذكرتنا فلهم

منا جزيل وخالص الاحترام والتقدير.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لجميع أساتذة قسم الاعلام والاتصال كل

باسمه.

إهداء

إلهي لا تطيب الليل إلا بشكرك.... ولا تطيب النهار إلا بطاعتك... ولا تطيب اللحظات إلا
بشكرك.... ولا تطيب الآخرة إلا بحقوقك..... ولا تطيب الجنة إلا برويتك..... الله جلا جلاله.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة..... ونصح الأمة..... إلى نبي الرحمة ونور العالمين..... سيدنا
محمد صلى الله عليه وسلم.

إلا من كلفه الله بالصيبة والوقار... إلى من علمني العطاء دون انتظار... إلى من أحمل اسمه
بكل افتخار... أرجو من الله أن يمد في عمري ليرى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار "أبي
العزير"

إلى ملائكتي في الحياة... إلى أطيب امرأة في الوجود.. إلى معني الحب ومعني الحنان
إلى "أمي" الحبيبة.

أتقدم بالشكر الخاص للأستاذ المشرف "أيدير هيواني" الذي لا توصفه كل عبارات الامتنان
والإخلاص على تواضعه الكبير ورحابة صدره وعلى النصائح السديدة والمعلومات القيمة التي له
يبذل بها عليا .

إلى اللذين هما قلبك لن أوفيا حقهم أساتذة " قسم الإعلام والاتصال " وأخص بالذكر الأساتذة
الأفاضل: بوقرة محمد، زرايحي زويبر، بوسعدية مسعود، بحري عثمان، خيري نبيل، ع. الوهاج
بويجة ، على نذائم وإرهاصهم ومساندتهم ومنحهم لي الكثير من وقتهم وجهدهم.... جزاهم
الله خير جزاء.

إلى من علمهم الحبر وعلمهم اعتماد.....إلى من وجودهم أحسب قوة ومعية لا حدود لها
إلى إخوتي وأخواتي....إلى عائلتي الثانية التي منحتني الحب والاحترام " عائلة خلابي".
إلى من كان سنداً لي على إتمام هذا العمل بتشجيعها ودعمها أختي وصديقتي "أميرة
خليفي"

إلى كل الأصدقاء و الزملاء... كل باسمه.

سعيدة

إهداء

لى شجرة الوقار ومداد العطاء لى نبى الكرم و التضحية و الصبر لى والدى العزيز اظال

الله فى عمره

لى نبى الحنان و رمز الطهارة لى من منختنى صفاء الوداد و صدق الكلمة، لى من

غمرتى بدعائها الذى كان نبى اضاءة لى فى ظلمة الحياة و شمعة الامل التى

اضاءت لى طريق المستقبل لى والدى حفظها الله

لى سدى و مصدر قوتى بعد الله لى من افتخر بهم لى اخوتى و اخواتى حبا و عرفانا

فتشجيعكم و سواكم الدائم و فعنى لمواصلتة الطريق

لى اساتنتى الافاضل و لى كل طاقم و ادارة قسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة

جيجل-تاسوست-

لى استاى العزيز زبير زرزىجى.

صابر

إهداء

إلى طلبة العلم

وسام



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

| رقم الصفحة | قائمة المحتويات |
|--|-------------------------------------|
| | كلمة شكر |
| | إهداء |
| | فهرس المحتويات |
| | فهرس الجداول |
| | فهرس الأشكال |
| | ملخص الدراسة |
| أ، ب | مقدمة |
| الفصل الأول: البناء الفكري والمنهجي للدراسة | |
| 1 | أولا: الإشكالية |
| 2 | ثانيا: تساؤلات الدراسة |
| 2 | ثالثا: فرضيات الدراسة |
| 3 | رابعا: أسباب اختيار الدراسة |
| 3 | خامسا: أهمية الدراسة |
| 4 | سادسا: أهداف الدراسة |
| 4 | سابعا: مفاهيم الدراسة |
| 9 | ثامنا: المنهج المستخدم في الدراسة |
| 10 | تاسعا: أدوات جمع البيانات |
| 13 | عاشرا: مجتمع البحث وعينة الدراسة |
| 15 | أحد عشر: حدود الدراسة |
| 15 | إثنا عشرة: الدراسات السابقة |
| 22 | ثلاثة عشرة: المداخل النظرية للدراسة |

فهرس المحتويات

| الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي: ماهيتها أنواعها وأهم استخداماتها | |
|---|---|
| 26 | تمهيد |
| 27 | أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها |
| 31 | ثانياً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي |
| 34 | ثالثاً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي |
| 44 | رابعاً: الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي |
| 45 | خامساً: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي |
| 47 | سادساً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي |
| 48 | سابعاً: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي |
| 51 | خلاصة |
| الفصل الثالث: الثقافة الدينية: ماهيتها، أهدافها مصادرها ومقوماتها | |
| 53 | تمهيد |
| 54 | أولاً: مفهوم الثقافة الدينية |
| 54 | ثانياً: نشأة الثقافة الدينية |
| 56 | ثالثاً: أهداف الثقافة الدينية |
| 57 | رابعاً: خصائص الثقافة الدينية |
| 60 | خامساً: مصادر الثقافة الدينية |
| 65 | سادساً: مقومات الثقافة الدينية |
| 68 | خلاصة |

فهرس المحتويات

| | |
|---|---|
| الفصل الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا | |
| 70 | تمهيد |
| 71 | أولاً: استخدامات الشبكات الاجتماعية في المجال الديني |
| 72 | ثانياً: إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني |
| 73 | ثالثاً: لمحة عن الصفحات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي |
| 76 | رابعاً: دور الصفحات الدينية في الفايسبوك |
| 77 | خلاصة |
| الفصل الخامس: الإجراءات التطبيقية للدراسة | |
| 79 | تمهيد |
| 80 | أولاً: تحليل بيانات الدراسة ومناقشتها |
| 118 | ثانياً: النتائج الميدانية للدراسة |
| 120 | ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية |
| 130 | خلاصة الفصل |
| 132 | الاستنتاجات العامة للدراسة |
| 134 | اقتراحات الدراسة |
| 136 | خاتمة |
| قائمة المصادر المراجع | |
| قائمة الملاحق | |

فهرس الجداول

| رقم الجدول | عنوان الجدول | الصفحة |
|------------|--|--------|
| 01 | توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس | 80 |
| 02 | توزيع أفراد العينة حسب متغير السن | 81 |
| 03 | توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي | 82 |
| 04 | توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاقتصادية | 83 |
| 05 | توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة | 84 |
| 06 | مدة استخدام طلبة الحقوق لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن | 85 |
| 07 | أكثر المواقع التي يتابعها الطلبة الجامعيين حسب متغير السن | 86 |
| 08 | نوع اسم المستخدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس | 87 |
| 09 | الوسيلة المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي | 88 |
| 10 | الأوقات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي | 89 |
| 11 | المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي | 90 |
| 12 | اللغة التي يتواصل بها الطلبة الجامعيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 92 |
| 13 | المكان المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي | 93 |
| 14 | طبيعة تصفح الطلبة لمواقع التواصل حسب متغير الإقامة الجامعية | 94 |
| 15 | درجة اهتمام المبحوثين بالمواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل | 95 |
| 16 | نشر المبحوثين للمواضيع الدينية عبر حسابهم الخاص | 96 |
| 17 | طبيعة المنشورات التي يقوم بنشرها المبحوثين عبر حسابهم الخاص | 97 |
| 18 | طبيعة التفاعل مع المواضيع الدينية المنشورة عبر المواقع الاجتماعية | 98 |
| 19 | مصدر المنشورات الدينية التي يتابعها الطلبة عبر المواقع الاجتماعية | 100 |
| 20 | طبيعة المضامين التي تثير إعجاب الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 101 |
| 21 | تغيير مواقع التواصل الاجتماعي لبعض السلوكيات الدينية | 102 |
| 22 | تغيير مواقع التواصل الاجتماعي للسلوكيات الدينية لدى الطلبة الجامعيين | 103 |
| 23 | مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب معلومات دينية جديدة | 104 |
| 24 | اشترك الطلبة الجامعيين في مجموعات دينية عبر مواقع الاجتماعية | 105 |

فهرس الجداول

| | | |
|-----|---|----|
| 106 | تقييم الطلبة للمنشورات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 25 |
| 107 | درجة ثقة الطلبة بالمعلومات الخاصة بالثقافة الدينية التي تقدمها المواقع | 26 |
| 108 | مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير رأي الطلبة حول المسائل الدينية خلال غلق دور العبادة | 27 |
| 109 | رأي الطلبة حول ما تنتشره مواقع التواصل خلال فترة الحجر الصحي | 28 |
| 110 | تعويض المواقع لدور المساجد في نشر الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي | 29 |
| 111 | رأي الطلبة حول مدى إمكانية التعبير بحرية عن القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا | 30 |
| 112 | مصدر المنشورات الدينية التي يعيد نشرها الطلبة خلال جائحة كورونا | 31 |
| 113 | يوضح تفاعل الطلبة مع المنشورات الدينية خلال جائحة كورونا | 32 |
| 114 | آراء الطلبة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي | 33 |
| 115 | درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي | 34 |
| 116 | اقتراحات أفراد العينة لتنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين | 35 |

فهرس الأشكال

| الصفحة | عنوان الأشكال | الجدول |
|--------|---|--------|
| 80 | توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس | 01 |
| 81 | توزيع أفراد العينة حسب متغير السن | 02 |
| 82 | توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي | 03 |
| 83 | توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاقتصادية | 04 |
| 84 | توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة | 05 |
| 85 | مدة استخدام طلبة الحقوق لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن | 06 |
| 86 | أكثر المواقع التي يتابعها الطلبة الجامعيين حسب متغير السن | 07 |
| 87 | نوع اسم المستخدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس | 08 |
| 89 | الوسيلة المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي | 09 |
| 90 | الأوقات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي | 10 |
| 91 | المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي | 11 |
| 92 | اللغة التي يتواصل بها الطلبة الجامعيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 12 |
| 93 | المكان المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي | 13 |
| 94 | طبيعة تصفح الطلبة لمواقع التواصل حسب متغير الإقامة الجامعية | 14 |
| 95 | درجة اهتمام المبحوثين بالمواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل | 15 |
| 97 | نشر المبحوثين للمواضيع الدينية عبر حسابهم الخاص | 16 |
| 98 | طبيعة المنشورات التي يقوم بنشرها المبحوثين عبر حسابهم الخاص | 17 |
| 99 | طبيعة التفاعل مع المواضيع الدينية المنشورة عبر المواقع الاجتماعية | 18 |
| 100 | مصدر المنشورات الدينية التي يتابعها الطلبة عبر المواقع الاجتماعية | 19 |
| 101 | طبيعة المضامين التي تثير إعجاب الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 20 |
| 102 | تغيير مواقع التواصل الاجتماعي لبعض السلوكيات الدينية | 21 |
| 103 | يمثل كيفية تغيير مواقع التواصل الاجتماعي للسلوكيات الدينية لدى الطلبة | 22 |
| 104 | مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب معلومات دينية جديدة | 23 |
| 105 | اشترك الطلبة في مجموعات ذات طابع ديني عبر مواقع التواصل | 24 |

فهرس الأشكال

| | | |
|-----|---|----|
| 106 | تقييم الطلبة للمنشورات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 25 |
| 107 | درجة ثقة الطلبة بالمعلومات الخاصة بالثقافة الدينية التي تقدمها المواقع | 26 |
| 108 | مساهمة المواقع التواصل الاجتماعي في تغيير رأي الطلبة حول المسائل الدينية خلال غلق دور العبادة | 27 |
| 109 | رأي الطلبة حول ما تنشره مواقع التواصل خلال فترة الحجر الصحي | 28 |
| 110 | تعويض مواقع التواصل لدور المساجد في نشرالثقافة الدينية خلال فترة الحجر | 29 |
| 111 | رأي الطلبة حول إمكانية التعبير بحرية عن القضايا الدينية عبر مواقع التواصل خلال جائحة كورونا | 30 |
| 112 | مصدر المنشورات الدينية التي يعيد نشرهاالطلبة خلالجائحة كورونا | 31 |
| 113 | تفاعل الطلبة مع المنشورات الدينية خلال جائحة كورونا | 32 |
| 114 | آراء الطلبة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي | 33 |
| 115 | درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي | 34 |
| 116 | اقتراحات أفراد العينة لتنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين | 35 |

ملخص الدراسة:

حاولت هذه الدراسة الموسومة بـ " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا" ابراز الدور الذي تلعبه هذه المنصات الافتراضية ومدى مساهمتها في تنمية ثقافة دينية لدى الطالب الجامعي خلال فترة الحجر الصحي الشامل الذي بموجبه تم غلق دور العبادة من مساجد ومصليات.

اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي الذي يعد الأنسب لموضوعنا كما إستخدمنا المقابلة والاستبيان كأداتي لجمع البيانات حيث وزعت هذه الأخيرة على عينة من طلبة قسم الحقوق بجامعة جيجل قدرت بنحو 71 مفردة.

توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها:

- مساهمة مواقع التواصل بشكل فعال في تنمية الثقافة الدينية لدى طلبة الحقوق.
 - قدرة المنصات الاجتماعية في تغيير بعض سلوكيات الطلبة خلال فترة الحجر الصحي.
 - اعتبار مواقع التواصل مصدرا مهم للمعلومة الدينية لطلبة الحقوق بجامعة جيجل.
- الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الثقافة الدينية، طلبة، جيجل.**

Résumé de l'étude:

Cette étude vise à relever le rôle des réseaux sociaux dans la promotion d'une culture religieuse chez les étudiants du département de droit de l'université Mohamed seddik ben Yahya- Jijel pendant la pandémie corona virus.

L'idée principale de cette étude est basée sur la capacité des nouveaux médias à développer une certaine culture religieuse chez les étudiants universitaires surtout après la décision prise par les autorités algériennes de fermer les mosquées et les lieux de culte pendant le période confinement à domicile.

Cette étude a atteint un certain nombre de résultats dont les plus importants sont:

- Les réseaux sociaux contribuent à la sensibilisation religieuse des étudiants et ils ont Pa changé certains de leurs comportements.
- Les pages religieuses apportent des informations qui développent une conscience religieuse pendant la pandémie corona.

Mots clés : réseaux sociaux, culture religieuse, étudiants, Jijel.

مقدمة

يعيش العالم اليوم، مرحلة تحول كبرى وطفرة تكنولوجية أختزل فيها عامل الزمان والمكان، فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تسيطر على المشاكل الاجتماعية بشكل كبير، حيث بات الناس يقضون أوقات طويلة في التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض، لكن ومع مرور الوقت تخطت هذه المواقع النمط السائد وأضحت منصة لتبادل وجهات النظر وطرح مختلف الانشغالات بهدف اكتساب معارف جديدة، خاصة في ظل الظروف الاستثنائية التي فرضتها الحالة الوبائية نتيجة لتفشي فيروس كورونا، الذي كان له تأثير على الحياة اليومية للأفراد بحيث كان سببا مباشرا في تعطيل شتى المجالات سياسية كانت أو اجتماعية وحتى الدينية منها، وقد سعت لتكون ذات توجه توعوي إرشادي للحفاظ على وحدة وسلامة الأفراد والمجتمعات.

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تلعب أدوار مهمة في حياة الأفراد وعلى الكثير من الأصعدة من بينها تسيير الأزمات وطرح المشكلات ذات الاهتمام المشترك وكذا مناقشة الميولات والرغبات، وكانت لهذه الوسيلة الإعلامية الجديدة التأثير الواضح على المجتمع، بحيث امتدت لكافة الأنشطة والمجالات وذلك بإعطائها فرصا للانتقال بلا قيود، فجعلت من نفسها آلية هامة في عملية التغيير الاجتماعي والسياسي والثقافي وحتى الديني منها، فقد عملت على سد الفراغ الروحي الحاصل جراء البعد عن المساجد ودور العبادة، بسبب تفشي وباء كورونا. فلم يسلم المجتمع الجزائري على غرار باقي دول العالم من هذه الجائحة وما تبعها من خوف وارتباك لدى الساسة والعامّة، إذ أنه ومع غياب العلاج الفعال جاء الإجماع على اتخاذ مجموعة من الإجراءات الوقائية تلزم التقيد بالتباعد الاجتماعي والحجر الصحي، وكذلك تعليق جميع النشاطات والتظاهرات والتجمعات مع الغلق الفوري لمختلف المرافق العامة، ومن هذا المنطلق استغل الأئمة ورجال الدين هذا الفضاء لنشر وبيث المواعظ والدروس الدينية ومعالجة مختلف القضايا المتعلقة بالدين والتي من شأنها المساهمة في التخفيف من وطأة وحدة تبعيات هذه الجائحة على نفوس الأفراد وتحسينها، لاسيما وأن هذه المواقع تعتبر الظاهرة الأبرز في عالمنا اليوم، كونها تسعى للمساهمة بشكل كبير في تعزيز وتنمية ثقافة الأفراد، حيث تعد المصدر الأول لمعرفة آخر التطورات الحاصلة على الصعيدين المحلي والدولي، فباتت بذلك من المرجعيات المعتمدة في تلقي الأخبار والمعلومات والأحداث خاصة الدينية منها، فهي تستقطب مجموعة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة فئة الطلبة الجامعيين، التي تعد من الشرائح الأكثر استخداما لهذه الوسائل الحديثة باعتبارهم الأكثر تأثرا في أي مجتمع.

جاءت هذه الدراسة لإبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا حيث تكونت الدراسة من خمسة فصول رئيسية هي:

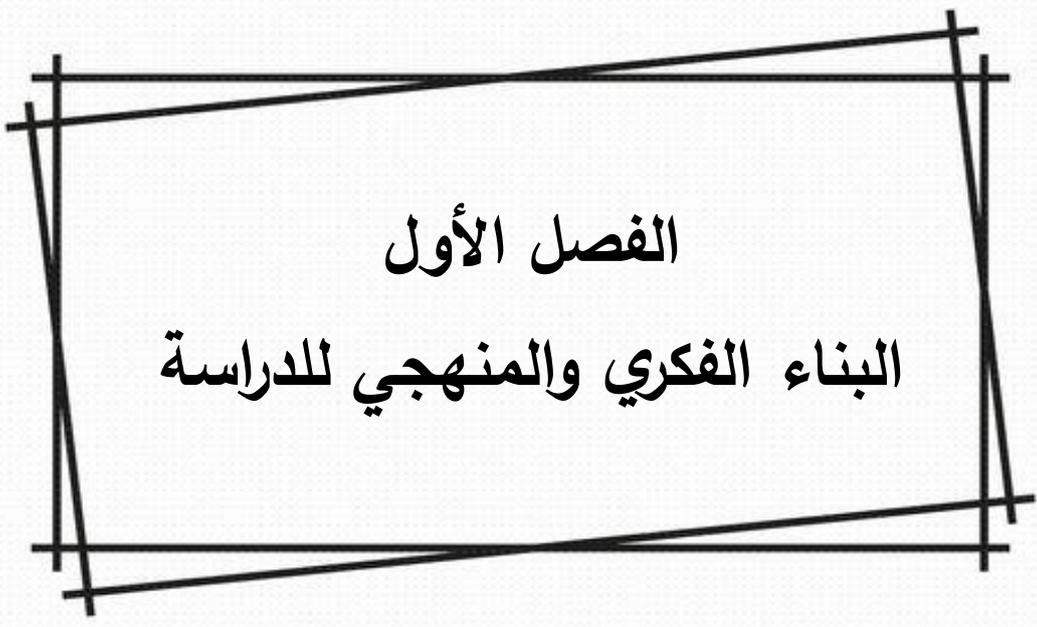
الفصل الأول: البناء الفكري والمنهجي للدراسة: تطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها، إضافة إلى أسباب اختيار الموضوع ثم أهمية الدراسة وأهدافها، لتأتي بعدها مفاهيم ومصطلحات الدراسة، يليها منهج البحث وكذا أدوات جمع البيانات ومجتمع البحث وعينته، إضافة إلى المجال الجغرافي والبشري للدراسة، أما أخيرا فتم التطرق إلى أهم الدراسات السابقة مع عرض المداخل النظرية للدراسة.

الفصل الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي: نشأتها وأنواعها ودوافع استخدامها: سعينا هنا إلى إبراز ماهية هذه المواقع ونشأتها، خصائصها وأنواعها، أهميتها، إضافة الخدمات التي تقدمها وكذا دوافع استخدامها، أما ختاماً فتم عرض سلبيات وإيجابيات استعمال هذه المواقع.

الفصل الثالث: الثقافة الدينية، نشأتها، مصادرها، خصائصها ومقوماتها: تناولنا فيه مفهوم الثقافة الدينية ونشأتها إضافة أهدافها وخصائصها مع تبيان أهم مصادرها، وفي الأخير ذكرنا أبرز مقوماتها.

الفصل الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا: تناول لمحة عن الصفحات الدينية في الفيسبوك، وكذا أسباب انتشار هذه الصفحات وأهدافها، إضافة لدور صفحة الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني واستخدامات الشبكات الاجتماعية في المجالات الدينية وختاماً بإسهامات مواقع التواصل الاجتماعي من الناحية الدينية.

الفصل الخامس: تضمن الإجراءات التطبيقية للدراسة: حيث تطرقنا فيه لتحليل وتفسير بيانات الدراسة ومناقشتها، مروراً إلى النتائج الميدانية لهذه الدراسة مع مناقشتها في ضوء الفرضيات والمقاربة النظرية والدراسات السابقة، وصولاً لوضع استنتاجات عامة للدراسة وكذا تقديم مجموعة اقتراحات حول موضوع دراستنا.



الفصل الأول
البناء الفكري والمنهجي للدراسة

أولاً: الإشكالية

شهد العالم في الفترة الأخيرة من القرن العشرين ثورة تكنولوجية كبيرة، مكنت من ربط الأفراد ببعضهم البعض، حيث سهلت التواصل فيما بينهم، متجاوزة بذلك الحواجز والحدود الجغرافية السياسية للدول والعزلة الحضارية التي كانت تعيشها معظم المجتمعات البشرية، بحيث أثر التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الاتصال في العلاقات الاجتماعية وأنماط التفكير داخل هذه المجتمعات، وقد أحدثت هذه الأخيرة تغييراً جذرياً في أدوات التعبير والتواصل وذلك بظهور شبكة الانترنت وما أتاحتها من سرعة عالية ودقة فائقة في نقل الأخبار والمعلومات، مختزلة بذلك عامل الزمان والمكان عبر منصات رقمية عرفت بمواقع التواصل الاجتماعي، وبالرغم من الفترة القصيرة التي ظهرت فيها هذه المواقع إلا أنها أصبحت مواقع عالمية، عملت على استقطاب عدد كبير من المستخدمين وذلك لما تقدمه من وظائف وخدمات أتاحت للأفراد إمكانية التواصل والتفاعل من خلال المحادثات الفورية وإرسال الرسائل ونشر الصور ومشاركة الفيديوهات وغيرها وهذا عبر منصات عديدة كالفيسبوك، تويتر، يوتيوب، أنستغرام، وغيرها من الفضاءات الرقمية.

حققت مواقع التواصل الاجتماعي قفزة نوعية ونجاحاً كبيراً في استقطاب الأفراد، حيث لم تعد تقتصر وظيفتها على مجرد التواصل وتكوين صداقات في إطار المواضيع ذات الاهتمام المشترك، بل تعددت مجالاتها واتسعت نطاقاتها لتشمل قضايا ذات أبعاد صحية واجتماعية واقتصادية وكذلك الدينية منها، وخاصة خلال الأزمة الصحية التي شهدتها العالم، حيث أدت بغالبية الدول إلى اتخاذ جملة من الإجراءات الوقائية لمحاولة السيطرة عليه والحد من انتشاره في ظل غياب مضاد أو لقاح مؤكد، ما دعا إلى فرض حجر صحي شامل، حيث تم على إثره غلق مختلف المنشآت العمومية كالمحلات التجارية والأسواق وأماكن الترفيه وكذلك غلق المدارس والجامعات بالإضافة لغلق المدارس القرآنية وكذا دور العبادة.

أحدثت جائحة كورونا تحولاً رقمياً متسارعاً في جميع مناحي الحياة، خاصة الدينية، هذا ما ساعد على بروز مواقع إلكترونية جديدة ذات توجه ديني، وقد سعت قدر الإمكان لسد الفراغ الروحي الحاصل جراء البعد عن دور العبادة، وجاءت لتكون بديلاً حقيقياً للمساجد بفعل قدرتها على مخاطبة مستخدميها داخل المجتمع بشتى أطيافه، لا سيما الفئة النخبوية منه باحثين كانوا أم دارسين وطلبة، وذلك من خلال نشر دروس وخطب دينية وإطلاق حملات توعوية، ففي ظل العزلة الوقائية الإجبارية للأفراد باتت هذه المواقع وسيطاً مهماً في تداول المعلومات الدينية التي يحتاجها الأفراد.

تعد الفئة الطلابية من أبرز الفئات التي سجلت حضورها بقوة عبر مواقع التواصل الاجتماعي فتقنيات الاتصال الحديثة أسست لمستقبل جديد يقوم على التقنية الرقمية والعيش في عالم افتراضي خاصة هذه الفئة التي أصبحت الأكثر احتكاكا بالانترنت وجعلها كمصدر للمعلومة، بالرغم مما يعرف عن هذه الفئة من عزوف عن الخوض في متابعة الأخبار غير أن هامش الحرية والخيارات التي تتيحها هذه المواقع جعل منها فضاء لاكتساب معارف دينية جديدة، ووسيطا هاما في التعامل مع جمهور الطلبة مع المواضيع الدينية التي تطرحها، كونها أصبحت منبرا للتعبير والإرشاد وتلقي النصائح فيما يخص المسائل الدينية في ظل الوضع الصحي الراهن.

وعليه، تسعى هذه الدراسة لإبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين في ظل جائحة كورونا لذا تم طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا؟

انبثق عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة الأسئلة الفرعية التالية:

ثانيا: التساؤلات الفرعية

- السؤال01: ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة الحقوق بجامعة جيجل- لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- السؤال02: هل يعتمد الطلبة الجامعيون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية؟
- السؤال03: هل اسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا؟

ثالثا: فرضيات الدراسة

- الفرضية 01: يستخدم طلبة الحقوق بجامعة جيجل مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف.
- الفرضية02: يعتمد الطلبة الجامعيون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الثقافية الدينية خلال جائحة كوفيد19.
- الفرضية03: أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا.

رابعاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة

إن اختيار الباحث لموضوع الدراسة ليس اعتباطياً بل هو ناتج عن دوافع وأسباب أدت بالباحث إلى اختيار دراسة ذلك الموضوع دون غيره؛ من بين أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا" ما يلي:

1. الميل والاهتمام الشخصي بالمواضيع المتعلقة بالدين الإسلامي ومحاولة إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا.
2. قابلية الموضوع للدراسة والبحث وصلته بمجال تخصصنا.
3. حداثة الموضوع وجدته.
4. الإحساس بالمشكلة هو الدافع والحافز الذي دفعنا للبحث والدراسة في هذا الموضوع.
5. التأثير بجائحة -كوفيد19- باعتبارنا أفراد في المجتمع الجزائري الذي أصابته هذه الجائحة.
6. تدعيم المكتبة الجامعية بدراسات جديدة.

خامساً: أهمية الدراسة

تكمن أهمية دراستنا المعنونة بـ " دورمواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا" فيما يلي:

1. تسليط الضوء على عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على نمط اعتماد الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية كل من معرفتهم ووعيهم الديني.
3. الكشف عن مدى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين وبالتحديد لدى طلبة قسم الحقوق.
4. التعرف على درجة ثقة الشباب بالمعلومات الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
5. إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت منبرا للمشاركة والتعبير وتبادل الأفكار حول المسائل الدينية.

سادسا: أهداف الدراسة

لكل دراسة هدف يسير وفقها الباحث ويرغب في تحقيقها للوصول إلى النتائج الموجودة وتتجلى أهداف دراستنا فيما يلي:

1. التعرف على واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كوفيد19.
2. معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي كتطبيقات جديدة لزيادة تنمية الثقافة الدينية لديهم.
3. الكشف عن دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية ثقافتهم الدينية.
4. التعرف على درجة ثقة الطلبة بما تنشره المواقع التواصلية خاصة المضامين الدينية خلال فترة الحجر الصحي.
5. محاولة تدعم رصد البحث في دراسة تطبيقات الإعلام الجديد في الجزائر، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي والدور الذي تلعبه في زيادة الوعي الديني للطلبة.
6. الكشف عن تأثيرات المواقع الاجتماعية ودورها في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين.

سابعا: مفاهيم الدراسة

إن تحديد مفاهيم الدراسة من أهم الطرق المستوجبة في إجراء أي بحث علمي أو دراسة علمية لما لها من دور كبير في تحديد مسار البحث، ومن خلال هذا كان علينا التطرق إلى تعاريف إجرائية للمفاهيم والمصطلحات المفتاحية للدراسة على النحو الموالي:

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا:

يعرف "زاهر راضي" مواقع التواصل الاجتماعي على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن تم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرون لديهم الاهتمامات والهويات نفسها.¹

يرى "محمود منصور" أن مواقع التواصل الاجتماعي: هي تركيبة الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذه العقدة

¹خليدة صديق: مناهج البحث في الإعلام الجديد، ط1، دار الإصدار العلمي، عمان، 2006، ص207.

بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبيعة التي ينتمي إليها الشخص.¹

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي أنها: عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، توتير وغيره، ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية "Web" يتيح له بناء قاعدة بيانات افتراضية لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو، ومن تم الانطلاق لمرحلة التشبيك والتشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء وتكوين المجموعات أو الانتساب إلى الشبكات السابقة من المشتركين و المستخدمين".²

التعريف الإجرائي:

نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا هذه مجموع الشبكات الالكترونية يتم إنشاءها من قبل الأشخاص ويتم استخدامها من أجل تبادل الأفكار والمعلومات بين الأطراف الفاعلة بغرض اكتساب ثقافة دينية فيما بينهم.

2- مفهوم الدور:

لغة: جمع أدوار، عاود الشيء إلى ما كان عليه، وهو من الشيء المدار بعضه فوق بعض لآخر وكذلك على الأدوار.³

يعرف أيضا: الفعل دار الشيء يدور دورا، ويقال دار ويدور واستدار يستدير، إذ طاف حول الشيء، إذ عاد إلى الموضوع الذي ابتداء منه.⁴

يعرف "محمد عاطف" الدور في قاموس علم الاجتماع بأنه: "نموذج يركز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي معين، ويتحدد دور الشخص في أي موقف عن مجموعة توقعات يعتنقها الآخرون كما يعتقد الفرد نفسه".⁵

¹ محمود منصور: تأثير شبكات التواصل على الجمهور المتلقين، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، 2012، ص 222.

² مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي "منصات للحرب الناعمة"، مكتبة مؤمن قريشد، لبنان، ص ص(25-26).

³ إبراهيم القمري: السلوك الإنساني والعلاقات العامة، دار الجامعات العربية، مصر، 1976، ص 50.

⁴ محمد مرتضى الزبيدي: تاج العروس من جواهر القاموس، منشورات مكتبة الحياة، بيروت، 1982، ص 135.

⁵ محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الدنمرك، 2012، ص 222.

اصطلاحاً:

يعرّف الدور: بأنه الوظيفة التي من خلالها يمكن تحصيل جملة من المعارف المراد معرفتها عن شيء ما أو وسيلة ما، وذلك للحصول على معرفة جديدة، وهو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو منظومة ليقوم بمسؤولياته اتجاه نشاط ما.¹

يعرف "أحمد زكي بدوي" الدور في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه: السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والجانب الدينامي لمركز الفرد، بينما يشير المركز إلى مكانة الفرد في الجماعة، فإن الدور يشير إلى نموذج السلوك الذي يتطلبه المركز، ويتحدد سلوك الفرد في ضوء توقعاته وتوقعات الآخرين منه، وهذه التوقعات تتأثر بفهم الفرد والآخرين للحقوق والواجبات المرتبطة بمركزه الاجتماعي وحدود الدور تتضمن تلك الأفعال التي تتقبلها الجماعة في ضوء مستويات السلوك في الثقافة السائدة.²

يرى "جابر نصر الدين" بأن الدور عبارة عن مجموعة من الأفكار المكتسبة التي يؤديها الفرد في موقف اجتماعي، وهو كذلك مجموعة العلاقات الاجتماعية والمعايير السلوكية التي ترتبط بمجموع السلوكيات والأفعال التي يقوم بها الفرد.³

التعريف الإجرائي:

نقصد بالدور في دراستنا مجموعة من البرامج والمضامين الدينية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بغرض التأثير على الطلبة الجامعيين وتنمية ثقافتهم الدينية خلال جائحة كورونا.

3. مفهوم التنمية:

لغة: يشتق لفظ التنمية من "نمى" بمعنى الزيادة والانتشار، أما لفظ النمو من نما يعني الزيادة ومنه "ينمو نمو"، فالنما يعني أن الشيء يزيد حال بعد حال من نفسه أو بالإضافة إليه.⁴

يقصد بالتنمية لغوياً: الازدهار والزيادة والرفاهية مما يؤدي بتميز ايجابي وتطور وتقدم، في المعجم الوجيز "نما الشيء، نماه ونموا: زاد وكثر، وأنمى الشيء: جعله نامياً ونمى الشيء أنماه.⁵

¹ محمد إسماعيل جباري: علم الاجتماع الجماهيري و بناء الاتصال، دار نشأة للمعارف، مصر، 2012، ص 74.

² أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، ط2، مكتبة لبنان، بيروت، 1993، ص 395.

³ جابر نصر الدين، لوكنيا الهاشمي: مفاهيم أساسية في علم النشاط، ط1، دار النشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 144.

⁴ فاروق خالد الحسينات: الإعلام والتنمية المعاصرة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص132.

⁵ محمد حمدي عبد الرحمان سالم: تقييم التعليم الثانوي بمحافظة سيناء في ضوء متطلبات التنمية المستدامة دراسة سيولوجية ثقافية، رسالة ماجستير تربية، تخصص أصول التربية، كلية التربية، جامعة بنما، 2014-2015، ص77.

- تعرف التنمية أنها: عبارة عن التغيير الإرادي الذي يحدث في المجتمع سواء اجتماعيا أو سياسيا أو اقتصاديا، بحيث ينتقل خلاله من الوضع الحالي الذي هو عليه إلى الوضع الذي ينبغي أن يكون عليه بهدف تطوير وتحسين أحوال الناس من خلال استغلال جميع الموارد والطاقات المتاحة حتى تستغل في مكانها الصحيح.¹

- عرفتها الأمم المتحدة أنها: العمليات التي يمكن في توحيد جهود المواطنين والحكومة لتحسين الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية ولمساعدتها على الاندماج في الحياة والمساهمة في تقدمها بأقصى قدر مستطاع.²

التعريف الإجرائي:

يمكن تعريف التنمية في موضوعنا بأنها عبارة عن تحولات شاملة في جميع القطاعات والمجالات خاصة في المجال الديني، تتميز بالتحسين لأساليب الحياة الدينية ما ينعكس ايجابيا على الطلبة الجامعيين.

4. مفهوم الثقافة الدينية:

اصطلاحا:

يعرفها عمر الخطيب: أنها الصورة الحية للأمة الإسلامية، فهي تحدد ملامح شخصيتها، وقوام وجودها، وهي التي تضبط سيرها في الحياة وتحدد اتجاهها فيه، أنها عقيدتها التي تؤمن بها، ومبادئها التي تحرص عليها ونظمها التي تعمل على التزامها وتراثها الذي تخشى عليه من الضياع والاندثار وفكرها الذي تود له الذيوع والانتشار.³

يعرف أيضا: انه المعرفة الممتدة من مصادر الإسلام وأصوله، وما خلفه المسلمون من تراث وما استفادوه من التجارب الإنسانية، وما ينبثق عن تلك المعرفة من قيم سلوكية، تنعكس على حياة المسلم، وقيم معرفية تمكنه من مواجهة التحديات المعاصرة.⁴

التعريف الإجرائي:

تعرف الثقافة الدينية في دراستنا وانطلاقا من التعاريف السابقة بأنها مجموعة المعلومات والأفكار والآراء الدينية التي يحملها الطالب حول الدين الإسلامي إزاء جائحة كورونا.

¹ حجاب محمد منير: المعجم الإعلامي، ط2، دار الفجر، القاهرة، 2000، ص 200.

² عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام والتنمية، ط1، دار مسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص23.

³ عمر عودة الخطيب: لمحات في الثقافة الإسلامية، ط3، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1979، ص 59.

⁴ احمد محمد احمد الجلي: دراسات في الثقافة الإسلامية المصادر - الأسس - الخصائص - التحديات، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2010، ص24.

5- مفهوم الطلبة الجامعيون:

اصطلاحاً:

هو ذلك الشخص الذي تحصل على شهادة البكالوريا، التي مكنته من الانتقال إلى المرحلة الجامعية تبعاً لتخصص معين وذلك سعياً للحصول على إحدى الشهادات الجامعية، لذلك يعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة تـكوينه الجامعي إذ يمثل عددياً النسبة العالية في المؤسسة الجامعي¹.

التعريف الإجرائي:

شخص يتابع دروساً في الجامعة أو أحد فروعها أو مؤسسة تعليمية مكافئة لها، في الغالب يكون هذا الشخص قد انتهى من الدراسة في أطوار سابقة يكون مستواها التعليمي أدنى من المستوى الجامعي ويسعى الطالب للحصول على إحدى الشهادات الجامعية مثل الليسانس الماستر الدكتوراه.

6- مفهوم جائحة كورونا:

الجائحة لغة:

قال ابن منظور في لسان العرب: هي جوح والجوح: من الاجتياح، يقال حاجتهم السنة جوحاً وجياحة، واجتاحتهم، استأصلت أموالهم، وهي تجوحهم جوحاً وجياحة وهي سنة جائحة جديدة².

اصطلاحاً:

تحدث في جميع أنحاء العالم وعلى مساحات جغرافية واسعة و تؤثر على عدد كبير من الناس وبذلك فهي تصل أعلى درجات انتشار و تحتاج إلى تعاون دولي من اجل السيطرة عليها ومكافئتها³.
عرفتها منظمة الصحة العالمية: بأنها وباء ينتشر على نطاق شديد الاتساع يتجاوز الحدود الدولية، مؤثرة على عد كبير من الأفراد، وقد تحددت الجوائح وتؤثر على البيئة والكائنات الزراعية من ماشية ومحاصيل زراعية والأسمك والأشجار وغير ذلك⁴.

¹ دريم فاطمة الزهراء: الهوية الثقافية للطلاب الجامعي في ظل الاعلام الجديد، مجلة الدراسات، 2017، ص 133.

² ابن منظور: لسان العرب، ط1، ج2، دار صادر، بيروت، دس ن، ص431.

³ حسين خليفة: التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية، ع29، مجلة بحوث الشرق الأوسط، جامعة القاهرة، 2019، ص303.

⁴ سفيان سوالم: التأمين ضد خطر جائحة فيروس كورونا(كوفيد19)، مج1، عدد خاص: القانون وجائحة كوفيد19، دوليات جامعة الجزائر، جويلية 2020، ص606.

7- مفهوم كورونا:

اصطلاحاً:

المعروف أن فيروس كورونا هو مجموعة من الفيروسات يمكن أن يسبب في مجموعة من الاعتلالات في البشر، تتراوح ما بين نزلات البرد وبين المتلازمة التنفسية المادية الوخيمة، ومرض - كوفيد-19 هو مرض معد يسببه فيروس كورونا المكتشف أخيراً، حيث لم يكن هنالك علم بوجوده قبل انتشاره في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019.¹

كما أن -كوفيد -19 (covid-19): أنه كلمة انكليزية مركبة، أطلقت على الاسم الانجليزي للمرض المستجد والمشتق كما يلي:

- CO: هما أول حرفين من كلمة CORONA.

- Vi: هما أول حرفين من كلمة Virus أي فيروس باللغة العربية.

- D: هو أول حرف مشتق من كلمة Disease ويعني امراض باللغة العربية.

- 19: فهو يشير إلى سنة 2019 وهي السنة التي ظهر فيها المر في مدينة ووهان الصينية.²

ثامناً: المنهج المستخدم في الدراسة

إن نجاح أي بحث علمي يعتمد أساساً على اختيار المنهج البحثي المناسب الذي يساعدنا في دراسة الظاهرة دراسة دقيقة ومنظمة، ولذلك لا بد من إنتاج خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما وذلك بإتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة الدراسة التي سنتطرق إليها.

يعرف المنهج أنه "عبارة عن مجموعة من القواعد والتصورات والخطط التي يتبعها الباحث والتي تثير له طريق البحث في موضوع من الموضوعات بدأ من مرحلة اختيار موضوع البحث إلى كتابة المقدمة والإشكالية وفرضيات البحث، وخطة البحث، واختيار المنهج الملائم، والأدوات الملائمة، وجمع المادة العلمية والميدانية، وكيفية عرضها وتحليلها وتفسيرها والوصول إلى النتائج التي تحل إشكالية موضوع البحث".³

¹ طلال المصطفى حسام السعد: السوريون ووباء كورونا، مركز حرمون للدراسات المعارة، دمشق، مايو 2020، ص 5.

² يونيسيف: رسائل وأنشطة رئيسية للوقاية من مرض كوفيد 19 والسيطرة عليه في المدارس، مارس 2021، ص 4.

³ إبراهيم إيراشي: المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 11.

يعرف أيضا بأنه: " الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه الباحث في بحثه أو دراسة مشكلة والوصول إلى حلول لها أو إلى بعض النتائج."¹

هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل و تحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة."²

تندرج دراستنا المعنونة: "بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين من خلال جائحة كورونا" ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى لإبراز الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا لذا اعتمدنا على المنهج المسحي كونه أنسب المناهج الملائمة لدراسة موضوعنا، إذ يعرفه أحمد بن مرسلي: "بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك."³

يعرف أيضا بأنه: " تجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية كالمكتبات والمدارس والمستشفيات وأنشطتها المختلفة، وكذلك عملياتها وإجراءاتها وموظفيها وخدماتها المختلفة وذلك خلال فترة زمنية معينة ومحددة."⁴

تاسعا: أدوات جمع البيانات:

لضمان دقة أي بحث علمي لابد من الاختيار المناسب لأدوات الدراسة التي تتوافق مع طبيعة الموضوع وقدرات الباحث وإمكانيته، للوصول إلى نتيجة مرضية تكون بياناتها ومعطياتها تخدم أهداف الدراسة.

تتطلب طبيعة الموضوع المدروس من الباحث اختيار أدوات أكثر دقة وفعالية في جمع البيانات وبذلك اعتمدنا على الاستمارة (الاستبيان) والمقابلة، في دراستنا كونهم الأنسب لموضوعنا، نظرا لما يوفره من سهولة في جمع المعلومات والبيانات الميدانية، بحيث تعتبر أداة الاستبيان والمقابلة من أدوات البحث العلمي الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال.

¹ عبد الرحمان العيسوي، عبد الفتاح محمد العساوي: **مناهج البحث العلمي**، دار الراتب الجامعية، د.م.ن، 1996، ص13.

² سعد الدين السيد صالح: **البحث العلمي ومناهجه النظرية**، ط2، مؤسسة الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص10.

³ أحمد بن مرسلي: **مرجع سبق ذكره**، ص ص (286،287).

⁴ عامر قنديلجي: **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات**، ط1، دار اليازوري العلمية، عمان، 1999، ص 106.

1- الاستبيان:

يعرف الاستبيان أنه "أسلوب جمع البيانات الذي يهدف إلى استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث أو الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات".¹

عرف **طه عبد العاطي** نجم الاستبيان على أنه: "أداة للحصول على الحقائق وجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل". في حين يعرفها **أحمد سليمان عودة** و**فتحي حسن مكاوي** على أنها: "استمارة يصممها الباحث على ضوء أسس علمية تتضمن بيانات أولية عن المبحوثين وقرارات عن أهداف البحث، وهي عبارة عن أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية والتي تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث".²

عرفه **موريس أنجريس**: " تقنية مباشرة للتقصي العملي تستعمل آراء الأفراد وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنة رقمية".³

تحتوي استمارة الاستبيان الخاصة بنا على 35 سؤال، حيث تم تقسيم هذه الاستمارة إلى أربعة محاور كل محور يضم مجموعة من الأسئلة تهدف إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي وهذه المحاور هي:

- **المحور الأول:** تمحور حول البيانات الشخصية لمفردات عينة الدراسة.
- **المحور الثاني:** تضمن أسئلة التعرف على عادات وأنماط استخدام طلبة الحقوق بجامعة -جيجل- لمواقع التواصل الاجتماعي.
- **المحور الثالث:** تضمن أسئلة حول اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية.
- **المحور الرابع:** تضمن المحور أسئلة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا.

بعد إعداد وتنظيم الاستمارة ومحاورها تم عرضها على كل من الأساتذة: الأستاذ المشرف إيدر شيباني ومجموعة من الأساتذة المحكمين هم: "عبد السلام شكركر"، "نبيل خيري"، "زوبير زرزايحي"،

¹ طه عبد العاطي نجم: **مناهج البحث الإعلامي**، ط1، دار كلمة للنشر والتوزيع، مصر، 2010، ص ص (134- 335).

² أحمد سليمان عودة، فتحي حسن مكاوي: **أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية- عناصره ومناهجه والتحليل الإحصائي لبياناته**، مكتبة المنار، عمان، 1987، ص 57.

³ موريس أنجريس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية - تدريبات عملية**، دار القصب للنشر، الجزائر، 2006، ص 204.

"محمد بوقرة"، بهدف تحكيمها ومعرفة جوانب النقص فيها ومدى مطابقتها لفرضيات الدراسة، وقد تم أخذ ملاحظاتهم بعين الاعتبار لتصميم استمارة نهائية حكمت من طرف الأستاذ المشرف، وبعد عملية التعديل الضرورية قمنا بتوزيع الاستمارة على طلبة الحقوق بجامعة -جيجل- أين استغرق توزيعها الأسبوع الأخير من شهر مارس 2022 وبعد استرجاعها من قبل المستجوبين الذين بلغ عددهم 71 من إجمالي 708، قمنا بتفريغها وقراءتها وتحليلها كميًا وكيفيًا وإعطاء تفسيرات مناسبة لإجابة المبحوثين.

2- المقابلة:

تعرف المقابلة أنها "إحدى الأدوات المهمة التي يستخدمها الباحثون في جمع المعلومات والبيانات والتي لا يمكن الحصول عليها باستخدام أدوات أخرى، فمن خلال المقابلة يتمكن الباحث في اللقاء الذي يحدث وجها لوجه من تشجيع الأفراد ومساعدتهم على التوغل بعمق في مشكلة موضوع البحث.¹

يعرف منذر الضامن المقابلة "أنها عملية تتم بين الباحث وشخص آخر أو مجموعة أشخاص تطرح من خلالها أسئلة، ويتم تسجيل إجاباتهم على تلك الأسئلة المطروحة".²

يعرفها طه حميد حسين العنبي، نرجس زاير العقبى "أنها من أهم الأدوات التي يعتمد عليها الباحث لجمع المعلومات حول موضوع بحثه وهي بمثابة عملية حوارية بين الباحث والشخص المبحوث وهو غالباً ما يكون عنصر مهماً في موضوع البحث و يمتلك معلومات مهمة تعد بمثابة وثائق للباحث فقد يكون هذا الشخص المستهدف مسئولاً كبيراً أو أنه يشغل منصباً مهماً كأن يكون رئيس وزراء أو رئيس دولة وما إلى ذلك".³

لإثراء هذه الدراسة قمنا بإجراء 03 مقابلة مع طلبة ماستر بكلية الحقوق، إذ تمكننا من الوصول لنتائج أكثر عمقا، وتمت المقابلة خلال الأسبوع الأول من شهر ماي 2022 أين تم إعداد 09 أسئلة تخدم فرضيات الدراسة وأهدافها وحسب محاور الاستمارة، أين تم تحصيل إجابات واضحة تخدم موضوع الدراسة.

¹رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، ص142.

²مذخر الضامن: أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص96.

³طه حميد حسن العنبي، نرجس حسين زاير العقبى: أصول البحث العلمي في العلوم السياسية، ط1، دارأوبا، لبنان، 2015، ص38.

عاشرا: مجتمع البحث وعينة الدراسة

1- مجتمع الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث العلمية، وهي تتطلب منا نحن كباحثين دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وحتى كفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل باختيار مجتمع البحث الذي سيجري عليها الدراسة وتحديده، ونقصد بمجتمع الدراسة جميع أفراد الظاهرة المقصود دراسته.

عرف مجتمع الدراسة أو البحث "بأنه مصطلح علمي منهجي يراد به جميع المفردات التي قد تكون محلا للدراسة، أو هو عبارة عن جميع الأفراد أو الأشياء التي تكون موضوع للدراسة".¹

عرفه عبد الرحمن برقوق وآخرون بأنه: ذلك الكل الذي يتشكل منه ميدان الدراسة للبحث المراد إنجازه وقد يتشكل من أفراد، مؤسسات، أشياء وهذا يتحدد وفق البحث وأهدافه".²

عرفه موريس أنجريس "بأنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزه عن غيره من العناصر الأخرى التي يجري عليها البحث والتقصي".³

يشمل مجتمع دراستنا فئة طلبة الماستر السنة الأولى والثانية بكلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة محمد الصديق بن يحيى - جبل -، بلغ عددهم خلال السنة الجامعية 2021-2022 حدود 708.

2- عينة الدراسة:

تعتبر العينة من أهم الإجراءات المنهجية المعتمدة في معظم البحوث الاجتماعية والإنسانية والدراسات المسحية التي يستعين بها الباحث عند دراسته لمجتمع يضم عدد كبير من المفردات.

يعرفها عمار قندلجي وآخرون بأنها "تمودجا يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث وتكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسته كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي".⁴ كما يعرفها محمد الفاتح حمدي وسميرة سطوطاح

¹ محمود أحمد الخطيب: أصول المنهجية في بحوث العلوم الإدارية، سلسلة المعرفة الإدارية، مصر، 2010، ص 106.

² عبد الرحمن برقوق وآخرون، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017، ص 248.

³ موريس أنجريس: مرجع سبق ذكره، ص 298.

⁴ عمار قندلجي وآخرون: البحث العلمي الكمي والنوعي، دار البيزوري العلمية للنشر، الأردن، 2009، ص 255.

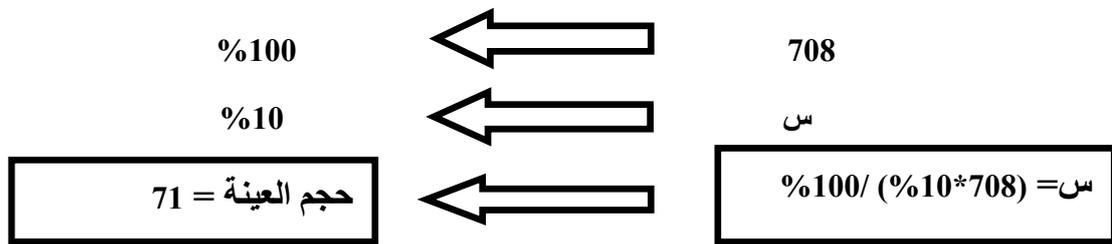
بأنها: "طريقة لجمع البيانات والمعلومات من عناصر وحالات محددة يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر المشكلة المدروسة"¹.

عرفها أيضا محمد عبد الحميد على أنها " جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته، ممثلة بنسبة مئوية تتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية و طبيعة مشكلة البحث ومصادر البيانات"² تعد العينة القصدية هي الأنسب لدراستنا، كون أن هذا النوع من العينات يختارها الباحث في حالات يعتقد أنها تمثل المجتمع في الجانب الذي يتناوله البحث.

تعرفها رجاء وحيد دويدي: أنها العينة التي تعطي للمجتمع الأصلي حرية الاختيار في المشاركة في الدراسة، بحيث لا يكون هناك تحديد مسبق لمن تشملهم العينة، بل يتم اختيار أفراد العينة من بين أول مجموعة يقابلهم الباحث، بحيث يوافق هؤلاء على المشاركة في الدراسة وذلك ضمن شروط تضمن تمثيلا معقولا لمجتمع الدراسة.³

يعرف أحمد بن مرسلي العينة القصدية بأنها العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.⁴

يرجع سبب اختيارنا للعينة القصدية هو ضخامة مجتمع الدراسة المقدر بـ 708 طالب وطالبة مسجل بقسم الحقوق كلية العلوم السياسية والحقوق-جيجل- حيث اخترنا نسبة 10% من المجموع الكلي للمفردات كونه يتعذر إجراء مسح شامل لمجتمع البحث، تحصلنا على عينة قدرت بـ 71 مفردة وفقا



¹ محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، قطر-الجزائر، 2019، ص56.

² محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979، ص16.

³ رجاء وحيد دويدي: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط1، دار الفكر، سوريا، 2000، ص314.

⁴ أحمد بن مرسلي: مرجع سبق ذكره، ص197.

أحد عشر: حدود الدراسة

تعتبر مجالات الدراسة من أهم الخطوات التي يجب على الباحث القيام بها لأنها تسهل عليه العمل الميداني وقد انحصرت دراستنا للموضوع " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا.

- **المجال الجغرافي:** يقصد به الحيز أو المكان الذي أجرينا فيه بحثنا الميداني، والذي تم على مستوى جامعة محمد الصديق بن يحيى وبالتحديد في كلية العلوم السياسية والحقوق.

- **المجال البشري:** يقصد به طلبة جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل- حيث اخترنا قسم الحقوق من كلية الحقوق والعلوم السياسية والذي بلغ عددهم 708 طالب وطالبة واخترنا نسبة 10% من إجمالي الطلبة وقدرت العينة بـ 71 مفردة.

- **المجال الزمني:** يقصد به المدة الزمنية المستغرقة لإنجاز الدراسة، حيث امتدت المرحلة الأولى من شهر أكتوبر إلى شهر نوفمبر من سنة 2021 بعملية اختيار موضوع الدراسة وتحديد عنوانها، أما بالنسبة للمرحلة الثانية فقد امتدت من شهر نوفمبر إلى شهر إبريل من العام الجديد 2022 فقد انطلقنا فيها بالعمل الفعلي في إنجاز مذكرتنا حيث بدأنا فيها بالجانب المنهجي من إشكالية الدراسة مروراً بباقي الخطوات المنهجية إلى غاية تصميم أدوات جمع البيانات وهي الاستمارة والمقابلة، ومثلت المرحلة الثالثة في العمل الميداني الذي كان طيلة شهر ماي حيث وزعنا فيها الاستمارات على عينة الدراسة ثم جمع البيانات وتحليلها واستقراء النتائج على ضوء فرضيات الدراسة.

اثنا عشر: الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة خطوة مبدئية لها أهمية كبيرة قبل الشروع في أي بحث، فهي تساعد الباحث في اختيار الإطار العام لموضوع بحثه وتكوين خلفية نظرية عن الموضوع، ولهذا وجب علينا الاطلاع على دراسات سابقة مشابهة لدراستنا تشترك معها في متغيرات أساسية وهي كالاتي:

الدراسة الأولى: "الثقافة الدينية للطلاب ودورها في علاج الانحلال الأخلاقي في الجامعة"¹.

تندرج هذه الدراسة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع الديني بجامعة الجزائر.

انطلق الباحث في إشكاليته من ثلاثة أسئلة أساسية تمثلت في:

¹رضا بن مقل: الثقافة الدينية للطلاب ودورها في معالجة الانحلال الأخلاقي في الجامعة، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الديني جامعة الجزائر، 2، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2011-2012.

1. هل يعتبر انحراف مؤسسات التنشئة الاجتماعية (الأسرة، المدرسة، جماعة الرفاق، المسجد، الإعلام بمختلف أنواعه) حافزا كبيرا لانحلال أخلاق الشباب؟
2. هل يعتبر نقص الثقافة الدينية الإسلامية الصحيحة عاملا للانحلال الأخلاقي؟
3. هل يعتبر ت قويم مؤسسات التنشئة الاجتماعية وصبغها بالصبغة الدينية الإسلامية يساهم في تحسين المستوى المعيشي؟

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، كون أن دراسته من الدراسات الميدانية التي تهدف إلى جمع ملاحظات ومشاهدات عن مجموعة الظواهر الخاصة بالبحث، أما بالنسبة لأدوات جمع البيانات فقد استخدم الملاحظة والمقابلة والاستمارة. تمثلت أهم نتائج هذه الدراسة في:

1. المستوى المحدود للثقافة الدينية، ولدى غالبية الطلبة لذا من الضروري العمل على ما من شأنه إكساب أفراد المجتمع الفضائل الدينية.
 2. النقص في المجالات والصحف الدينية الهادفة سبب لانحلال الأخلاق، فمن الأفضل إنشاء مجلات والصحف التي تعرف الأفراد أمور دينهم.
 3. اختيار البرامج والمواضيع الهادفة والبناء وطرحها بشكل جدي للمساهمة في كشف الخبايا وإيجاد الحلول وليس لملء الوقت فقط.
- التعقيب عن الدراسة:**

تتشابه هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير المستقل وهو الثقافة الدينية ومتغير وسيط وهو الطالب الجامعي، حيث ركز الباحث على الدور الذي يلعبه الوعي الديني في معالجة الانحلال الأخلاقي لدى الطلبة الجامعيين، بينما ركزت دراستنا على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة خلال جائحة كورونا، بجامعة جيجل كلية الحقوق والعلوم السياسية، في حين أن الاختلاف يكمن في المنهج وأدوات جمع البيانات أما بالنسبة للعينة فإن الباحث قام بدراسة استطلاعية أولية لبحثه أما دراستنا فقد أجريت على عينة من طلبة الحقوق والعلوم السياسية. استفدنا من هذه الدراسة في تدعيم الإطار النظري وكذا تقديم معلومات عن الثقافة الدينية وعلاقته بالطلبة.

الدراسة الثانية: "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية".

تدرج هذه الدراسة ضمن متطلبات نيل رسالة ماجستير، شعبة الإعلام والاتصال بجامعة لخضر باتنة. تمحورت إشكالية هذه الدراسة على ما يلي:

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟¹

يندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات الفرعية التالية:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " على الجزائريين؟
2. ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيس بوك؟
3. كيف يؤثر استخدام "الفيس بوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي والذي يسمح بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد ولمعرفة كل هذا استخدمت أداة لجمع البيانات والمتمثلة في الاستمارة والتي وزعت على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، والتي تم اختيارها بطريقة قصدية أو عمدية وهي تتكون من 280 مفردة.

توصلت الباحثة لمجموعة من النتائج برزت أهمها في:

1. تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أزيد من 03 ساعات في استخدام حساب الفيسبوك.
2. يدخل أغلب أفراد العينة " الفيسبوك " من المنزل بنسبة (61%) ويميل (87%) إلى الاستخدام الفردي للموقع في حين يستخدمه (06%) مع أصدقائهم.
3. تبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب الترفيه بنسبة (14%) ثم زيادة المعلومات والمعارف بنسبة (13.84%) يليه الترفيه والتسلية بنسبة (12.71%)، كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع " الفيسبوك " بهويتهم الحقيقية بنسبة (66%) حتى يجدهم معارفهم بسهولة بنسبة فيما يستخدمها (39%) حتى يحظوا بثقة المتفاعلين.

التعقيب عن الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير المستقل المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك في المنهج المعتمد وفي أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستمارة، وركزت هذه الدراسة الى معرفة العلاقات الاجتماعية وتأثيرها على الانتماء الاجتماعي والاشباع المحققة منه من قبل الطلبة، في حين دراستنا ركزت على تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين.

¹مريم ناريمان نومار : استخدام مواقع التواصل الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر-باتنة، 2011-2012.

الدراسة الثالثة: "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية الفيس بوك أنموذجاً"¹.

تدخل هذه الدراسة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم الإسلامية بجامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي.

تمحورت إشكالية الدراسة حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك أنودجا على التوعية الدينية ومن هنا رسم تساؤل رئيسي مفاده:

ما هو دور الفيس بوك في التوعية الدينية لطلبة معهد العلوم الإسلامية بجامعة الوادي؟

تدرج تحته تساؤلات فرعية هي:

1. ماهي مواقع التواصل الاجتماعي؟

2. ماهي التوعية الدينية؟

3. كيف تتم التوعية الدينية عبر الفيس بوك عند طلبة معهد العلوم الإسلامية بجامعة الوادي؟

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي لملائمته المواقع الاجتماعية وكفيل لفهم ظواهره واستخلاص سماتها، في حين اعتمد في جمع البيانات على أداة الاستبيان، أما عن العينة فقد اختار العينة القصدية فقد اعتمد على مجموعة أشخاص تلائم الغرض من بحثه.

من خلال دراسته لموضوع البحث وبناء على التساؤلات المطروحة وبالاعتماد على الجانب

التطبيقي للدراسة خلص الباحث إلى مجموعة النتائج التالية:

1. يستخدم أغلب الطلبة الجامعيين عينة الدراسة موقع الفيسبوك للاطلاع على الأحداث الجارية في العالم ومعرفة آراء الآخرين في مختلف القضايا التي تطرح على كافة الأصعدة.

2. أغلب الطلبة الجامعيين يعتبرون مهتمين بموقع الفيسبوك كما أن أغليتهم يستخدمون الفيسبوك من ساعتين إلى أربع ساعات يوميا، وبذلك يعتبرون مدمنين على استخدام موقع الفيسبوك حسب إجاباتهم.

3. يحرص أغلب الطلبة الجامعيين على نشر أمور متعلقة بالدين الإسلامي على جدار صفحاتهم كما يحرصون على الاشتراك في مجموعات تدعوا إلى نشر تعاليم الدين الإسلامي، ويقومون كذلك بإعادة نشر المنشورات التي تعجبهم ليستفيد منها أصدقاؤهم وذلك وفق الكتاب والسنة.

¹عمار دبار: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية " الفيسبوك أنموذجاً"، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، تخصص: دعوة وإعلام، معهد العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حمة لخضر- الوادي، 2018-2019.

التعقيب على الدراسة:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية الفيسبوك أنموذجاً فقد تشابهت هذه الدراسة مع موضوع بحثنا من ناحية المتغير المستقل المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي حيث حاولت هذه الدراسة معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وتنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، في حين ركزت دراستنا على معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين، وتشابهت أيضاً في المنهج المتبع وكذا في أدوات جمع البيانات، بينما تختلف في نوع العينة المختارة كونها أجريت على طلبة معهد العلوم الإسلامية بجامعة الوادي، أما دراستنا فقد أجريت على عينة من طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية بقسم الحقوق وقد استفدنا من هذه الدراسة في الفصل الأول لبحثنا لأنه تطرق إلى مواقع التواصل الاجتماعي حيث تم استخدام الدراسة كمرجع للجانب النظري وتكوين خلفية حول موضوع بحثنا.

الدراسة الرابعة: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين الفيسبوك أنموذجاً".¹

دراسة مكملية لنيل شهادة ماستر إعلام واتصال تخصص سمعي بصري قسم العلوم الإنسانية جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.
تمحورت إشكالية الدراسة حول:

ما هو دور الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

تدرج تحته تساؤلات فرعية هي:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفيسبوك؟

2. ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفيسبوك؟

3. هل يساهم الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

اعتمدت الباحثتين في دراستهما على المنهج المسحي من خلال إسهامه في تقديم معلومات حول ظاهرة الوعي الديني وتشخيصه، في حين اعتمدتا في جمع البيانات على أداتين أساسيتين هما الاستبيان

¹أمينة طويجني، صبرينة ساسي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة شهادة ماستر بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي - أم بواقي، 2015-2016.

والملاحظة، أما عن العينة فقد اختارتا العينة القصدية لأن هذا النوع من العينات يختارها الباحث في حالات يعتقد أنها تمثل المجتمع في الجانب الذي يتناوله البحث.

من خلال دراستهما لموضوع البحث وبناء على التساؤلات المطروحة خلصت الباحثتين إلى مجموعة النتائج التالية:

1. كشفت الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك بشكل دائم، وهذا راجع إلى الاستخدام الكثيف والواسع لهذا الموقع خاصة من قبل الطلبة الجامعيين.
2. كشفت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك أكثر من سنتين، وهذا ما يفسر الاستخدام الكثيف له وكذلك الاستفادة من مواضيعه المختلفة والمتوفرة على هذا الموقع.
3. يستخدم أفراد عينة الدراسة الفايسبوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء.

التعقيب على الدراسة:

تتشابه هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير المستقل المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي والتي كانت بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين الفايسبوك أنموذجاً حيث أن هذه الدراسة حاولت معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، في حين ركزت دراستنا على معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين، وتتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المنهج المتبع في حين تختلف معها في أدوات جمع البيانات حيث أنها اعتمدت على كل من الاستبيان والملاحظة بينما دراستنا اعتمدت على الاستبيان كأداة أساسية، كما أنها تختلف في نوع العينة المختارة كونها أجريت على عينة من طلبة جامعة أم البواقي، أما دراستنا فقد أجريت على عينة من طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية بقسم الحقوق، استفدنا منها من خلال أخذ نظرة حول الموضوع واكتساب معارف جديدة نضيفها في بحثنا فهي كانت عوناً لنا في إثراء الجانب النظري لدراستنا.

الدراسة الخامسة: "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين"¹.
تندرج هذه المذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - سنة 2021، سعت

¹وداد كريكب، وسام بولبير: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2020-2021.

هذه الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين خلال فترة الحجر الصحي، وتكمن مشكلة الدراسة في:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

تفرعت من هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي كالتالي:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام طلبة اللغة الفرنسية بجيجل لمواقع التواصل الاجتماعي؟
2. هل يعتمد طلبة اللغة الفرنسية بجامعة جيجل على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات الدينية؟

3. كيف تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى طلبة قسم اللغة الفرنسية بجيجل؟
اعتمدت الباحثتين على المنهج المسحي من أجل تبيان مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، وانحصرت الدراسة على عينة مكونة من 110 مفردة تم اختيارها عشوائياً، حيث استعانت بالاستبيان والمقابلة من أجل جمع المعلومات.
تمثل مجتمع البحث في فئة طلبة قسم اللغة الفرنسية بكلية الآداب واللغات بجامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل.

خلصت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. يتفاعل أغلب المبحوثين مع المسائل الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإعجاب بنسبة (66%)، تليها خاصية التعليق.
 2. أكد غالبية الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تدعيم بعض المفاهيم الدينية.
 3. يقترح المستجوبون إقامة محاضرات وندوات داخل الحرم الجامعي وكذا متابعة الصفحات الدينية.
- التعليق على الدراسة:**

تناولت هذه الدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين وقد توافقت هذه الدراسة مع موضوع بحثنا من ناحية المتغير المستقل المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث حاولت هذه الدراسة معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وتنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، بينما ركزت دراستنا هي الأخرى على معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين، كما تتفق هذه الدراسة في المنهج وكذا في أدوات جمع البيانات، بينما تختلف في نوع العينة المختارة كونها أجريت على طلبة كلية الآداب واللغات بقسم اللغة الفرنسية بجامعة جيجل، أما دراستنا فقد أجريت على عينة من طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية بقسم الحقوق.

ثلاثة عشرة: المداخل النظرية للدراسة:

ان المقاربة العلمية ضرورية في أي بحث كونها تساعد الباحث في صياغة مشكلة الدراسة وفرضياتها وفي تفسير البحث في ضوء النظرية وبناء على هذا الهدف فقد اعتمدنا في دراستنا على نظرتين، النظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاستخدامات والاشباع.

1. البنائية الوظيفية:

تعرف هذه النظرية بالاتجاه البنائي الوظيفي في العلوم الاجتماعية والإنسانية لما لاقته من رواج أكثر من نصف قرن مضى، يروج لها الكثير من علماء الأنثروبولوجيا (علم الإنسان) في حين أن نشأتها قديما كانت من علماء الاجتماع وكان ظهورها على يد "تاكوتبارسونز" وتقوم هذه النظرية على فكرة تكامل الأجزاء في كل واحد، والاعتماد المتبادل بين العناصر المختلفة للمجتمع، والبنائية الوظيفية ليست سوى صياغة جديدة لأفكار ومسلمات قديمة تعود للقرن التاسع عشر.¹

تقوم هذه النظرية من منطلق أنه أي مجتمع هناك عوامل قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة مميزة وخلق نظام إعلامي قوي يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تساهم في تشكيل هذا المجتمع وعليه فإن النظم الاجتماعية تقوم بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها.² من أهم المسلمات التي تقوم عليها البنائية الوظيفية:

1. تقوم عناصر النظام والأنشطة المتكررة في المجتمع بالمحافظة على استقرار النظام، ووسائل الإعلام عبارة عن الأنشطة المتكررة التي تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع، تتبني العلاقة بين هذه العناصر وباقي العناصر الأخرى في المجتمع على أساس الاعتماد المتبادل بين العناصر والأنشطة لضمان استقرار المجتمع وتوازنه.

2. كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها على المحافظة على استقرار النظام.

3. النظر إلى المجتمع على أنه يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم نشاط هذه العناصر بشكل متكامل.³ يمكن إسقاط هذه النظرية في موضوع دراستنا على اعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي هي النسق الاجتماعي، وأيضا كونه يكشف لنا الدور الذي تقوم به هذه المواقع في نشر التوعية الدينية وتعزيزها والحفاظ عليها، كما تسعى لإعطاء نتائج هذه الظاهرة، حيث يمكن القول أن هذه النظرية تتوافق مع دراستنا في اهتماماتها بدراسة الواقع والمكان لمختلف الظواهر الاجتماعية.

¹ إبراهيم عبد الله ناصر: علم الاجتماع التربوي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 1996، ص ص (337،338).

² بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص99.

³ مي عبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة، لبنان، 2006، ص175.

2. نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يرى بعض الباحثين أن نظرية الاستخدامات والإشباعات جاءت كرد فعل لمفهوم وقوة وسائل الإعلام الطاغية، وتهدف لدراسة الاتصال دراسة وظيفية منظمة فبدلاً من النظر الى الجمهور كأفراد سلبيين يتم النظر إلى الأفراد بوصفهم مشاركين ايجابيين في عملية الاتصال فهم يشعرون بحاجات معينة وبالتالي يختارون عن وعي الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاتهم النفسية والاجتماعية.¹

تستمد هذه النظرية أصولها الفكرية من الباحثة "هيرتا هيزوج" باعتبارها أول من قام بدراسة استخدام ربات البيوت للراديو في دراسة عام 1944 بعنوان دوافع واشباعات الإستماع للسلسلات الصباحية في الإذاعة، وقد تطور المدخل عام 1973 عندما قام بشكل متكامل بواسطة "كاتز" و"بلومر" و "جورفيتش" وبذلك تطور المدخل بجهودهم البحثية وانتشر إلى أنحاء العالم.²

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على عدة فرضيات من أهمها نجد:

1. أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية للاتصال الجماهيري يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.

2. الجمهور هو من يختار مضمون وسائل الإتصال وليس وسائل الاتصال هي التي تستخدم الافراد.³

3. يستطيع أفراد الجمهور تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.⁴

اعتمدنا على نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث تعد من أنسب المداخل للتعرف على طبيعة استخدام الصفحات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة الدافع من هذا الاستخدام والإشباعات الناجمة عنه.

قمنا في دارستنا هذه بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباعات وإسقاطها في الجانبين المنهجي والتطبيقي، فقد تم بناء إشكالية الدراسة وصياغة التساؤلات بالاعتماد على مدخل الاستخدامات والإشباعات من خلال تساؤلات الدراسة والتركيز على معرفة عادات وأنماط الاستخدام والأسباب والدوافع الكامنة وراءه، وكذا الإشباعات المحققة منه.

¹كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص98.

²عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص(251-252).

³مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص219.

⁴حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، 2003، ص 241.

الفصل الثاني

ماهية مواقع التواصل الاجتماعي:
نشأتها أنواعها، دوافع استخدامها

تمهيد

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسائط إلكترونية للتواصل بين المستخدمين عبر شبكة الإنترنت وذلك عن طريق إرسال رسائل نصية أو صوتية أو صورة أو فيديو، فهي تكوّن بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين الأفراد، تربطهم الصداقة أو القرابة، أو مصالح مشتركة وكذا توافق في الهوية والفكر.

وفرت هذه المواقع لمستخدميها مجالات ومساحات كبيرة لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم السياسية والاجتماعية والدينية متجاوزين بذلك الحدود الطبيعية إلى فضاء جديد لا رقيب عليه، فهي بذلك أصبحت أحد الوسائل المؤثرة في سلوكيات الأفراد.

سنحاول في هذا الفصل التعرف على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي باستعراض نشأتها خصائصها، نماذج عن أهم المواقع، أهميتها ودوافع استخدامها وسلبيات وإيجابيات هذه المواقع.

أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

1: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

تشهد مواقع التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة انتشاراً واسعاً سواء مفهوماً أو ممارسةً وتتوعدت مجالات استخداماتها وتعددت معها محاولات تعريفها وتحديد مفهوماً، وهذا ما أدى إلى اختلاف الباحثين وتخصصاتهم ومنطلقاتهم الفكرية والعلمية، فتعددت الدراسات التي حاولت أن تضبط مفهوماً لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تشابهت في بعض الجوانب واختلفت في البعض الآخر ومن أهم التعريفات نذكر منها:

- تعرفها "هبة محمد خليفة بأنها: شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض بعد سنوات طوال، وتمكنهم من التواصل المرئي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم"¹، بالإضافة إلى أنها مجموعة من تطبيقات الانترنت، أو أنها منصات لتبادل ومشاركة المعلومات بين مختلف الأفراد.²
- يعرف "شريف درويش اللبان" مواقع التواصل الاجتماعي على أنها خدمات توجد على شبكة الويب يتيح للأفراد بيانات شخصية profil عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد يمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم للاتصال ورؤية القوائم التي يضعها الآخرون خلال النظام.³
- يعرفها "عبد الله دسه" بأنها مجموعة تقنيات الانترنت و المواقع الالكترونية تستخدم لتبادل الآراء والخبرات ووجهات النظر، وتستخدم أساساً كأدوات حوار ومحادثة، وتختلف أدوات الإعلام الاجتماعي عن وسائل الإعلام التقليدية مثل: التلفزيون والراديو حيث أنها تعتبر وسيلة للبث.⁴
- يعرفها "عباس مصطفى الصادق" على أنها مواقع اجتماعية على الانترنت وهي الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل الذي يتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي.⁵

¹ علي خليل شقرة: الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص59.

² Mathias Nitiema, Babou Daila: **les causes de la violence sur les réseaux sociaux**, Revue Algérienne des sciences de langage , vol 5 , N 2 , 2020 , p34.

³ حسين محمود هشيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 82.

⁴ ناصر عبد الله دسه: الإعلام المجتمعي، د.ط، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 93.

⁵ عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد: المفاهيم- الوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والطباعة، الاردن، 2008، ص 218.

يطلق مصطلح مواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي على "مجموعة من المواقع الإلكترونية التي ظهرت على شبكة الإنترنت، مع الجيل الثاني للويب (WEB2)، وتتيح التواصل بين الأفراد عن طريق الرسائل والاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين،¹ كما تسمح لهم بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر.

• يعرفها "ألسون وبويد" بأنها مواقع تشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال وتختلف طبيعة التواصل من موقع إلى آخر².

في تعريف آخر "هي مجموعة الشبكات الموجودة على شبكة الإنترنت، والتي تمكّن الجماهير من التواصل مع الآخرين وتبادل النقاشات حول الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والخاصة، وتختلف طبيعتها من شبكة لأخرى³، كما تقدم خدمات اجتماعية لمشاركتها لأغراض التواصل الإنساني والاجتماعي، تؤسسها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء وتبرمجها لخدمة تكوين صداقات، أو البحث عن هويات واهتمامات مشتركة وصور وأفلام وأشخاص آخرين يداولونها فيما بينهم"⁴.

يرى "فايز الشهري" مواقع التواصل الاجتماعي أنها عبارة عن منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمشارك فيه إنشاء موقع خاص به، ومن تم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات⁵.

2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطوره

يعود ظهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى التطور الذي حصل في شبكة الويب web إلى سنة 1995 في الولايات المتحدة الأمريكية، فكانت أول مواقع web التي ظهرت في شكل تجمعات على الإنترنت، مثل موقع the gleble.com سنة 1994 وموقع Gooitives في نفس السنة وتلاها موقع Tripode بسنة بعد ذلك حيث قامت هذه التجمعات بربط لقاءات بين الأشخاص والتفاعل من خلال صالونات الدردشة،

¹ عامر إبراهيم القندلجي: الإعلام والمعلومات والانترنت، د.ط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 93.

² محمد العلي صالح: مهارات التواصل الاجتماعي، ط1، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 126.

³ رضا أمين: الإعلام الجديد، د.ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 108.

⁴ حلمي خضر ساري: التواصل الاجتماعي "الأبعاد والمبادئ والمهارات"، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، صص (103-104).

⁵ ليلى أحمد جرار: الفاييس بوك والشباب العربي، ط1، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012، ص 37.

وتبادل المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة وباستخدام وسائل شخصية عبر صفحات المواقع، في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني،¹ وأهمها موقع Classnat.com عام 1995 وهو موقع الربط بين زملاء الدراسة في مراحل حياة معينة فرقتهم ظروف الحياة العلمية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلبي حاجات هؤلاء الأصدقاء في التواصل فيما بينهم الكترونياً وقد أسس الموقع من طرف "راندي كونرادز" ولازال قائم إلى اليوم، ويبلغ عدد أعضائه 50 مليون مستخدم في الولايات المتحدة وكندا ينتمون إلى نحو 200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضنة حتى الجامعة.²

يليها بعد ذلك موقع Sixdegrees.com عام 1997 وركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطية لمجموعة من الأصدقاء، وبرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكها وتم إغلاقها.³

ظهرت في السنوات اللاحقة بعض المحاولات الأخرى لأكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كانت سنة 2002 ومع بداية هذا العام انطلق موقع التواصل الاجتماعي Friendstes.com الذي حقق نجاحاً دفع Google إلى محاولة شرائها سنة 2003 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع Skyrock.com كمنصة تدوين،⁴ ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008، إلى المركز في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.⁵

¹مرسي مشري: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية "نظرة في الوظائف"، مجلة المستقبل العربي، ع395، 2012، ص155.

²محمد سيد ريان: الإعلام الجديد، د.ط، مركز الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص7.

³ماهر عودة الشمالية: الإعلام الرقمي الجديد، د.ط، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص199.

⁴أماني جمال مجاهد: الشبكات الاجتماعية في تقديم شبكة متطورة، دراسة للعلوم، جامعة المنوفية، القاهرة، ع8، ماي، 2010، ص58.

⁵الرعود عبد الله ممدوح: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2010-2011، ص33.

قبل ظهور الفايسبوك أنشأ في عام 2003 موقع my space الأمريكي حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006 وأهم ما يقدمه (my space) هي تفصيلات الملفات الشخصية، مما يسمح للمستخدمين بخلق ملفات أصلية، وتضمن عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة، إضافة إلى المدونات في أوقات كثيرة¹.

في 04 فبراير 2004 أطلق موقع الفيس بوك من قبل "mark zuckerberg" طالب بجامعة هارفارد، وفي الأول كان خاصا بطلاب هذه الجامعة ثم فتح أبوابه للجماهير الأخرى². جاء بعد الفيسبوك موقع اليوتيوب "yuotube" الذي يعتبر أكبر موقع للفيديو المنتجة على المستوى الشخصي في العالم، وقد قام بتأسيس الموقع ثلاث موظفين سنة 2005، تشلدهيرلي (أمريكي)، ستيف تشين (تايواني)، وجواد كريم (بنغالي) الذين يعملون في شركة paypal في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية³.

أصبحت هذه الشبكات محل الدراسة لدى الكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مثل الخصوصية والهوية ورأس مال المجتمعات واستخدامات المراهقين، حيث أصبحت وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي، وأداة للبحث تزداد أهميتها كلما زاد عدد المعلومات التي تقوم بتقديمها، وتظهر قوتها من خلال ارتفاع عدد المسجلين فيها.

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية، على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة، ويتم نشرها على الشبكة حتى تجمع الأعضاء دو المصالح المشتركة اللذين يبحثون عن ملفات أو صور اعتمادا على صلاحيات الخصوصية التي تمنحها للزوار، وتعمل كشبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض، ويمكنهم أيضا التواصل عن طريق الصوت والصورة والفيديو، وهناك آلاف من المواقع التي تعمل على الصعيد العالمي وهناك شبكات لا تبحث عن الجماهير العريضة، إنما تحدد الدخول لجمهور ضيق كما يفعل موقع "beautifulpeople" وتقيّد الدخول للموقع لتجعله أكثر انتقائية أو نخبوية⁴.

¹الرعود عبد الله ممدوح، مرجع سابق، ص 34.

²راضي زاهر: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة جامعة عمان الأهلية، عمان، ع 15، 2003، ص 24.

³الدليمي عبد الرزاق محمد: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، د.ط، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 194.

⁴غالية غضبان: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين في ظل العولمة الإعلامية أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2017-2018، ص ص (76-77).

ثانياً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تحظى شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كثيرة تميزها عن غيرها من المواقع الإلكترونية المنتشرة في فضاء web كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم نذكر منها:

1- **التفاعلية والمشاركة:** يتسم التواصل الاجتماعي بالتفاعلية، إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته (رياضية، أزياء أو موسيقى)، التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين وتسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو إبداء الإعجاب بها، ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر ومشاهدة ردود الآخرين ومدى تفاعلهم، الرد عليهم مباشرة وقد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل ومشاركة المضامين مع الآخرين¹.

2- **لتواصل بين المستخدمين:** إن الغرض من إنشاء أي موقع للتواصل الاجتماعي هو ضمان التواصل بين المستخدمين، هذا التواصل يكون متشعبا ومعقدا أحيانا حتى صرنا نطلق على الموقع "شبكة" يقودنا هذا المتطلب الأساسي لأي موقع وهو التواصل بين زوار الموقع والمستخدمين أو المستخدمين، لأن التواصل لا يتم إلا مع أشخاص معينين ولا يمكن أن يتواصل مجهول بشكل فعال لذلك والتسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي من أهم المسائل التي يجب على الزائر القيام بها واستخدام أي موقع للتواصل مع الآخرين².

3- **المحادثة:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها المحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحديث والخبر والمعلومة المعروضة.

4- **التربط:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك مما يسهل عملية انتقال المعلومات³.

5- **التوفير والتحديث المستمر:** فبإمكان أي مستخدم أن يبقى على معرفة مستمرة بالواقع وفي جميع أنحاء العالم، حيث وفر الإعلام الجديد بقدرته على البث المستمر وتحديث ما ينشر من أخبار ومعلومات

¹ حسين محمود هشيمي: مرجع سابق، ص 85.

² نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة بسكرة، 2014-2015، ص ص(147-148).

³ خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص ص(26-27).

أولاً بأول وفور حدوثها ووفر إمكانية بقاء المتابع في صورة الواقع الآني، ولم يعد المتابع مضطر إلى انتظار مواعيد نشرات الأخبار لمعرفة ما يدور في العالم أو انتظار صدور جريدة في اليوم التالي لمعرفة أخبار اليوم السابق¹.

6- **التوفير والاقتصاد:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي وليس ذلك حكراً على أصحاب المال أو حكراً على جماعة دون أخرى².

7- **وضوح الهوية:** في الغالب يحدث ذلك تلقائياً لأن هدف كل مستخدم أن يتواصل ويتعرف على الآخرين وهذا يتطلب أن يفصح المستخدم عن معلوماته الشخصية بصراحة دون تحايل أو كذب كي لا يناقض مع الغاية التي من أجلها سجل حساب في هذه المواقع³.

8- **تعدد الوسائط:** وهو تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الانترنت من صوت ثابت ولقطات فيديو في منتج واحد، وليس بالضرورة أن تجتمع كل هذه التكنولوجيا في منتج واحد، بل تختلف المواقع طبقاً لاختلاف مستوى تطورها، وبسبب هذه السمة تكتسب ميزة الاتصال ألبطاعي بالراديو من خلال تقنية الصوت وتكتسب ميزة الاتصال التلفزيوني من خلال تقنية الصورة ولقطات الفيديو وغيرها⁴.

9- **التلقائية:** يكون غير رسمي أو متوقع فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء، وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال⁵.

¹ علي خليل شفرة: مرجع سابق، ص 57.

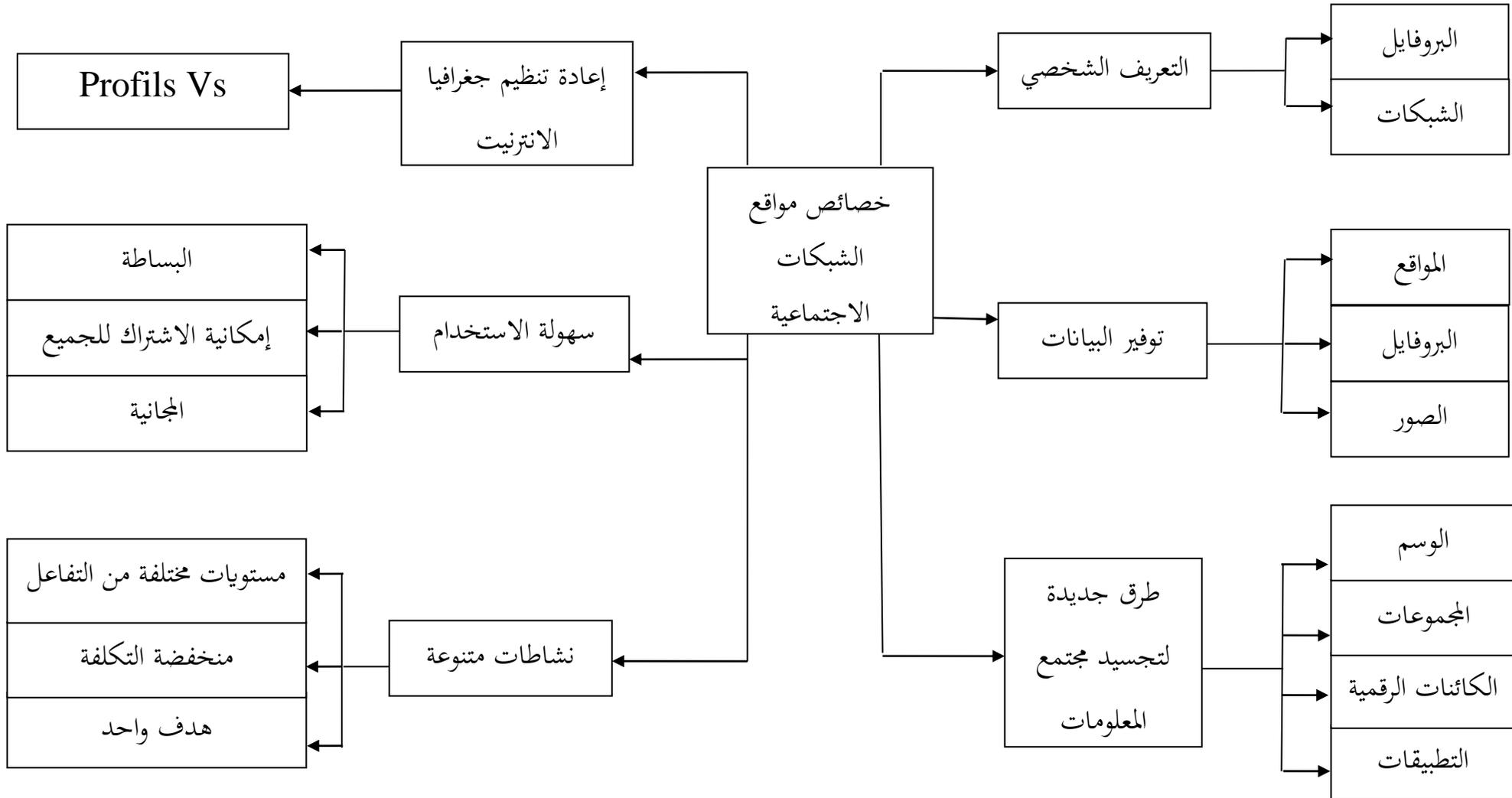
² صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي أسس ومفاهيم وقيم، د.ط، دارمكتبة الحامدي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 148.

³ مصعب حسام الدين قتلوني: ثورات فايسبوك "مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير"، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2014، ص 26.

⁴ رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 73.

⁵ حسين محمود هثيمي: مرجع سابق، ص 85.

الشكل (1) : يمثل خصائص المواقع الاجتماعية



المصدر: مريم نريمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، باتنة، 2011-2012، ص132.

ثالثاً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الحديثة التي أصبح يعتمد عليها الإنسان في عملية التواصل مع الآخرين في أي وقت وفي أي مكان، ولعلّ أبرز هذه المواقع ما يلي:

1- موقع الفيس بوك (facebook)

مفهومه:

موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرفَ موقع الويب الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية¹.

نشأته وتطوره:

شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس، خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2014 في جامعة "هارفارد" في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج)، فتخطت شهرتها حدود الجامعة، وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار حتى عام 2007، حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع facebook بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من تموز 2010 النصف مليار شخص، يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار، وغالباً ما تكون في المحادثات والدرشات وتحتل شبكة facebook حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت) ويبلغ عدد المشتركين فيها من 800 مليون شخص².

استحوذت شركة فيسبوك خلال السنوات الأخيرة على أكثر من ثمانين شركة تقنية عالمية، والتي كانت سابقاً عبارة عن شركات مغلقة بذاتها، فسمحت شركة فيسبوك بمشاطرة المعلومات الخاصة

¹ ليلي أحمد جرار: مرجع سابق، ص 15.

² عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص (63-64).

بالمشتركين لدى الشركات الفرعية لها وذلك من منطلق هذه المشاركة اعتمدت من أجل تيسير ودعم ودمج نشاطاتها وتحسين الخدمة، ومن أهم الشركات التي تمّ شراؤها نذكر: atlas solutions، instagram، moves، parse، onavo وغيرها¹.

إيجابيات موقع فيسبوك:

يعدّ موقع فيسبوك من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي له عدّة إيجابيات نذكر منها:

1. يساعد المستخدم في إزالة الضغوطات النفسية والشعور بالوحدة والفراغ حيث يشعر المستخدم انه على تواصل مع الآخرين وأنه معهم في كل مناسباتهم في أي بقعة كانوا من العالم.
2. يساعد على الشعور بقرب المسافة وتقليل حدة الاشتياق للأهل أو بعض الأصدقاء والأشخاص المهمين.
3. أصبح هذا الموقع يستخدم للمواد الترويجية والدعاية والإعلان.
4. يقوم الموقع على إضافة مجموعات كمجموعات صحافية أو إعلامية أو طلابية أو غير ذلك وإبلاغهم بكل نشاط وبكل ما يجري من أخبار يخص تلك المجموعة عبر الفيسبوك.
5. أصبح موقعا للإعلام (صوت لمنلا صوت له)، وهذا ما أكدته الأحداث العظيمة التي جرت في تونس ومصر وليبيا وسوريا وغيرها من الدول العربية والتي جعلت منه موقعا هاما من خلال تأثيره على الدول والمجتمعات.
6. جعل المستخدم أكثر جرأة وأكثر ثقة في نفسه من خلال مشاركته إما بإبداء إعجابه أو بكتابة تعليق ما للأصدقاء.
7. تفجير الطاقات الإبداعية فمن خلال الموقع أصبح الشاعر يقوم بنشر أشعاره وخواتمه، وأصبح الرسام يقوم بعرض رسوماته وغيرها².
8. يعتبر موقع فيسبوك من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء³.

سلبيات موقع فيسبوك:

هناك سلبيات ظهرت على السطح بعد انتشار استخدام موقع فيسبوك يمكن إيجازها فيمايلي:

¹ علي لفته العيساوي: الفيسبوك والوطن البديل للشباب، د.ط، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، العراق، 2021، ص12.

² عبيد شفيق الربحاني: الاستعمار الالكتروني والإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص165.

³ عبيدة صبطي: الإعلام الجديد والمجتمع، المركز العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص61.

- 1- إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية: وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي مع الأفراد الذين أدمنوا استخدام الفايسبوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات افتراضية وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانات أو الانعزال.
- 2- انتهاك خصوصية المشتركين: حيث إن المعلومات التي ينشرها المشتركين من خلال نبذهم الشخصية، أو الصور أو مقاطع الفيديو، تفقد صفة الخصوصية بمجرد نشرها، حتى لو اتفق المشترك على كل الإجراءات اللازمة للأمان فمن الممكن أن تصل هذه إلى الدائرة المقصودة أصلاً بطرق عدّة ويصبح سحبها بعد ذلك مستحيلاً¹.
- 3- استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية: يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفيسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها وذلك بالاستفادة مما يشد على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من لأصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك².
- 4- إضاعة الوقت: فبمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة إلى أخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي منفعة له أو لغيره فالفيسبوك يهدر الكثير من الوقت لدى المستخدمين.
- 5- الإدمان وإضاعة مهارات التواصل: وهي من أهم الآثار التي قد تشكل خطراً على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصاً الشباب والمراهقين
- 6- انتحال أسماء شخصية عامة واستخدام صور أشخاص آخرين وتزوير الصور الخاصة بالأفراد الذين نتواصل معهم عبر الموقع وربما يساء استغلالها بشكل سيء لأصحابها وقد واجه الفيسبوك انتقادات كثيرة في هذا المجال.
- 7- فتور الحس الأخلاقي نتيجة للكمية الهائلة المشحونة بالعنف حيث تجعله مألوفاً لدى الناس³.

¹نور الهدى بركاني: العمل التطوعي الجماعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2016-2017، صص(51-52)

² علي خليل شقرة: مرجع سابق، ص67.

³عمار دبار: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، معهد العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حمّة لخضر، الوادي، 2018-2019، صص(32-33).

2-موقع اليوتيوب (YouTube):

مفهومه:

أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت وعنوانه: www.youtube.com وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبير عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع¹.

نشأته وتطوره:

أسس اليوتيوب youtube في 15 فبراير 2005 على يد ثلاثة شباب جامعيين وموظفين في شركة pay bal وهم تشاد هيرلي T.Hirley، وستيف تشين Steve Chen، وجاود كريم jaed Karim، صاحب أول فيديو على اليوتيوب لصورة له وهو في الولايات المتحدة الأمريكية، عندما كان الأصدقاء في حفلة لأحد الزملاء والتقطوا مقاطع فيديو وأرادوا نشرها بين زملائهم، ولم يتمكنوا من إرسالها عبر البريد الإلكتروني لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على الانترنت. لقد أصبح اليوتيوب أحد أكثر المواقع العالمية نمواً، والمركز الثالث من حيث مستخدمي الانترنت وفق إحصائية موقع شركة "إكسا" فهو يوفر أشرطة الفيديو مهما كانت جودتها بهدف المشاركة فيما بينهم، كما يعتبرها البعض وسيلة تعليمية يستطيع من خلالها إثراء معرفته وخبراته باعتباره موقعا يتبادل فيه الناس أفكارهم وعاداتهم وتقاليدهم، ونشرها كمقاطع فيديو فيما بينهم².

تم تسجيل الدومين في 15 فبراير 2005 وخلال صيف 2006 كان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة يوميا، ويضاف إليه 65 ألف مقطع فيديو كل 24 ساعة.

في شهر يناير 2008 فقط شاهد 79 مليون مستخدم أكثر من 3 مليارات فلم، وفي أغسطس 2006 ذكرت صحيفة Wall Streets journal الأمريكية بأن الموقع يستضيف 6.1 مليون فيلم، بسعة 600 تيرابايت في 2007 استهلك الموقع قدرا من حجم تدفق البيانات مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الانترنت في

¹ إيمان علي عون: الإعلام الجديد" تكنولوجيا جديدة- لعالم جديد"، أبحاث المؤتمر الدولي، قسم الإعلام والسياحة والفنون، جامعة البحرين، 7-9 ابريل 2009، ص520.

² محمد محمود أسماء: مواقع التواصل الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة لونيبي علي- البلدة 2، 2020-2021، ص71.

عام 2000، ويتم رفع 13 ساعة تقريبا من الأفلام في كل دقيقة، وفي مارس 2008 قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يوميا.

يستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، ويتنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون ومقاطع الموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة، حاليا مزود بـ 67 موظف. في أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 1.31 مليار يورو وهو يعتبر من مواقع ويب 2.0¹.

إيجابيات موقع اليوتيوب (YouTube):

يتميز موقع اليوتيوب بعدة ايجابيات يستفيد منها مستخدمه مهما كان موقعه ومهما تعددت اهتماماته نذكر منها:

1. جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها: فلا يكاد يحدث حدث في الليل أو نهار إلا ويصور، ويسجل في نفس اللحظة ممن شهدوا هذا الحدث، حيث أصبحت وسائل التصوير والتوثيق سهلة وفي متناول عامة الناس الذين أصبحوا كصحفيين ومراسلين للصحافة ووكالات الأنباء يزودونها بالأخبار مقروءة ومسموعة ومشاهدة أولا بأول.

2. يتيح اليوتيوب إمكانية المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب: مما يجعل الحدث حدث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن، وهذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أدق المشاهد في الذهن، ويؤثر في الآراء بشكل كبير.

3. سهولة الاستعمال والمشاهدة: حيث يستطيع كل إنسان مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام ومشاهدتها.

4. توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب: من محاضرات وخطابات ومعلومات إلى عدة لغات ترجمة فورية، بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة كانت².

5. أصبح اليوتيوب مجالا لتحقيق الشهرة سواء على مستوى الأشخاص أو الأفكار.

6. يسهم ميزة الأرشفة التي يتميز بها اليوتيوب في ترسيخ الأحداث في الذهن عن طريق تكرار المشاهدة للحدث نفسه، ومن تم تشكيل الآراء بشأنها من الجمهور.

7. يتيح للمشاهدين الاطلاع على جوانب لم يستطع إدراكها أو ملاحظتها في المشاهدة الأولى¹.

¹إيمان علي عون: مرجع سابق، ص 521.

²علي خليل شقرة: مرجع سابق، ص ص (92-95).

8. يتيح للمستخدمين تحميل الفيديو وعرضه ونشره دون قيود رقابية، ويلاحظ أن موقع يوتيوب يتحول تدريجياً إلى وسيلة تشبه إلى حد كبير التلفزيون².

9. **ميزة البث المباشر (live streaming):** لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف نقال إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطوير الإعلام وتقنيات البث المباشر³.

سلبيات موقع اليوتيوب (YouTube):

على الرغم من الفوائد التي يوفرها موقع YouTube إلا أن له أضراراً وسلبيات على فئة كبيرة من الفئات العمرية نلخصها فيما يلي:

1. **إمكانية اختراقه:** من قبل بعض الجهات أو الأشخاص وتعطيل ما يبث فيه أفلام ومحاضرات بل قد تم بث برامج تعارض وتتناقض الهدف الأساسي من الموقع، كأن يتم اختراق موقع إسلامي ويبث فيه أفلام ومشاهد تتعارض مع قيم وأخلاق الإسلام وشرعيته.

2. **قيام بعض الدول بحجب الموقع:** حيث تم منع فائده عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر مالا ترضى عنه بعض الدول، كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباطاً صينيين يضربون رهباناً في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب⁴.

3. **يسمح موقع اليوتيوب برفع مقاطع فيديو يزيد زمنها عن عشر دقائق** ويزيد حجمها عن واحد جيجا بايت مع العلم أنه منذ انطلاق الموقع في البداية كان في وسع المستخدمين تحميل مقاطع فيديو يزيد زمنها عن عشر دقائق⁵.

¹ غالب كاظم جواد الدعيمي: الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل الإعلام، ط1، دارأمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص85.

² حارث عبود، مزمر العاني: الإعلام والهجرة في العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص164.

³ جمال كانون: دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر: أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع السياسي، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، 2016-2017، ص120.

⁴ علي خليل شقرة: مرجع سابق، ص ص(95-96).

⁵ باريش أشرف الدين، لعور صابر: استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لليوتيوب والإشباع المحققة منه، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015-2016، ص58.

3- تويتر twitter:

مفهومه:

شبكة اجتماعية تقدم خدمة تدوين مصغ، بحيث يمكن لمستخدميه إرسال تحديثات لا تتعدى 140 حرف، سواء عن طريق تويتر مباشرة أو عن طريق التطبيقات الخارجية التي يقوم بها المطورون¹. يعرف كذلك على أنه موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر، وهو تدوين يسمح عدد محدد من المداخلات بحد أقصى مائة وأربعين حرفا فقط للرسالة الواحدة، ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر أو على شكل رسائل sms وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال².

نشأته وتطوره:

أنشأ هذا الموقع من طرف " جاك دورسي (jack Dirsey) في 13 جويلية 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو التي أقدمت على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس السنة، ومن هنا أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوين المصغر، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter³.

ايجابيات موقع تويتر:

يتميز موقع تويتر ايجابيات عن باقي المواقع نلخصها فيما يلي:

1. أداة فعالة للتواصل مع العالم: يمكن من خلال تويتر تكوين صداقات ومناقشات مع شخصيات مختلفة، ومن أماكن متعددة في العالم وب تخصصات مختلفة.
2. سهل وسريع: بمجرد إدخال البريد الإلكتروني، وتسجيل اسم المستخدم وكلمة المرور يصبح الشخص مشتركا في ويستطيع عندها استقبال التغريدات وإرسالها.

¹ عبد الحليم موسى يعقوب: الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، د.ب، 2014، ص13.

² علي خليل شقرة: مرجع سابق، ص75.

³ هاجر بن عمار: هويات مستخدمي الوسائط الجديدة-التويتر نموذجا، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016-2017، ص122.

3. الاستفادة من تجارب الآخرين واستشارتهم: يستطيع المستخدم أن يعرض تجاربه المختلفة وأن يستفيد من تجارب الآخرين، ويستشيرهم في مختلف المواضيع، حيث أن شرائح مستخدمي تويتر متعدد وبهذا يمكن الاستفادة منهم.

4. مجاني: إرسال التدوينات عبر تويتر مجاني بعكس الرسائل القصيرة عبر الهواتف.¹

5. محمول ومتحرك: فموقع تويتر يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين وإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة .

6. مناسب للتواصل الشخصي: فالتويتر يتيح لك أن تدوّن ما تفعله الآن، فهي تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك، فالهدف النهائي هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.

7. أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك: فالتدوين القصير والفوري عبر تويتر يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة والفورية عن موضوع تهتم به إلى جميع المتابعين لك، كما يساهم في نشر أفكار أو بمشاركة الغير لاهتماماتك، كذلك اليوم مع محركات البحث غوغل فإن تدويناتك القصيرة على تويتر ستظهر على محرك البحث ضمن النتائج فور إرسالها، مما يضاعف من إمكانيات نشر أفكارك أو رسائلك لأكبر عدد ممكن من المهتمين.

8. الفورية: فالتدوين الفوري هو من الخصائص لموقع تويتر، فمن مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فوراً وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع، ولا تنسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة والرسمية اليوم في الغرب وفي الوطن العربي على حد سواء.²

9. سهولة امتلاك أدوات النشر: بما تقدمه المواقع من خدمة إنشاء وتصميم واستضافت المدونات.³

10. القدرة على احتواء خواطر خالإنسان في 140 حرف ولعل المعنى الجديد للكلمة يعبر عن الدور المتزايد والخطير في تطور دور الموقع على مستوى العالم.⁴

¹ عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الطوفي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوى، عمان، ب، 2014-2015، ص23.

² خولاء غانم المري: تأثير التويتر على طبيعة عمل عينة قصديه من الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية: رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015-2016، ص ص(43-44).

³ وسام كمال: الإعلام الإلكتروني والمحمول، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2014، ص61.

⁴ محمد سديران: الإعلام الجديد، ط1، مركز الأهرام للنشر والتوزيع والترجمة، القاهرة، مصر، ص50.

سلبيات موقع تويتر:

- على الرغم من حجم الايجابيات لموقع تويتر إلا أنه من ناحية أخرى يظهر الجانب السلبي لهذا الموقع وهو أنه قد عزز بعض السلوكيات السلبية على مستوى الأفراد نذكر منها:
1. سرعة انتشار الشائعات: يعد هذا التطبيق أداة سهلة لانتشار الأخبار دون التأكد من صحتها.
 2. كل تغريده تقتصر على 140 حرفاً، وهذا يجعل الأمر صعباً في التعبير عن الأفكار الخاصة في بضعة أسطر.
 3. وجود إعلانات مزعجة تظهر على صفحة المستخدم.
 4. تويتر ليس مثالي لعرض المحتوى المرئي حيث أن أساسه في الغالب نصي¹.
 5. صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
 6. ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
 7. ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
 8. انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية.
 9. ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.
 10. انتشار الحسابات الوهمية على تويتر هي الحسابات ذات الاسم المستعار أو الوهمي².
- 4- موقع الانستغرام (Instagram):

مفهومه

يعتبر شبكة هواة التصوير بجدارة، وهو موقع من المواقع الاجتماعية التي استخدمت حديثاً وهو عبارة عن تطبيق في الهواتف الذكية يطلق عليه اسم الجيل الجديد لمواقع التواصل الاجتماعي والخالية من النصوص الكتابية وقد استحوذت عليه شركة فيسبوك مقابل 1 مليار دولار³، وهو تطبيق متاح عبر تطبيق App store Google، يمكن تحميله مجاناً على الهاتف المحمول مثلاً، ويعتبر أول منصة لمشاركة الصور باستخدام وسائط متعددة عبر الأنترنت⁴.

¹ عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الطوفي: مرجع سابق، ص 24.

² مريم بولهجة، نادية بزيز: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المؤسسة الخيرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017-2018، ص 1
³ أحمد قاسمي، سليم جداري: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2019، ص 22.

⁴ khaled al falal ; Abdulah aseri : **impact of the instagram economy in the modern fashion industry**

Acasestudy of the UK ; Abaad Iktissadia Review ; vol ; N1 ; 2020 ; p243.

نشأته وتطوره

ظهر موقع الانستغرام Instagram في 10 ايونيو 2010، على يد مؤسسيه كيفن سيستروم Kevin Systrom ومايك كرايغر Mike Krieger، خريجا جامعة ستانفورد الأمريكية، وفي البداية كان الانستغرام لا يعمل إلا على هواتف أيفون فقط، وبدأ 80 شخص استخدامه وبعد 10 أيام على إطلاقه بلغ عدد مستخدميه 10 آلاف مستخدم، وفي ديسمبر 2010 أعلن مؤسس الانستغرام عن ربطه بالدعم الكامل على شبكة four square، حيث وصل عدد مستخدميه إلى مليون مستخدم، وكان الهدف من ذلك تمكين المستخدمين من وضع صور ذات جودة عالية ومشاركتها على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، وتم إتاحة للمستخدمين من خلال 25 لغة مختلفة حول العالم، وفي فبراير عام 2011، بلغ مستخدمي الانستغرام مليون وسبع مائة ألف مستخدم يتشاركون أكثر من 300 ألف صورة يوميا، وحصلت الشركة على تمويل قدره 7 مليون دولار أمريكي من مجموعة مستثمرين من ضمنهم جاك دورسي Jack Dorsey مؤسس تويتر، وفي يوليو عام 2011 وصل عدد المستخدمين 6 مليون دولار في أبريل عام 2012، قامت شركة فيسبوك بالاستحواذ عليها في صفقة بلغت قيمتها مليار دولار نقدا¹.

اجابيات موقع الانستغرام

يعتبر موقع انستغرام من أهم ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بسبب مزاياه المتعددة وأهمها:

1. مجانية إنشاء الحساب، إضافة إلى سهولة وحرية استخدامه، وتوافر سعة غير محدودة لعرض المنتجات أو الخدمات المختلفة.
2. سرعة الوصول إلى قاعدة ضخمة من المستهلكين يصعب الوصول لمثلها في الحالات الاعتيادية.
3. يتيح الانستغرام للمستهلكين فضاء أوفر من الأسواق الحقيقية، لأن الأسعار فيها منخفضة باعتبار المنتجات بعيدة عن مسائل الضرائب أو الإيجارات وغيرها، كما أن بعض الباعة قد يوفر خدمة التوصيل لمكان الإقامة.
4. إمكانية عدم ذكر الاسم الحقيقي أو اسم العائلة على الموقع، تقاديا لحالات الحرج أحيانا.
5. ميزة الأنستغرام تكمن في إمكانية فلترة الصور وتشاركها مع مواقع أخرى مثل فسبوك وتويتر وكذلك إمكانية وضع الهاشتاق من قبل العلامة التجارية لتصبح أكثر تميزا وفاعلية².

¹ميمي محمد عبد المنعم توفيق: شبكات التواصل الاجتماعي(النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، ع 24، ج2، جامعة عين شمس، القاهرة، 2018، ص ص(25-26).

²بتول السيد مصطفى أحمد: الانستغرام من وسيط إلى تجاري، مجلة الأكاديمي، ع74، 2016، ص ص(205-206).

سلبيات موقع انستغرام:

بالرغم من وجود ايجابيات لموقع الانستغرام إلا أنه لا يخلو من السلبيات ومن أهمها:

1. إمكانية التعرض للغش أو الاحتيال والتضليل من قبل الباعة، واحتمالية ترويج خدمات أو منتجات غير قانونية، وذلك نظرا لكون الانستغرام بمثابة سوق بلا رقابة ولا قوانين تحمي المستهلك.
2. غياب قانون يتيح متابعة نشاط الحسابات التجارية في الانستغرام، خاصة في حال وجود شكاوى عليها من قبل المتعاملين معها.
3. بعض الصور تتلاعب بالعقول وتفصل متابعها عن العالم الحقيقي، كما تمارس هيمنة وسلطة على المتلقي المنبهر والمستهلك السلبي، حيث صارت الصور قادرة على توجيه سلوك المستهلك والتحكم بذوقه وعقله وتؤسس لاختياراته وتفضيلاته.
4. يتطلب النجاح في الانستغرام موارد عدة من وقت وجهد ومال للمحافظة على الوجود المستمر والوصول إلى مستهلكين جدد وسط منافسة الشركات الكبيرة.
5. بعض مستخدمي الانستغرام لديهم شعور زائف بالأمان، خاصة عند عرض صور لا تمد للواقع أو الحقيقة بصلة، ناهيك عن بعض الجوانب المتعلقة بالخصوصية.

رابعا: الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

من أهم الخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين ما يلي:

1. خدمة الملفات الشخصية/ الصفحات الشخصية (profile page): ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: نوع الجنس تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصور الشخصية، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم شخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، من هم أصدقائه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات¹.
2. خدمة الأصدقاء /العلاقات (Friends/ connections): هي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذي يعرفهم في الواقع، أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تفتح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعرف مع أصدقاء بعد موافقة الطرفين².

¹مصطفى يوسف كافي: الإعلام التقليدي، **interactive media**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص115.

²جبريل بن حسن العريشي، سلمى بن عبد الرحمان محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص34.

3. خدمة إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

4. خدمة ألبوم الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها.

5. خدمة المجموعات: تتيح الكثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصة إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة مسمى معين وأهداف محددة، ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين¹.

6. خدمة الصفحات: ابتدع هذه الفكرة موقع Facebook وتم استخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة لتتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات الذي يحددونها، ويقوم موقع فيسبوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم إليها من قبل المستخدم².

خامسا: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

توجد عدة دوافع تجعل الفرد يلجأ إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بكثرة أو ينشأ حسابا واحدا له على الأقل في كل مواقع التواصل الاجتماعي وفي ما يلي أهم العوامل التي تدفع الأفراد للاشتراك في هذه المواقع:

1. الفراغ: إن سوء استغلال الفرد لوقته يدفعه إلى استغلال وقت فراغه بالتواصل مع غيره عبر وسائل التواصل الاجتماعي المتعددة في تطبيقاتها فتصبح وسيلة لتضييع الوقت بالتواصل الصوتي أو المكتوب أو الصور أو غيرها من التطبيقات التي توفرها هذه الوسائل الحديثة.

¹ ماهر عودة الشمايلة: مرجع سابق، صص (211-212).

² محمد بوخبزة: مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باريس، 2015-2016، صص 47.

2. توسيع المعارف ومناقشة الآراء: (الانترنت): شبكة عالمية لأي موضوع يحتاجه الإنسان وهو متاح يوميا في كل وقت، حيث تعد هذه الشبكات منابر للنقاش متيحة المجال أمام الأفراد للتعبير عن أفكارهم، فهي وسيلة جديدة لتبادل الأفكار والآراء وحشد التأييد والدعم لقضية من القضايا¹.
 3. البطالة: تعتبر عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي، وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد، والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذا الوضع الذي يعيشه وإن كان افتراضيا.
 4. التعرف وتكوين الصداقات: مواقع التواصل الاجتماعي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى، ومن مختلف الجنسيات.
 5. المشاكل الأسرية: تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد، فعدم وجود أسرة مستقرة آمنة، تخلق عند الفرد نوع من الاضطرابات الأمر الذي يجعله يبحث عن بديل لتعويض الحرمان والهروب من المشاكل الأسرية².
 6. الفضول: تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.
 7. التسويق: في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعرف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها، فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات، كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة "لينكدان".
- من خلال عرض أهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية، بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب التي لم يسعنا ذكرها جميعا³.

¹دعاء عمر محمد كتانة: وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة، أطروحة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في الفقه والتشريع، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2014-2015، صص (37-38).

²رنا مروان العيسى: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2019-2020، ص 18.

³آمنة بركات، سيرين بوبحيرة: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2018-2019، ص 38.

سادسا: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

احتلت مواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في الآونة الأخيرة، وذلك من خلال قيامها بعدة وظائف وتمثلت هذه الأهمية فيما يلي:

1. تجاوز صعوبات الإعلام التقليدي حيث غطت الشبكة العنكبوتية العالم بأسره في كل وقت ووفرت فرصة الاتصال المباشر الذي يتعلق بالأفراد والمعلومات.

2. تمنح هذه الفرصة لإدارة الوقت بشكل أفضل، حيث تخرق حدود الزمان والمكان بالإضافة أنها وفرت إمكانية الوصول لعدد هائل من البشر، وكذلك خلق قيادات جديدة من خلال البحث عن الطرق الأكثر تأثيرا لطرح الأفكار وجذب الآخرين اتجاهها¹.

3. تعد مواقع التواصل الاجتماعي إعلاما بديلا؛ حيث يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة وبين المعارضة².

4. تثري مواقع التواصل الاجتماعي منظومة قيم الشباب نحو المشاركة الاجتماعية وتدعم قيم التطوع لديهم لذا يجب تطويرها بحيث يعتمد كفاءة ووسيلة تربية أساسية لتنمية روح التطوع والمشاركة الاجتماعية، وأن تقدم لمجتمع الشباب بوصفها آلية لبث الفكر التطوعي والحث عليه.

5. تدعم أواصر الانتماء الوطني وتوطيد العلاقات بين أبناء الوطن الواحد، سواء كانت العلاقات مباشرة أو غير مباشرة، ومن هذا المنطلق يجب استثمار هذه المواقع في تأكيد وتعزير روح الانتماء للوطن.

6. التفاعل الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تضائل مختلف أشكال التمييز الاجتماعي، نتيجة تفاعل الجميع حول قضايا الاهتمام دون تمييز³

7. المتابعة الحية المباشرة للأحداث عبر وسائل التكنولوجيا الحديثة⁴.

¹ طاهر حسين أبو زيد: دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الأزهر، غزة، ص32.

² جون هارتي: الصناعات الإبداعية، ترجمة: بدر سليمان الرفاعي، عالم المعرفة، الكويت، 2007، ص13.

³ جمال كانون: مرجع سابق، ص 132.

⁴ محمد سيد ريان: الإعلام الجديد، ط1، إصدار مركز الأهرام للنشر، مصر، القاهرة، ص49.

سابعا: ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

1- ايجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأبعاد ايجابية جديدة على حياة الملايين من البشر في نقلة نوعية غير مسبوقة ومن أهم هذه النقاط الايجابية ما يلي:

1. **فرصة لتعزيز الذات:** فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته خاصة في مجتمعاتنا العربية حيث الشاب والشابة يقعون في ظل الأهل ويتبعونهم في تصرفاتهم وعاداتهم وثقافتهم، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية يصبح لك كيان مستقل وعلى صعيد عالمي.

2. **منبر للرأي والرأي العام:** إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك الخاص، وبالتالي حرية التعبير عن رأيك وفكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير.

3. **تزيد من تقارب العائلة الواحدة:** فاليوم ومع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة، ولذلك فقد أصبحت العديد من العائلات العربية تطمئن على أحوال أبنائها أو أقاربهم عبر التواصل من خلال فيسبوك أو التحدث المرئي عبر سكايب وغيره¹

4. مثلت هذه الشبكات منتديات افتراضية حيث تم تكوين العديد من الملتقيات الاجتماعية عبر هذه الشبكات².

5. التفاعلات التي تتم في إطار الشبكات الاجتماعية تتحرر فيها الإيديولوجية من حواجز الزمان والمكان³.

6. الحصول على المعلومات: لقد مكنت الشبكة الفرد من الحصول على كم من المعلومات بأشكال مختلفة لم يكن يحلم بها أحد في الماضي، كل ذلك في مواقع متباعدة على وجه بسيط إذ من خلال الاتصالات فائقة السرعة يستطيع الناس الارتباط ببعضهم وفي مواقع تبعدهم عن بعضهم آلاف الأميال

¹ خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دارالنفاس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، صص (68-70).

² تيسير بوعرجة وآخرون: وسائل الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص334.

³ فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجندرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص24.

وفي قارات متباعدة، كما أصبح بإمكان أي باحث الحصول على ما يريد من البيانات من مختلف المراجع العلمية، بل يستطيع التحدث أو إجراء المناقشات مع الغير حول العالم ممن يشاركونه اهتمامه.

7. تفعيل وتشجيع التجارة الإلكترونية بين دول العالم¹.

2- سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

على الرغم من وجود عدد من الايجابيات والمميزات لمواقع التواصل الاجتماعي إلا أن هناك بعض المخاطر والسلبيات عند استخدام هذه المواقع نذكر منها :

1. **انعدام الخصوصية:** تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يثبته من هموم، ومشاكل التي قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير².

2. **الإدمان على هذه المواقع:** حيث تخلف شبكات التعارف جوانب من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها³.

3. **أداة لنشر الأخبار المغلوطة وغير صحيحة:** يستخدم بعض الأشخاص مواقع التواصل الاجتماعي استخداما سيئا، فهناك عدد كبير من الأخبار غير الصحيحة التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يوميا، ويصدقها الكثير من المستخدمين و يعيدون نشرها مرة أخرى مما يتسبب في الكثير من الإشاعات⁴.

4. **إضعاف مهارة التواصل:** هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطر على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين، فان قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع، إن التواصل بين الناس بشكل مباشر يؤدي إلى تطوير المهارات التي تساعد الشباب في مجالات الاتصال الإنساني حيث تنمي عندهم الحس بالمسؤولية تجاه الغير وتقوي سرعة البديهية لديهم فيستطعون التعامل مع المواقف

¹ محمد الفاتح حمدي وآخرون: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص (89-93).

² خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سابق، ص (71-73).

³ سليمان بكرين كران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، د.ط، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص (163-164).

⁴ جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص (153-154).

بحداقة وحنكة، وهذا ما تفتقده المواقع الاجتماعية، فإن إدمان الشباب على التواصل الإلكتروني يؤدي بهم للعزلة الاجتماعية وفقد مهارة التواصل المباشر مع المجتمع¹.

5. ظهور الجرائم الإلكترونية وعوامتها نتيجة تنوع وتطور وسائل الإعلام الإلكترونية، وتعدد انتشارها الواسع، ومنها الجرائد الثقافية، السياسية، الاقتصادية، المالية مثل الاحتيال والنصب والابتزاز المالي وتقمص شخصيات وهمية².

6. نشر الأفكار الوهمية والمعتقدات المتطرفة: تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لنشر المعتقدات والأفكار المتطرفة، سواء دينية أو سياسية أو العنصرية مما يجعل شبابنا فريسة سهلة لكل الأفكار المنافية للدين والأخلاق والعادات والتقاليد المجتمعية الأصلية والقيم الوطنية والانتماء إلى المجتمع، مما ينعكس على المجتمع بانتشار التعصب والانحياز الأخلاقي والقيمي.

7. المخاطر المتعلقة بالعبادة الدينية: تستخدم بعض المنظمات المشبوهة شبكة الانترنت لإنشاء صفحات على شبكات التواصل الاجتماعي تهاجم الدين الإسلامي وتشوه القرآن الكريم وتؤلف سور تحاكي السور القرآنية لزعزعت العقيدة لدى المسلمين، ورغم ما تثيره هذه المحاولات من غضب واستياء في نفوس المسلمين، إلا أنها تمثل إنذارا مباشرا ينبهنا إلى ضرورة إعداد الداعية إلى الإسلامي المناسب القادر على التعامل مع تقنيات القرن الجديد، والذي يتمتع بفهم جيد للإسلام ويتحدث لغة أجنبية بطلاقة ويستخدم الرقمنة للدخول على هذه المواقع والرد المناسب على ما تبثه من أكاذيب ودعاوي مضلّة³.

¹وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر، السودان، الخرطوم، 2011، ص20.

²عبد الكريم تفرقنيت: مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات والسلبيات، قسم العلوم الإنسانية، جامعة البليدة، الجزائر، 2016، ص6.

³ممي محمد عبد المنعم توفيق: شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، ع24، ج2، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، 2018، ص31.

خلاصة الفصل

يمكن القول أن العالم يعيش في ظل العولمة الراهنة وبروز إعلام جديد يفرض نفسه أمام الإعلام التقليدي، الذي أخذ شكلا مختلفا ومميز يتماشى مع متطلبات العصر ويتسم بالتفاعلية والفورية والآنية واللازمانية، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من الحتميات في المجتمع المعاصر وحياتنا اليومية فهي تقوم بعدة وظائف في الوقت ذاته، ويرتبط استخدامها بعدة وسائل سهلة الاستعمال جعلها تستقطب جمهورا واسعا من مختلف فئات المجتمع لإشباع رغباتهم الإعلامية والترفيهية وكذا تكوين صداقات وبناء علاقات بصورة آنية وفورية مع مختلف الأفراد والمجتمعات، لكن رغم الايجابيات الكبيرة والأهمية البالغة التي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تتمتع بها إلا أنها تبقى خطيرة في الجهة المقابلة.

الفصل الثالث

الثقافة الدينية: ماهيتها، أهدافها

مصادرها، مقوماتها

تمهيد:

تعتمد جميع المجتمعات الإنسانية في استقرارها وتماسكها على ما يتوفر لديها من ثقافة دينية وفهم مشترك للقيم والفكر والسلوك والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع، حيث تلعب الثقافة الدينية دورا مهما في توعية الأفراد دينا خاصة الطلبة الجامعيين باعتبارهم الطبقة المثقفة والواعية في المجتمع، حيث أنه كلما كان الإنسان واعيا كانت حياته أرقى، فهو يعمل على خلق روح الاعتزاز والتقدير ويولد لدى الفرد الرغبة في البحث عن المعرفة.

سنتطرق من خلال هذا الفصل إلى ماهية الثقافة الدينية وأهميتها كما سنحاول التركيز على أهم خصائصها وأهدافها بالإضافة إلى التعرّيج إلى أهم مقوماتها.

أولاً: مفهوم الثقافة الدينية

من أهم التعاريف التي حاولت أن تضبط مفهوم الثقافة الدينية ما يلي:

- يعرف سليمان الأشقر الثقافة الدينية بأنها: "منهج حياة متكامل ومحور ثقافة وبناء على ذلك الإسلام في عقائده وأخلاقه وطرائفه في السلوك والاقتصاد والسياسة والاجتماع والتشريع".¹
- يعرفها يعقوب المليحي: "أنها الثقافة التي تؤكد قيمتها لدى الشباب وأن تكون ما يجبر المتقدمون للوظائف العامة على الاختبار فيه من حيث السير الإسلامية ومعالم التاريخ الإسلامي وجوهر الأحكام الشرعية وسمات المجتمع الإسلامي وخصائصه، كما أن إحياء الثقافة الإسلامية وتأييد وجودها إنما يأتي عن طريق تعميق مفهوم الدين في الحياة الاجتماعية وأخذ المجتمعات بأحكامه وآدابه في حياتهم ومعيشتهم وأعرافهم وتقاليدهم والتمسك بالسنة الشريفة وبالأخلاق والآداب الإسلامية".²
- تعرف أيضا: "مجموعة المعارف والمعلومات النظرية والخبرات العلمية المستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية التي يكسبها الإنسان، ويحدد على ضوءها طريقة تفكيره ومنهج سلوكه في الحياة".³
- يعرف "حمود عليمات" الثقافة الإسلامية: "أنها مجمل الكسب الإنساني المنفعل في تفاعله مع بيئته الطبيعية والاجتماعية في زمان ومكان معين".⁴

- التعريف الإجرائي:

نقصد بالثقافة الدينية في دراستنا معرفة مقومات الأمة الإسلامية العامة بتفاعلاتها في الماضي والحاضر من دين ولغة وتاريخ وحضارة وقيم وأهداف مشتركة التي تعمل على حفظ الدين ونشره بين المجتمعات عن طريق استخدام الوسائل المتاحة الجديدة كشبكات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: نشأة الثقافة الدينية

منذ العصر الإسلامي كانت نصوص الوحي تنتسم بالشمول، فالوحي خطاب شامل لشؤون الحياة كلها وأسلوب القرآن يختلف عن شؤون العلوم الإسلامية المتخصصة التي تقوم على تقسيم العلوم إلى تفسير وحديث وفقه وغيرها، فالأصل والنظرة الشمولية الكلية هو المنهج الذي تقوم عليه الثقافة الدينية في العصر الحاضر.

¹ عمر سليمان الأشقر: نحو ثقافة إسلامية أصلية، ط4، دار الفنايس للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 1994، ص27.

² يعقوب المليحي، المدخل للثقافة الإسلامية، مؤسس الثقافة الجامعية، مصر، 1980، ص 40.

³ مصطفى مسلم، فتحي محمد الزغبى: الثقافة الإسلامية تعريفها- مصادرها- مجالاتها- تحدياتها، ط1، اثناء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2007، ص18.

⁴ حمود عليمات: الثقافة الإسلامية وتحدي العولمة: <https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM-517100>، شوهد يوم 20-02-2022، على الساعة 12:23، ص48.

توسعت العلوم في العصور الإسلامية واقتضى ذلك ظهور التخصص في علم أو أكثر، وطغى ذلك التخصص حتى أصبح العالم يتخصص في علم من العلوم يستغرق في دراسة دقائقه وتفصيلاته منصرف عن العلوم الأخرى مع بروز هذه الظاهرة إلا أن ذلك لم يصرف بعض العلماء من التأليف الشمولي ومن أبرز هؤلاء: "كتاب السادة للإمام الشافعي، إحياء علوم الدين لأبي حامد الغزالي"، ومن أبرز العلماء الذين ألفوا وكتبوا بالمنهج الشمولي: شيخ الإسلام ابن تيمية¹.

واجه المسلمون في العصر الحديث تحدياً ثقافياً وبرز هذا التحدي في الاتصال بالثقافات الغربية وظهور المذاهب الفكرية والأيدولوجيات الغربية وتأثر بعض المسلمين بتلك المذاهب وأبرز ما يميز هذه المذاهب هو الطرح الشمولي، فظهرت الكتابات لصد الغزو الثقافي القادم من الغرب، وكان المنهج المناسب للمواجهة هو المنهج الشمولي وكان نتيجة ذلك وجود مجموعة من الأفكار والكتابات ذات المنزع الشمولي ولم تكن في البداية تسمية معينة لهذه الأفكار والكتابات.²

أدخل هذا العلم إلى مناهج جامعة الرياض، والتي سميت باسم "جامعة الملك سعود" وكان ذلك عام 1964 وسميت باسم مادة الثقافة الإسلامية وفي عام 1997 أنشئ قسم الثقافة الإسلامية لهذا العلم الجديد، وقرر تدريس هذه المادة في جميع الجامعات في المملكة العربية السعودية.³

تعتبر الشمولية من أهم خصائص هذا العلم "الشمول هو القاعدة الأساسية لمنهج علم الثقافة الإسلامية، وهي الحاكمة للقواعد الأخرى في حدود النظر والتناول والمراد بالشمول: التناول الكمي للموضوع باعتباره وحدة مترابطة، ينظر إليها باعتبار بنيتها وتركيبها لتقديم صورة شاملة عن الموضوع المراد دراسته.⁴

¹ عبد الله بن إبراهيم الطريقي: الثقافة الإسلامية - تخصصاً ومادة وقسماً علمياً، مكتبة فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض، 1986، ص (19-29).

² محمد مبارك: نظام الإسلام العقيدة والعبادة، ط1، دار الفكر، بيروت، 1968، ص (9-22).

³ محمد صالح بن يوسف: نشأة علم الثقافة الإسلامية، <https://www.alukah.net/culture/0/19203/> / شوهذ يوم 06-03-2022 على الساعة 20.11.

⁴ عبد الرحمن الزنيدي: مدخل إلى علم الثقافة الإسلامية، مجلة علمية جامعة الإمام محمد بن سعود، ع2، الرياض، 1989، ص 94.

يذكر الأستاذ "محمد المبارك" الحاجة إلى التأليف عن الإسلام بمنهج شمولي فيقول "إن الحاجة إلى كتاب يعرف بالإسلام تعريفا شاملا صحيحا حاجة عامة ملحة لا تسدها الكتب الكثيرة التي تعرف بجوانب من الإسلام تعريفا شاملا، ولو كانت جيّدة في موضوعها.¹

ثالثا: أهداف الثقافة الدينية

أهداف الثقافة الدينية كثيرة ومتعددة حسب الأغراض والمجالات التي تتعلق بهذه الأهداف ووسائل تحقيقها ومن ابرز الأهداف:

1. تهدف دراسة الثقافة الدينية إلى بيان العقيدة الإسلامية بمبادئها و تصورتها الصحيحة وعرضها في ثوب جديد وترسيخها في نفس المسلم، حتى يكون قادرا على مواجهة الأفكار المعاصرة والمذاهب الهدامة بوعي وثبات وإيمان.
2. ترمي الثقافة الدينية إلى إيجاد المجتمع الإسلامي المثالي الواقعي وتكوين الشخصية الإسلامية المتكاملة، وإيجاد الهوية المميزة للأمة الإسلامية التي تنتج النسيج المتماسك بينها، وتوحد نماذجها وتجمع أفرادها بمصير تضامني إسلامي واحد، يقوم على مبادئ الإسلام.
3. تجديد صلة المسلمين بالإسلام بترجمة أفكاره وتعاليمه إلى قانون علمي وواقع سلوكي وأخلاقي فقد جاء الإسلام ليكون عقيدة وشريعة ونهجا ونظام حياة متكاملًا، ولم يكن يوما من الأيام كتبا تزان بالمكتبات.²
4. تحقيق التوافق النفسي والاجتماعي للفرد وصحته والتزامه بالضوابط الدينية و الاجتماعية.
5. التقليل من الانحرافات السلوكية للمجتمع.
6. تقوية إيمان وعقيدة الفرد بالله ودينه وتعريفه بطرق الخير والشر.
7. التمسك باليقين والمبادئ الإسلامية.
8. تساعد على التنقيف الديني وتغيير مفاهيم المجتمع نحو الأفضل وتعديل سلوك الأفراد.³
9. توضيح أصالة الثقافة الدينية وقدرتها على مخاطبة العقل ودفع المسلم إلى التفكير والإبداع
10. غرس القناعة بأن الإسلام بنظامه وأخلاقه هو السبيل الوحيد لمواجهة المشكلات المعاصرة.

¹ محمد مبارك، مرجع سابق، ص 22.

² محمد أبو يحيى وآخرون: الثقافة الإسلامية ثقافة المسلم وتحديات العصر، ط1، دارالمناهج للنشر والتوزيع، 2001، صص (30-31).

³ فؤاد عبد المنعم أحمد: التوعية البنية والتربية الإسلامية ودور المسجد في الحد من تعاطي المخدرات الدورة التدريبية الخاصة، حفص الطلب على المخدرات لمنسوبي الحرس الملكي، الرياض، 2009، صص (8-9).

رابعاً: خصائص الثقافة الدينية:

تتصف الثقافة الدينية بعدد من الخصائص لا نجدها في الثقافات الأخرى والتعرف على هذه الخصائص أمر هام وضروري للمسلم وذلك لكي يكون سلوكه وتجسيده لهذه الثقافة مبني على معرفة واعية بخصائصها ويتفوقها على غيرها من الثقافات، ومن هذه الخصائص: الربانية، الشمول، التوازن الاتساق والترابط، الإنسانية، الإيجابية، العموم والعامية، الثبات، المرونة.

1. الربانية: تعتمد الثقافة الدينية على كتاب الله الموحى إلى رسول الله صلة الله عليه وسلم، وهي محصورة في هذا المصدر، بعيدة كل البعد عن الفكر الفلسفي.

يتسم هذا المصدر الرباني بسمة الخلود والصدق والصحة، ذلك لأن الكتب السماوية الأخرى قد دخلها التحريف، وأدخل عليها شروح وتفسيرات وتصورات وزيادات ومعلومات بشرية أدمجت في صلبها فبدلت طبيعتها الربانية وبقي الإسلام وحده محفوظ الأصل، قال الله تعالى ﴿إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ ٩﴾¹ وهذا هو السر الذي يعطي الثقافة الدينية قيمة التفرد والخلود.²

2. الشمول: هو الخاصية الثانية من خصائص الإسلام، فالإسلام منهج شامل للإنسان بكل جوانب الحياة، فهو شامل لكل الناس على اختلاف أجناسهم و لغاتهم وألوانهم وأديانهم وأوطانهم إلى قيام الساعة، قال الله تعالى ﴿الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ فَاَلَّذِينَ ءَامَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ءَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٥٧ قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَاْمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ وَاتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ ١٥٨﴾³ وشامل للدنيا والآخرة من خلال التشريعات والقوانين في مختلف جوانب الحياة ما يسعده في الدنيا والآخرة.⁴

تميزت الثقافة الدينية عن غيرها من الثقافات بشمولية تصورها للكون والحياة، جاءت تصوراتها لتشمل جميع جوانب الحياة الروحية والعقلية والجسدية، وهي تتحدث عن الدنيا، وتتحدث عن الدار الآخرة كما

¹سورة الحجر، الآية 9.

²نادية شريف العمري: أضواء على الثقافة الإسلامية، ط4، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1986، ص19.

³سورة الأعراف، الآية 158.

⁴شرف محمود القضاة، أمين محمد القضاة: خصائص الإسلام من الكتاب والسنة، ع12، م2، جامعة الأزهر كلية أصول الدين والدعوة الإسلامية بطنطا، 2000، ص3.

أنها تناقش علاقة الإنسان مع ربه ومع غيره، كما أن تصوراتها تشمل على اهتمامات الفرد واهتمامات الجماعة مما جعل هذا التصور متكاملًا غير متناقص¹.

3. **وحدتها المترابطة والمتناسقة:** من خصائص الثقافة الدينية أنها كل متحد مترابط ومتناسق، يؤخذ جملة وتفصيلاً، دون اصطفاء أو استهواء أو اعتلاء لما يوافق الهوى أو يصادمه، فالثقافة الإسلامية بمفاهيمها العامة الشاملة ليست أجزاء متفرقة لا رابطة بينهما، تعرض كما تعرض السلع في المتاجر ليختار الإنسان منها ما يلائمه ويدع ما لا يرغب فيه لعدم توافقه مع ذوقه أو لغلاء ثمنه.

ترتكز وحدة الثقافة الدينية من وجهة نظر الإسلام على أساس منطقي قوي وهو أن " الحقائق لا يمكن أن تكون متناقضة"، ولما كان الإسلام قد قدم للبشرية الحقائق كاملة، وجسم بذلك كل المنازعات والخلافات التي ثارت حول كثير من قضايا الإسلام والكون والحياة فإنه قد أرسى دعامة الوحدة الفكرية والروحية على قاعدة المنهج الرباني الذي هدم الخرافات والأوهام والتناقضات برد الأمر في هذه القضايا إلى الله عز وجل².

4. **الثبات:** يقصد الثبات هنا ثبات المصدر الأول للثقافة الدينية، وأن كل ما يتعلق بالحقيقة الإلهية ثابت الحقيقة وثابت المفهوم وغير قابل للتغيير، ذلك أن القاعدة التي تقوم عليها الثقافة الدينية هي الإيمان بوحداية الله عز وجل وبوجوده وبقدرته وهيمنته، وكل صفاته الفاعلة في الكون والحياة والناس.

5. **التوازن:** تتسم الثقافة الدينية بسمة التوازن ذلك لأنها تقوم على أسس عقائدية متوازنة، وعلى مناهج متوازنة لا إفراط فيها ولا تفريط ولا مغالاة ولا تنقيص، وفي مجال العقيدة يقوم التصور الإسلامي على أساسين متوازنين أولهما الإيمان بالغيب، والثاني الإيمان بعالم الشهادة، أما الإيمان بالغيب فيتمثل بالإيمان بوجود الله وبألوهيته وربوبيته، والإيمان باليوم الآخر وما يتضمن من أهوال الحساب، وموقف وصراط، وجنة ونار، أما الإيمان بعالم الشهادة فيتمثل بالإيمان بحقيقة الإنسان والكون وسائر المخلوقات الحية والثقافة الإسلامية بهذه الصفة توازن بين عبودية الإنسان لله الواحد تبارك وتعالى، وبين مقام الإنسان الكريم في الكون³.

6. **العموم والعالمية:** تعني هذه الخاصية أن الثقافة الدينية تنظر إلى الناس بمقياس واحد لا تفسده القومية أو العنصرية أو الجنس أو اللون قال الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ

¹ علي محمد مقبول الأهدل: خصائص الثقافة الدينية، <https://www.alukah.net/culture/0/65505>، شوهده يوم 09-

03-2022، على الساعة 15:23.

² عمر عودة خطيب: مرجع سابق، ص ص (74-75).

³ نادية شريف: مرجع سابق، ص ص (22-32).

سُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِيَتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَنُّكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾¹، كما تعني العالمية في الثقافة الإسلامية أنها رسالة لكل العالم، بكل أجناسه، لا تعترف بالفواصل الزمنية ولا بالحدود المكانية، فهي التي جاءت لتتنقذ العالم من الضياع والشقاء، وتظله بظل الرحمة والأمان²، قال الله تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ١٠٧ قُلْ إِنَّمَا يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ إِلَهٌ وَاحِدٌ فَهَلْ أَنْتُمْ مُسْلِمُونَ ١٠٨﴾³ وقال الله تعالى أيضا: ﴿قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِيهِ وَيُمِيتُهُ فَأَمِينُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ وَاتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ﴾⁴

7. **الإيجابية:** تتسم الثقافة الدينية بالإيجابية، فهي تطلق الطاقات الكامنة في الإنسان، وتوجهها إلى البحث العلمي، والاستكشافات في الكون المحيط به والتعرف على سنن الله فيه، وتسخيرها لمصلحة البشرية، من مهمات الإنسان في هذه الحياة في الاستخلاف في الأرض وإعمارها، قال الله تعالى: ﴿وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ فِي الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَبْلُوكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ ١٦٥﴾⁵ فالكون كله ميدان لعمل الإنسان وتجاربه⁶.

8. **الإنسانية:** إن الثقافة الدينية باعتمادها على منابع الضمير الإنساني المتصل بالله ، وكان من نتيجة هذه النزعة الإنسانية أن الثقافة الدينية استطاعت أن تنظم عباقرة الأمم جميعا، فهي تستطيع أن تفاخر بالنوابغ الذين أقاموا صرحها من جميع الشعوب والأمم⁷.

9. المثالية والواقعية:

ليس في الإسلام قضايا مثالية غير قابلة للتطبيق، فلا يكلف الله نفسا إلا وسعها، إلا أن الثقافة الإسلامية ترفع من شأن الإنسان وتسمو بفكره وروحه، وتكسبه الشفافية في المشاعر، بحيث يكون الإنسان متميزا بعقيدته وأخلاقه وسلوكه في تعامله مع الناس، ولا يعرف المسلم شعارات للتصدير وأخرى للتطبيق، بل حياته وسلوكه تطبيق عملي لحقائق الإسلام⁸.

¹سورة الحجرات، الآية 13.

² أحمد فؤاد محمود: أضواء على الثقافة الإسلامية، ط1، مكتبة ملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع، الرياض، 2000، ص47.

³سورة الأنبياء، الآية 107.

⁴سورة الأعراف، الآية 158.

⁵سورة الأنعام، الآية 165.

⁶عمر عودة خطيب: مرجع سابق، صص(83-85).

⁷عبد الكريم عثمان: معالم الثقافة الإسلامية، ط16، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1992، ص88.

⁸مصطفى مسلم: خصائص الثقافة الإسلامية/ <https://www.alukah.net/culture/0/70120>، شوهذ يوم 09-03-2022، على

خامسا: مصادر الثقافة الإسلامية

تتمثل مصادر الثقافة الإسلامية في:

1. المصادر الأصلية:

• القرآن الكريم:

هو كلام الله المعجز والمنزل على نبيه محمد صلى الله عليه وسلم بلسان عربي مبين والمنقول إلينا بالتواتر جيلا عن جيل، والمتعبد بتلاوته والمكتوب في المصحف والمبدوء بسورة الفاتحة والمختوم بسورة الناس، أنزله الله هدى ورحمة للعالمين، وفرق به بين الخير والشر، كما أنه منهج حياة الناس، فقد صاغ حياة المجتمع الإسلامي بأحكام تشريعية تناولت شؤون الحياة الاجتماعية وسياسية، فكان لها الأثر الأكبر في صياغة مفاهيم الإنسان عن شؤون الحياة، وإعلاء قيمهم، وتقويم أخلاقهم وضبط سلوكهم ولذلك اهتم المسلمون بالقرآن حفظا وتدوينا ودرسا وتطبيقا¹.

فمن مزايا القرآن الكريم:

- حفظ الله القرآن الكريم من التحريف في القرون السابقة وسيبقى كذلك إلى قيام الساعة ﴿إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ﴾².

- جاء القرآن مؤيدا ومصدقا لكل الكتب السابقة ومهيما عليها قال الله تعالى: ﴿وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَيْنَاكُمْ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ﴾³.

- احتوى القرآن على شريعة عامة للبشر فيها كل ما يسعدهم في الدارين قال الله تعالى: ﴿وَيَوْمَ نَبْعَثُ فِي كُلِّ أُمَّةٍ شَهِيدًا عَلَيْهِمْ مِنْ أَنْفُسِهِمْ وَجِئْنَا بِكَ شَهِيدًا عَلَى هَؤُلَاءِ وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تَبْيِينًا لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَى لِلْمُسْلِمِينَ﴾⁴.

- جمع القرآن الكريم كل ما كان متفرقا من العقائد وأصول العبادات ومكارم الأخلاق في الكتب السابقة.

- لا يزال القرآن الكريم محور التفكير ومحرك الإنتاج الذهني للناس جميعا سواء في ذلك ما يدافع عنه أو

من يحاول النيل منه، وهو مصدر التشريع والأخلاق والعبادة والمعاملة والسلوك والمعرفة والإجابة عن

الأسئلة الكبرى¹.

¹ عز الدين الخطيب التميمي وآخرون: نظرات في الثقافة الإسلامية، ط6، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2004، ص 15.

² سورة الحجر، الآية 9.

³ سورة المائدة، الآية 48.

⁴ سورة النحل: الآية 89.

● السنة النبوية:

تعتبر السنة النبوية ما صدر عن الرسول صلى الله عليه وسلم من قول أو فعل أو تقرير أو صفة فالسنة النبوية هي المصدر الثاني من مصادر التشريع الإسلامي المتفق عليها بين جمهور علماء المسلمين²، وتنقسم السنة النبوية إلى قولية وفعلية وتقريرية وصفاتية.

● السنة القولية:

عن عبد الرحمن بن أبان بن عثمان، عن أبيه، أن زيد بن ثابت، خرج من عند مروان نحو من نصف النهار، فقلنا: ما بعث إليه الساعة إلا لشيء سأله عنه. فقامت إليه فسألته، فقال: أجل سألنا عن أشياء سمعتها من رسول الله صلى الله عليه وسلم، سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول: "نضر الله امرأ سمع منا حديثاً، فحفظه حتى يبلغه غيره، فإنه رب حامل فقه ليس بفقيه، ورب حامل فقه إلى من هو أفقه منه".³

● السنن الفعلية:

هي ما نقل بالتواتر العملي، عن أبي قلابة، قال: حدثنا مالك، أتينا إلى النبي صلى الله عليه وسلم ونحن شعبة متقاربون، فأقمنا عنده عشرين يوماً وليلة، وكان رسول الله صلى الله عليه وسلم رحيماً رقيقاً، فلما ظن أننا قد اشتهدنا أهلنا - أو قد اشتقنا - سألنا عن تركنا بعدنا، فأخبرنا، قال: «ارجعوا إلى أهليكم، فأقيموا فيهم وعلموهم ومروهم - وذكر أشياء أحفظها أو لا أحفظها - وصلوا كما رأيتموني أصلي، فإذا حضرت الصلاة فليؤذن لكم أحدكم، وليؤمكم أكبركم».⁴

● السنة الصفاتية:

وهي صفات النبي صلى الله عليه وسلم، الخلقية، وهي سنة باعتبار الاقتداء به في ذلك، مثل طريقة أكله وشربه ومشيه ولباسه وحديثه وضحكه.

¹ إبراهيم حمادة الرئيس وآخرون: مدخل إلى الثقافة الإسلامية، ط16، مدار الوطن للنشر، الرباط، 2012، صص (16-17).

² صباح محمد جاسم: مفهوم الثقافة الإسلامية وتحدياتها، ع44، جامعة ديالي، كلية العلوم الإسلامية، العراق، 2010، صص 280.

³ أخرجه: أحمد في مسنده، مسند الأنصار، رقم: 21590، 467/35.

⁴ أخرجه: البخاري في الصحيح، كتاب الأذان، باب الأذان لمسافر، رقم 631، 128/1.

● السنة التقريرية:

عن ابن عمر، قال: قال النبي صلى الله عليه وسلم لنا لما رجع من الأحزاب: ﴿لَا يُصَلِّينَ أَحَدٌ الْعَصْرَ إِلَّا فِي بَنِي قُرَيْظَةَ﴾¹ فأدرك بعضهم العصر في الطريق، فقال بعضهم: لا نصلي حتى نأتيها، وقال بعضهم: بل نصلي، لم يرد منا ذلك، فذكر للنبي صلى الله عليه وسلم، فلم يعنف واحدا منهم.

السنة هي المصدر الثاني بكتاب الله تعالى والاعتماد عليها أمر ضروري في بناء الثقافة الإسلامية لأن القرآن الكريم جاء بالعموميات و الكليات وتاركا التفاصيل للسنة قال الله تعالى: ﴿وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ﴾² وقال الرسول صلى الله عليه وسلم ﴿صَلُّوا كَمَا رَأَيْتُمُونِي أُصَلِّي﴾، وغير هذا من الأحاديث الموضحة لكيفية أداء مناسك الحج الفرضية والسنة³.

الاجتهاد:

عبارة عن بذل الوسع في نيل حكم شرعي عملي بطريق الاستنباط فبذل الجهد و الوسع إلى الحكم الشرعي العملي من دليله التفصيل الذي يكون في الوقائع التي لم يرد فيها نص قطعي، فلذلك فالاجتهاد هو الآلية لمعرفة المصدر⁴.

يستمد الاجتهاد مشروعيته من القرآن الكريم والسنة، فمشروعيته من القرآن الكريم قوله سبحانه وتعالى: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّعُوا بِهِ ءَوْلَآءَهُمْ وَإِلَى الْأُمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ ؕ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَتَبَعْتُمْ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا ۝٨٣﴾⁵، أما مشروعية الاجتهاد من السنة تتمثل في قول النبي صلى الله عليه وسلم عن الحارث بن عمرو، عن رجال من أصحاب معاذ، أن رسول الله صلى الله عليه وسلم بعث معاذًا إلى اليمن، فقال فقال: ﴿كَيْفَ تَقْضِي إِذَا عَرَضَ لَكَ قَضَاءٌ؟ قَالَ: أَقْضِي بِكِتَابِ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ، قَالَ: فَإِنْ لَمْ تَجِدْ فِي كِتَابِ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ؟ قَالَ: فَبِسُنَّةِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: فَإِنْ لَمْ تَجِدْ فِي سُنَّةِ رَسُولِ اللَّهِ وَلَا فِي كِتَابِ اللَّهِ؟ قَالَ: أُجْتَهِدُ رَأْيِي وَلَا أَلُو. قَالَ: فَضَرَبَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي صَدْرِهِ، وَقَالَ: الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي وَفَّقَ رَسُولَ رَسُولِ اللَّهِ لِمَا يُرْضِي رَسُولَ اللَّهِ﴾⁶.

¹ أخرجه: البخاري في الصحيح، كتاب الجمعة، باب صلاة الطالب والمطلوب راكبا وإيماء، رقم: 946، 15/2.

² سورة البقرة، الآية 43.

³ إبراهيم بن حمادة الرئيس وآخرون، المرجع السابق، ص ص (18-19).

⁴ موسى محمد نور الضو آدم: العدل في الإسلام وأثره في نشر الثقافة الإسلامية، رسالة دكتوراه في الثقافة الإسلامية، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2012، ص ص (29-30).

⁵ سورة النساء، الآية 83.

⁶ أخرجه: أبو داود في السنن، كتاب الأفضية، باب اجتهاد الرأي في القضاء، رقم: 3592، 303/3.

اجتمعت الأمة على مشروعية الاجتهاد و ممارسته، وأنتج هذه الثروة الفقهية العظيمة التي تراكمت خلال العصور، مما انعكست ثمرته على حيوية الأمة وحركتها الفاعلة خلال التاريخ، وأهمية الإجتهد تكمن في تعيين الرأي الراجح لبيان حكم في مسائل لم يرد فيها نص.

- المصادر الشرعية الفرعية:

التي تستمد مشروعيتها من المصادر الأصلية المتمثلة في الكتاب والسنة، ومن أهم هذه المصادر منها:

• الإجماع:

هو اتفاق جمع أو جماعة على أمر ما، ومن حيث هو مصدر من مصادر الشريعة الإسلامية فإنه يعني اتفاق علماء الأمة الإسلامية المجتهدين في عصر من العصور على حكم شرعي لحادث مما ظهر بعد وفاة الرسول صلى الله عليه وسلم، وليس له حكم في الكتاب أو السنة¹.

- **حجية الإجماع:** تأتي حجية الإجماع إذا اتفق جميع المجتهدين في الأمة الإسلامية متفرقين أو مجتمعين على حكم واقعة من الوقائع، كان هذا الحكم المتفق عليه واجب الإتياع و اعتبر الإجماع دليلاً قاطعاً على الحكم، أما إذا كان الحكم صادراً من أكثرية المجتهدين فإنه يعتبر دليلاً ظنياً و يجوز للأفراد إتياعه فيصبح في هذه الحالة واجب إتياعه، أما الأساس التشريعي للإجماع هو القرآن والسنة²، قال الله تعالى: ﴿وَمَنْ يُشَاقِقِ الرَّسُولَ مِنْ بَعْدِ مَا تَبَيَّنَ لَهُ الْهُدَىٰ وَيَتَّبِعْ غَيْرَ سَبِيلِ الْمُؤْمِنِينَ نُوَلِّهِ مَا تَوَلَّىٰ وَنُصَلِّهِ ۖ جَهَنَّمَ وَسَاءَتْ مَصِيرًا ۝١١٥﴾³.

• القياس:

إلحاق فرع بأصل في الحكم لأمر جامع بينهما وهو علة الحكم، فالبيع مثلاً بعد نداء الثاني لصلاة الجمعة حرام على من تجب عليه الصلاة قال الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٩ ٤٤﴾، فالبيع بعد نداء الجمعة هنا أصل منصوص على حكمه وهو التحريم، ويقا على البيع فروع كثيرة كأعمال الزراعة والسباحة ونحوها مما يتحقق فيها علة النهي عن البيع وهي الإلهاء عن الصلاة⁵.

¹ عزمي طه السيد وآخرون: الثقافة الإسلامية، ط4، جامعة القدس المفتوحة، عمان، 2008، ص45.

² عبد الوهاب خلاف: مصادر التشريع الإسلامي، ط5، دار القلم، الكويت، 1982، ص167.

³ سورة النساء، الآية 115.

⁴ سورة الجمعة، الآية 9.

⁵ عز الدين الخطيب التميمي، مرجع سابق، ص17.

3- المصادر البشرية الإنسانية:

تضم هذه المصادر: التراث الإنساني والخبرة البشرية.

• التراث الإسلامي:

اختلفت الرؤى حول المراد منه نتيجة للإختلاف حول المراد بكلمة إسلامي، فيما يذهب بعض الدارسين إلى أن التراث الإسلامي يشمل الآثار الثقافية والمدنية التي أنجزت في ظل الحضارة الإسلامية، بغض النظر عن مدى التزامها بالإسلام، وبناء على ذلك يدخل في التراث: العلوم الإسلامية كالفقه وأصوله كما يدخل فيه الفلسفات العقلية والصوفية التي نشرها أصحابها خلال التاريخ واللغات و الآداب والفنون والتاريخ وغيرها من جوانب العلم والمعرفة، بصرف النظر عن مدى توافرها أو عدم توافرها مع قيم الإسلام وتعاليمه.

يذهب بعض الدارسين إلى أن مفهوم التراث و مدلوله لا يقتصر على منجزات العقل الإنساني الثقافية و الحضارية و المادية بل يشمل الكتاب والسنة كما يشمل سائر الإنتاج الفكري المتعامل معها، ومما يؤيد ذلك بعض النصوص الشريفة التي يفهم منها أن الوحي الإلهي قرآنا وسنة من التراث¹، كقوله تعالى: ﴿ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا فَمِنْهُمْ ظَالِمٌ لِنَفْسِهِ وَمِنْهُمْ مُقْتَصِدٌ وَمِنْهُمْ سَابِقٌ بِالْخَيْرَاتِ إِذِنَ اللَّهُ ذَلِكَ هُوَ الْفَضْلُ الْكَبِيرُ ٣٢﴾² وما ورد في قضية أبي هريرة رضي الله عنه مع أهل دمشق حينما قال لهم "أنتم هنا" يعني في السوق، وميراث محمد يوزع في المسجد فلما ذهبوا لم يجدوا أموالا توزع وإنما وجدوا حلق العلم"، عن أبي الدرداء قال: سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول: «من سلك طريقا يطلب فيه علما سلك الله به طريقا من طرق الجنة، وإن الملائكة لتضع أجنحتها رضا لطالب العلم، وإن العالم ليستغفر له من في السموات، ومن في الأرض، والحيتان في جوف الماء، وإن فضل العالم على العابد، كفضل القمر ليلة البدر على سائر الكواكب، وإن العلماء ورثة الأنبياء، وإن الأنبياء لم يورثوا دينارا، ولا درهما ورثوا العلم، فمن أخذه أخذ بحظ وافر»³.

¹ أحمد محمد أحمد الجلي: دراسات في الثقافة الإسلامية-المصادر- الأسس- التحديات، ط2، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2010، ص60.

² سورة فاطر، الآية 32.

³ أخرجه: أبو داود في السنن، كتاب العلم، باب الحث على طلب العلم، رقم: 3641، 3/317.

• الخبرة الإنسانية والعلم البشري:

أما القسم الثاني الذي يسهم أيضا في تكوين الثقافة الإسلامية، فهو الخبرة الإنسانية و العلم البشري الذي يصدر فيه الإنسان عن عقله وفكره وتجاربه، وهذا العقل مطالبه شرعا بأن يبذل غاية جهده في المعرفة بالوجود من حوله ويكشف أسرارته وخفاياه، والتعرف على القوانين التي أودعها الله تعالى فيهِوعليه في عمله هذا يطلب الحق، ويسعى إلى اليقين و يرتفع إلى الأهواء و الشبهات، فالعلم الإنساني مصدر من المصادر التي يسهم في بناء العلم والثقافة ومن خصائص الثقافة أنها ثقافة منفتحة عن التراث الإنساني، وتعدده من الحكمة التي وجب على المسلمين تلمسها و السعي إلى إكتسابها¹، عن أبي هريرة أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال ﴿ إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ ﴾².

سادسا: مقومات الثقافة الدينية

تتمثل أهم مقومات الثقافة الإسلامية في:

1. المقومات الأصلية للثقافة الدينية:

• العقيدة

العقيدة الإسلامية والتوحيد خاصة هو الذي يعطي للثقافة الدينية هويتها، ويجعلها متميزة عن باقي الثقافات الأخرى، هو الذي يميز هذا الدين عن الديانات الأخرى وهو الطريق لمعرفتنا بالله عزوجل وبعلاقات مخلوقاته به، وعليه فإن حقائق العقيدة لا تقبل التغيير ولا تبديل، وهي عقيدة أركانها مضبوطة ومعلومة، وهي الإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله، واليوم الآخر والقضاء والقدر خيره وشره، هذه الأركان هي إحدى المقومات الأساسية للثقافة الدينية في جانبه العقائدي فأصل الإيمان بالله يتضمن إخلاصا لإلوهيته³ قال الله تعالى: ﴿ وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينُ كُلُّهُ لِلَّهِ فَإِنَّ آنتَهُوَ فَإِنَّ اللَّهَ بِمَا يَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ۝ ٣٩ ﴾⁴.

• الشريعة:

هي الجانب العملي الذي ينظم علاقة الإنسان بخالقه، ثم بأخيه و بالحياة والكون وبرسالته في العالم، ومنهجه في هذا هو الإتياع في قوله تعالى: ﴿ ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعِ

¹ أحمد محمد أحمد الجلي، مرجع سابق، ص 63.

² أخرجه: أحمد في المسند، مسند المكثرين من الصحابة، رقم: 8951، 512/14، بلفظ "صالح الأخلاق".

³ ابن تيمية: اقتضاء الصراط المستقيم، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 1987، ص 452.

⁴ سورة الأنفال، الآية 39.

أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ۝ ١٨¹، فالشريعة أوامر ومحيطة بكل أفعال المكلفين وهي مقوم أساسي من مقومات الثقافة الدينية، إذ بها يظهر سلوك المسلم ويتميز بها عن غيره ولو بذل المرء في حياته في تحصيل أبعادها ومراميتها لما وسعه ذلك، لكنه بشريته في غنى عن كل الثقافات الأخرى.²

• الأخلاق:

علم قائم بذاته به يتم بالجمع بين الأفراد في مجتمع واحد متماسك، يسوده التعارف والحب و أول مجتمع مبني على الأخلاق الفاضلة ولما كان البحث عن الأخلاق بوصفها مقوما من مقومات الثقافة الدينية فإن اهتمامنا بها لا يكون من الزاوية التنظيرية، بل من الجانب العلمي فقط فلا يهتم بها من الناحية الفلسفية، ولكن من الناحية الاجتماعية التي تعتبر مسلكا وغاية للأخلاق في نفس الوقت.³

2. المقومات الفرعية للثقافة الدينية:

• اللغة العربية:

تعتبر اللغة العربية مقوما من مقومات الثقافة الدينية وعنصرا فعلا من عناصر وحدة الأمة الإسلامية و ثقافتها ووسيلة من وسائل التخاطب والتفاهم بين الناس.

لما كان لكل قوم لغتهم كان من المناسب أن يكون رسولهم المرسل بلسانهم لبين لهم⁴، قال الله تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رُسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ۝ ٤﴾⁵. واختار الله سبحانه وتعالى للرسالة الخاتمة رسولا عربيا وجعل رسالته باللغة العربية، قال الله تعالى: ﴿إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ ۝ ٢﴾⁶.

• التاريخ الإسلامي:

يعتبر التاريخ الإسلامي بشكل عام من المقومات المهمة للثقافة الدينية والمرتكزات الأساسية لوحدة الأمة، وتكوين شخصيتها ونظرا لأهمية التاريخ في حياة الأمم تنشأ له المتاحف والدراسات، وتبرز معالمه وآثاره المظمورة، وما ذلك إلا شعورها بأن وجود الأمة في حاضرها إنما هو استمرار لوجودها في ماضيها.

¹سورة الجاثية، الآية 18.

²محمد أحمد يعيش: مقومات الثقافة الإسلامية، مقدم إلى مؤتمر مكة المكرمة الخامس عشر- الثقافة الإسلامية- الأصالة والمعاصرة، رابطة العالم الإسلامي، السعودية، 2014، ص 26.

³محمد أحمد يعيش، مرجع سابق، ص 28.

⁴أحمد أبو يحيى، مرجع سبق ذكره، ص 80.

⁵سورة إبراهيم، الآية 4.

⁶سورة يوسف، الآية 2.

والتاريخ النظيف ينشأ أمة تعتز بذاتها، يعتبر أبنائها بالانتساب إليه، وأما التاريخ المزيف فإنه ينشأ أفرادا يتخرجون من الانتماء إلى أمتهم ويخجلون من الانتساب إلى تاريخهم.

• وحدة الفكر الديني:

تعتبر وحدة الفكر الديني مقوما من مقومات الثقافة الدينية، فمنذ ظهور الإسلام أخذت الثقافة الدينية نفسها بتحديد طابعها ومظهرها وذاتيتها ومقوماتها حتى لا تختلط بالثقافات والعقائد الأخرى وعلى الرغم من احتكاك الثقافة الدينية بالثقافات الأخرى، إلا أنها أخذت منها ما وردت في ضوء القرآن الكريم والسنة المطهرة فضلا عن أنها نفت التزييف وكشفت الخطأ¹.

الفكر خاصية للإنسان وهو العمليات الذهنية التي يقوم بها الإنسان كما أنه مصطلح قرآني، قال الله تعالى: ﴿وَهُوَ الَّذِي مَدَّ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْهَارًا وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ جَعَلَ فِيهَا رَوْحَيْنِ أُتُنَيْنِ يُغِيثِي أَلْبِلَ النَّهَارِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ﴾². فالآية تدعو إلى إعمال الفكر وعدم تعطيل هذه الملكة الربانية التي ميز فيها الله الإنسان عن سائر مخلوقاته، وقد اعتبر الفكر الديني عبقريته الدينية متفردة من كل مناحي الحياة التي أنتجت حضارة عالمية يشهدها العدو قبل الصديق بعلو شأنها واستيعابها لكل مظاهر التعدد البشري من اختلاف في الجنس واللون والدين³.

¹ رابح صانع: القنوات الفضائية المتخصصة ونشر الثقافة الدينية لدى الشباب، دراسة في الاستخدامات والاشباع لعينة من شباب ولاية الجزائر، بومرداس، البويرة، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011-2012، ص 29.

² سورة الرعد، الآية 3.

³ محمد أحمد يعيش، مرجع سبق ذكره، ص ص (34-35).

خلاصة الفصل:

في الأخير يمكننا القول أن الثقافة الدينية هي المرتكز الأساسي لنشر الوعي الديني بكل أبعاده وقادرة على منح الإنسان القوة الدافعة لتوجيه سلوكه بحيوية ونشاط نحو الأهداف السامية بما يجاري متطلبات العصر وذلك من خلال تحصين الفرد من الانحرافات والشبهات والجرائم والعمل على تثبيت القيم والمرجعيات الدينية الأصلية ويظهر ذلك من خلال التفاعلية والكم الهائل للمنشورات الدينية التي تغزوا معظم هذا الفضاء الافتراضي.

الفصل الرابع
مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في
تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة

تمهيد:

تعلب مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في نشر الثقافة الدينية، لهذا تكمن أهمية هذه المواقع في نشر الدعوة الدينية، وتثقيف الأفراد وتوعيتهم بأمر وقضايا أمتهم وهذا لمدى قدرة هذه المواقع لمخاطبة الكثير من الأمم في وقت واحد، وتوصيل المعلومات دون جهد أو تكاليف، فالرسالة الدينية هي رسالة عالمية ودعوة لكل البشر، فلم تعد هذه المنصات الافتراضية تؤدي الوظيفة الاتصالية فقط بل أضحت تلعب عدة أدوار وفي مختلف المجالات خاصة الدينية، ولهذا سنحاول في هذا الفصل تبيان العلاقة بين الثقافة الدينية والطالب الجامعي وتأثر مواقع التواصل الاجتماعي عليه، وسنقوم بهذا الجزء:

أولاً: استخدامات الشبكات الاجتماعية في المجال الديني

ثانياً: إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني

ثالثاً: لمحة عن الصفحات الدينية في مواقع التواصل الاجتماعي.

رابعاً: دور صفحات الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني

أولاً: استخدامات الشبكات الاجتماعية في المجال الديني

تتعدد استخدامات الشبكات الاجتماعية وتتنوع خاصة في المجال الديني فقد وجد عامة الناس أنفسهم أمام منابر مفتوحة تمكنهم من نشر منشوراتهم ومشاركتهم في مختلف المجالات من غير أن تخضع لمعايير النشر المعتادة وباتت أرقام مستخدميه تتزايد يوميا وبشكل يثير الانتباه، من قبل فئة الشباب، حيث شكلت هذه الشبكات الشعبية حيزا كبيرا مهما في حياة الفرد والمجتمع من حيث السرعة في نقل الأحداث مما جعلها وسيلة لنشر الثقافة الدينية باعتبارها منهجا لتلقي الأفكار والأخبار الآنية دون حاجة لوسيط فمن أهم طرق التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي منها:

- البطاقات والصور التوعوية:

تكون على شكل رقمي أو إلكتروني توجه إلى الفرد أو مجموعة أفراد من أجل توعيتهم وتذكيرهم بقضية أو مسألة مثل حرمة الاحتفال بغير أعياد المسلمين التي شرعها لنا الدين الإسلامي أو بصيام يومي الاثنين والخميس أو بنشر السنن، وقد ساهمت تطبيقات التواصل الاجتماعي في إنشاء هذه البطاقات الإلكترونية والتي تساعد الشخص على إرسالها إلى الأشخاص الموجودين في قائمة الأصدقاء الخاصة به أو نشرها للعامة عن طريق الصفحة الشخصية أو الصفحات المتخصصة لذلك¹.

- مقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية:

عبارة عن مقاطع تمتاز بقصر مدتها وذلك لتفادي الملل لدى المتلقي وسهولة نشرها عبر مختلف الوسائط الاجتماعية الأخرى، وتتضمن هذه المقاطع المصورة بتقنية الفيديو أو الصوتية على رسائل توعوية تهتم بدين المرء و أمور الدنيا، كما أنها تحتوي على مقاطع تفسير القرآن الكريم وكتب السيرة النبوية وما إلى ذلك ومن الأمثلة على هذه الصفحات صفحة "العزة للإسلام" التي تحمل شعار "أعرف دينك من يرد الله به خيرا يفقهه في الدين" وبلغ عدد مستخدميها 133.335 مستخدم².

- تطبيق رسائل "المسنجر":

تطبيق مختص للتواصل بين مستخدمي الفيسبوك ويمكن من خلاله إرسال الرسائل والصور ومقاطع الفيديو وكذلك إرسال المقاطع الصوتية كما يحتوي المسنجر على تقنية "البوت" وهي خدمة تدار من خلال الذكاء الاصطناعي ويتفاعل معها البشر عن طريق الدردشة وقد استخدمت هذه التقنية لعدة أغراض

¹ أعمار دبار، مرجع سبق ذكره، ص36.

² وداد كريكب، وسام بولبير: مرجع سبق ذكره، ص21.

الفصل الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة

من بينها التوعوية والتجارية الخدمية أو لمجرد المتعة فقط ومن أمثلة هذه الخدمة تطبيق المسلم¹ والذي ينبه المستخدم بأذكار الصباح والمساء والورد القرآني اليومي وأدعية وأحاديث ونصائح إسلامية.

-الصفحات الشخصية (الرسمية):

صفحات خاصة بالدعاة والأئمة والمصلحين أو خاصة بهيئات رسمية أو وزارات مثل وزارة الشؤون الدينية والأوقاف، وتقوم بنشر كل ما له علاقة بالدين الإسلامي، برامج دينية، مقالات دينية، ندوات، خطب، ملتقيات، ومثاليك الصفحة الرسمية لمديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية قسنطينة².

ثانيا: إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني

تعد مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة إعلامية بارزة في عالمنا الراهن، نظرا لاستراتيجيات التوعية الحديثة حيال قضايا متعلقة بالدين الإسلامي، الذي يعتبر نظام عقلائي موزون يتكون من مجموعة المعتقدات والمبادئ والطقوس السلوكية الخاصة بعبادة الله سبحانه وتعالى والخضوع لمشيئته وأوامره السماوية وتعاليمه الربانية والالتزام برسالاته الإلهية التي ينزلها على الناس عبر الرسائل والأنبياء الصالحين الذين هم بمثابة حلقة وصل بين الله والناس المطلوب هدايتهم وتقويم سلوكياتهم وللدين أثره النفسي والاجتماعي العميق في نفوس الأفراد المؤمنين.

أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات والأفكار والإرشادات ودعوة الشباب للتمسك بدينهم وذلك بتعزيز الفعل التوعوي وإنشاء مجموعات تحت على الفضيلة والصدق والإيمان بالله ونشرها بين الناس³.

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أقوى المواقع حيث من خلالها يتمكن أي إنسان من التواصل وفي أي مكان وزمان، لذلك يجب علينا أن نستخدمه في النهي عن المنكر والأمر بالمعروف ونشر الثقافة الدينية، وذلك من خلال عمل صفحات شخصية لمخاطبة الجماهير وخاصة الطلبة ونشر الدين والدعوة داخل العالم العربي والإسلامي وخارجه⁴.

¹وليد فكري: تطبيق مسلم، <https://application-muslim.blogspot.com>

²رابط صفحة مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية قسنطينة <https://www.facebook.com/pg8>، شوهذ يوم 23-04-2022، على الساعة: 15:52

³وداد كريكب، وسام بولبير: مرجع سبق ذكره، ص 67.

⁴أمينة طويجني، صديينة ساسي: المرجع سبق ذكره، ص 77.

الفصل الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعرفة الدينية و أصبحت أكثر جاذبية وأهمية لدى الشباب وخاصة الطلبة، إضافة إلى مساهمة هذه المواقع في محو الأمية الدينية لدى الكثير من الناس كما ساعدت على تثقيف المسلمين وتوعيتهم بأمور الدين الإسلامي وقضايا أمتهم وكذلك ميزة مواقع التواصل الاجتماعي في مخاطبة الجماهير دون تكلفة ودون جهد ولهذا وجه هؤلاء الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي مكانا خصبا لنشر التوعية الدينية والدفاع عن تعاليم الدين الإسلامي¹.

ثالثا: لمحة عن الصفحات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يعتبر الفيسبوك ثورة اتصالية أحدثت العديد من التغييرات في مختلف المجالات، من خلال سهولة الإطلاع عليها بالإضافة لما يقدمه من التطبيقات والتي عرفت راجا بين مختلف الأفراد، هذه التطبيقات أعطت دافعا قويا لزيادة مستخدمي الفيس بوك ومن ضمنها تطبيق الصفحات، التي تقدمه المؤسسة لتعطي مساحة أكبر للأفراد والمهتمين من رجال الأعمال والشخصيات المعروفة كالسياسيين والإعلاميين والدعاة، حيث يتيح الفيسبوك للفرد فرصة إنشاء صفحة يتم من خلالها نشر كل منتجاته وأفكاره، وتقوم الصفحة على مجموعة من الضوابط التي تساعد في سهولة انتشارها بين مختلف أرجاء العالم، ووصولها إلى الأفراد المعنيين والمهتمين من خلال الترويج لصفحة مع خدمة FACEBOOK.ADDC حيث تدفع مقابل كل شخص يرى الإعلان مبلغا يوميا أو شهريا أو سنويا لكي يتمكنوا من رؤيته².

يشكل المتواصلون على موقع الفيسبوك مجتمعا افتراضيا أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلون في المجتمعات الحقيقية، فيستطيع الفرد اختيار ما يريده من الأصدقاء للتعرف عليهم ويتواصل معهم، ولا يجد نفسه مضطرا للتعامل مع أشخاص لا يرغب في التعامل معهم³.

ترتبط الصفحات الدينية بالقضايا الدينية التي يتم نشرها من قبل الدعاة والأئمة والهواة على صفحاتهم في الفيس بوك بهدف نشر العقيدة الإسلامية ومعرفة أصول الدين والفهم الجيد لتعاليم الدين الإسلامي ويظهر بهذه الصفحات كل جديد من تعليقات وصور وروابط أصدقاؤك الذين أضفتهم إليك وربما قد يظهر لك تعليقات وصور أصدقاء أصدقاؤك، وذلك يحدث فقط إذا أتاح المستخدم عبر إعداد الصلاحية مشاهدة محتويات صفحة أصدقاء أصدقاؤه⁴.

¹ إحصان محمد الحسن: علم الاجتماع الديني، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص45.

² خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص35.

³ كاتب فارس، عقون دنيا: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2015-2016، ص46.

⁴ نايلي حسين: تجدد الخطاب الإسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، قراءة لعينة من الصور الدينية عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2017-2018، ص9.

الفصل الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة

تتنوع الصفحات الدينية من خلال منشوراتها والقائمين عليها، حيث توجد ثلاث أنواع من الصفحات الدينية وتتمثل في:

1- صفحات عبارة عن صور:

تتضمن مجموعة من المواعظ والحكم والأمثال من السير الصحيحة والسنة النبوية عن حسن المعاملة والإقتداء بصفات الرسول صلى الله عليه وسلم التي ترشد الفرد في الحياة من أجل الحصول على أكبر قدر من المعلومات الدينية مثل صفحة خواطر لأحمد الشيقيري¹ و صفحة ثقف نفسك التي تعتبر أكبر صفحة عربية على موقع فايسبوك.

2- صفحات يقوم عليها دعاة ومصلحون:

وهم معروفين في الوطن العربي عامة حيث تقوم صحافتهم على نشر كل ماله علاقة بتعاليم الدين الإسلامي من خلال مقاطع الفيديوهات والمحاضرات بالإضافة إلى خدمة جديدة والتي تتمثل في فديوهات مباشرة مما زاد تفاعلا بين الشباب والدعاة مثل صفحة عمرو خالد داعية ومفكر إسلامي ومصلح اجتماعي ومؤلف، حاصل على درجة الدكتوراه في الشريعة الإسلامية عام 2010 من جامعة "ويلز" في بريطانيا عن رسالته بعنوان الإسلام والتعايش مع الغرب².

3-الصفحات الرسمية:

هي الصفحات الخاصة برجال الدين والأئمة أو خاصة بوزارة الشؤون الدينية، تقوم بنشر كل ما له علاقة بدين الإسلام، برامج الدينية، مقالات دينية، ملتقيات، ندوات، دارسات وخطب³.
أمثلة عن بعض الصفحات الدينية عبر الفيسبوك:

- صفحة "نساء الجنة": لها أكثر من 24 مليون و 797 ألف متابع، هي مجلة مصرية متخصصة في المجال الديني وهي ثان اكبر صفحة دينية يتابعها الجزائريون على شبكات الفيسبوك، من أصل 24 مليون معجب بالصفحة⁴.

- صفحة "مصطفى حسني": على الفيسبوك، وتحتوي على أكثر من 33,792,138 متابع، ويتنوع المحتوى بين كلمات وفيديوهات وصور دينية متنوعة، ولكن الصفحة تركز في الوقت الحالي على برنامج كنوز الذي وصل لـ 66 حلقة، وتتنوع مواضيع البرنامج مثل: (عايز تعرف تعمل إيه في لحظات، كنوز أسماء الله الحسنى، كنوز الأقوال والأمثال).

¹أحمد الشيقيري <https://www.facebook.com/AhmadAlShugairi> شوهد يوم 24-04-2022 على الساعة 10:45.

²صفحة عمروخالدالرسمية: <https://ar-ar.facebook.com/AmrKhaled>، شوهد يوم 24-04-2022، على الساعة 16:23.

³وداد كريكب، وسام بوليير: مرجع سبق ذكره، ص 64.

⁴نساء الجنة: <https://fr-fr.facebook.com/nessaelgana>، شوهد يوم 23-04-2022، على الساعة 22:25.

الفصل الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة

– صفحة "العقل والإيمان": فكرية، ثقافية، اجتماعية، تهتم بقضايا العقل والإيمان، ومن أهم مقولات فريق العمل "العقل حتماً يقود إلى الإيمان"، جمهور الصفحة يتكون من أكثر من 5,565,459 متابع، تقدم حكايات ملهمة، وقصص نجاح، وأدعية، ونصائح دينية كتابية وعلى شكل صور، ويوجد الكثير من المنشورات الرائعة على هذه الصفحة.

– صفحة دار الإفتاء المصرية: وهي صفحة رسمية موثقة، وهذه الصفحة من أشهر أسماء صفحات دينية وعليها أكثر من 10,176,559 متابع.¹

أسباب انتشار هذه الصفحات الدينية وأهدافها:

برزت الصفحات الدينية على موقع الفيسبوك نتيجة أسباب جعلتها تبرز وتنتشر بين المستخدمين شيئاً فشيئاً، يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. ضعف الدور الفعال للمساجد ووظيفتها التثقيفية الدعوية، مما أدى إلى تبيان الفتوى وتناقض المعلومات الدينية، وعدم تيقنهم من حقائق الدين وأصوله.

2. انتشار الأمية الدينية بين الشباب حيث لا يعلمون من الدين إلا المعتقد وبعض الأمور المتعارفة .

3. انتشار صفحات مشابهة يهودية تدعو إلى الخرافات وإلى طمس تعاليم الدين الإسلامي.

4. انتشار الفكر الغربي وسيطرة العولمة على عقولهم وتصرفاتهم وحتى مظهرهم².

تعتبر ظاهرة انتشار الصفحات الدينية وزيادة عدد متابعيها من الأمور المهمة التي تمس جوهر الإنسان فهي تسعى إلى مجموعة من الأهداف والتي يمكن إيجازها في:

1. للصفحات الدينية رسالة سامية تسعى لإيصالها للقراء ومتابعيها من خلال ما تقدمه من توجيهات ومواعظ وحكم وأمثال وأحاديث نبوية، وقرآن، ووصايا من تعاليم ديننا الحنيف.

2. محاربة البدع والخرافات والفرق الضالة التي تحاول النيل من الإسلام والتصدي لأعداء الإسلام والمسلمين فيما قد يثيرونه من افتراءات وطعون مبتذلة.

3. تفسير الظواهر الدينية تفسيراً دينياً صحيحاً يكشف عن حقيقة الدين وصلاحيته لكل مكان وزمان.

¹ إلاء فرحات: أشهر أسماء الصفحات الدينية على الفيسبوك-<https://www.mah6at.net/A1>، شوهد يوم 21-04-2022، على الساعة 18.32.

² بوكديرون إيمان، حاج قويدر أسماء: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلابي - الفيسبوك نموذجاً-، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات شهادة الماستر تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجبيلي بونعامة بخميس مليانة، 2017-2018، ص72.

الفصل الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة

4. تنشر هذه الصفحات الدينية مجموعة من الفيديوهات أو الأحاديث أو المواعظ التي يستطيع من خلالها الفرد أن يمارس حياته وفق العقيدة الإسلامية صحيحة.

5. المشاركة في أعمال الخير أو أعمال تخدم المجتمعات الإسلامية من خلال التعاون.¹

رابعاً: دور صفحات الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني

يعتبر الفيسبوك شبكة اجتماعية تجاوب معها الكثير من الناس خصوصاً الشباب منها، فهو وسيلة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم ومواقفهم تجاه القضايا، لهذا لها دور فعال في تنمية الثقافة الدينية وبالأخص أن الفئة المستهدفة فيه هي فئة الشباب.

تعتبر هذه الصفحات أكثر تفاعلاً فهذه الصفحة هي وسيلة للتواصل مع أشخاص معينين، وبالتالي هذه الصفحات لها خطوات في نشر هذه المواضيع، فهي لها دور كبير في نشر الصور والفيديوهات المتعلقة بالدين، لذلك فهي تساهم في تنمية الثقافة الدينية لدى المستخدمين لأن من خلال هذه الصفحات يمكن إيصال أخبار ومواضيع حول الدين، وإبلاغهم بالجديد وهذا بدوره يساعد في زيادة التواصل الفعال بين صاحب الصفحة وبين المتعاملين معها والمعجبين، ومن خلال هذه الصفحات يمكن نشر أي شيء بدون قيود ولا جهد ولا تكاليف مالية، فصفحات المستخدمين في الفيسبوك تقوم بنشر الصور أو فيديوهات تكون متعلقة بدعوة الناس إلى التحلي بالأخلاق الحسنة وصور عن الحجاب ويوم الجمعة وإرسال أدعية وغيرها.²

¹ بوكديرون إيمان، حاج قويدر أسماء: مرجع سابق، ص72.

² أمينة طويجني، صبرينة ساسي: مرجع سبق ذكره، ص78

خلاصة الفصل:

يمكننا القول أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية، فعلى الرغم من أنها أنشئت بالدرجة الأولى للتواصل ونقل الأحداث باعتبار أن الفرد يكسب تعاليم دينه من هذه الوسائل المستخدمة في تنمية الثقافة الدينية بين أوساط المجتمع وخاصة بين فئة الطلبة الجامعيين وإحياء الإيمان في قلوبهم ونشر النصائح والإرشادات عن طريق المنشورات المتعلقة أساساً بالأدعية و الأحاديث والدروس الوعظية.

الفصل الخامس

الإجراءات التطبيقية للدراسة

تمهيد:

يتناول هذا الفصل تحليل بيانات الدراسة الميدانية، استنادا للمعطيات المتحصل عليها من استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين، وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول بسيطة ومركبة تحمل الفئات والتكرارات والنسبة المئوية، ثم التعليق عليها كميا وكيفيا، لإيجاد تفسيرات لأجوبة المبحوثين.

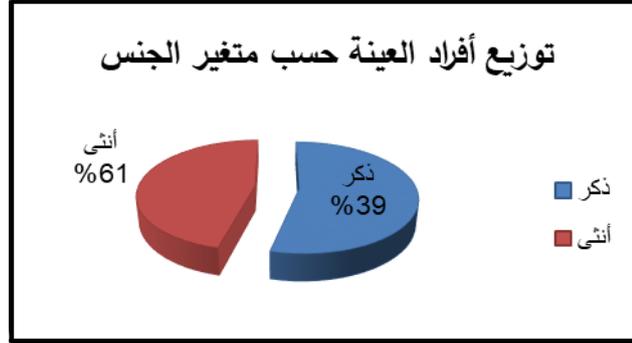
أولاً: تحليل بيانات الدراسة ومناقشتها:

1. التحليل الكمي والكيفي للدراسة:

- المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجدول (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| ذكر | 28 | %39 |
| أنثى | 43 | %61 |
| المجموع | 71 | %100 |



المصدر: إعداد الطلبة

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، حيث بلغ عدد الإناث 43 مفردة من أصل 71 مفردة ما يقابل نسبة (61%)، في حين بلغ عدد الذكور 28 مفردة أي ما يعادل نسبة (39%) من إجمالي المستجوبين.

يمكن تفسير سبب ارتفاع جنس الإناث على الذكور إلى طبيعة اختيار العينة التي كانت قصدية لذلك لم تكن النسب متساوية، ويرجع السبب كذلك أنه الغالب في المجتمع الجزائري خاصة في الجامعات، وهذا ما تؤكد الإحصائيات الأخيرة والتي كشفت عنها نيابة مديرية الجامعة للتنمية والإشراف والتوجيه عن ارتفاع عدد الفتيات مقارنة بالذكور، في جامعة -جيجل- بكلية الحقوق والعلوم السياسية بنسبة (36.2%) سنة 2021-2022 من أصل 759¹ من عدد الطلبة في طور الماستر

¹ إحصائيات مقدمة من قبل مصلحة التدريس بكلية الحقوق والعلوم السياسية، أكثر تفصيل أنظر الملحق 01.

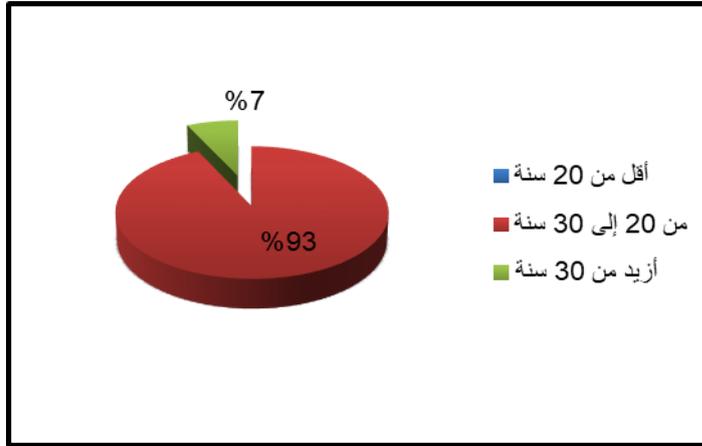
الجدول (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

| النسبة | التكرار | الاحتمالات |
|--------|---------|------------------|
| - | - | أقل من 20 سنة |
| 93% | 66 | من 20 إلى 30 سنة |
| 07% | 05 | أزيد من 30 سنة |
| 100% | 71 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

يوضح الجدول أعلاه، أن أغلب الطلبة الجامعيين من الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة بمعدل 66 من أصل 71 مفردة وبنسبة (93%) ثم تليها 05 مفردات من أصل 71 بنسبة (07%) من الفئة العمرية أزيد من 30 سنة في حين أن الفئة أقل من 20 سنة لم تسجل ضمن أفراد العينة.

الشكل (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



المصدر: إعداد الطلبة

يرجع سبب انتماء غالبية أفراد العينة البحثية ضمن الفئة العمرية بين 20 و30 سنة كونها المرحلة التي يلتحق بها الطلبة بالمرحلة الجامعية بعد النجاح في شهادة البكالوريا، حيث أن لكل مرحلة عمرية إهتمامات شخصية وميولات مختلفة عن مرحلة عمرية أخرى، ويعود سبب غياب فئة أقل من 20 سنة كون أن العينة مكونة أساسا من طلبة الماستر حيث تتجاوز أعمار معظمهم 23 سنة فما فوق.

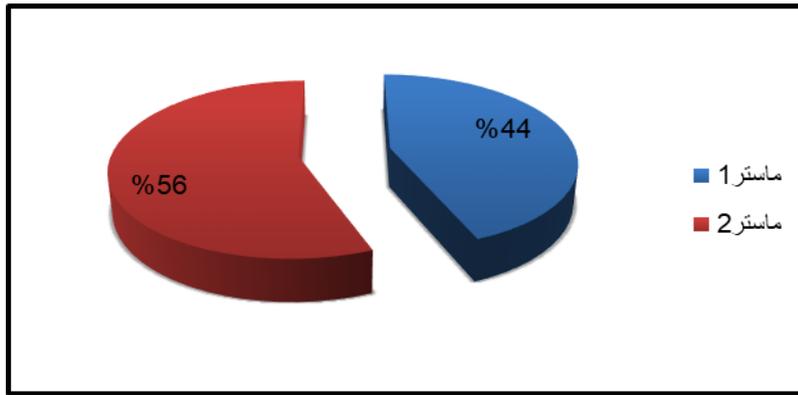
الجدول (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| ماستر1 | 31 | 44% |
| ماستر2 | 40 | 56% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يوضح الجدول أعلاه المستوى التعليمي لمفردات الدراسة حيث نلاحظ ارتفاع في طلبة طور ماستر2 بعدد قدر بـ 40 مفردة من مجموع 71 مفردة أي ما يعادل نسبة (56%) ثم تليها طلبة طور ماستر1 في المرتبة الثانية بـ 31 مفردة من أصل 71 مفردة وبنسبة قدرت بـ (44%).

الشكل (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي



المصدر: إعداد الطلبة

يمكن تفسير سبب تصدر طلبة طور الماستر2 إلى طبيعة توزيع الاستمارة البحثية حيث كانت بالصدفة، كما أن هذه الفئة من الطلبة كانوا أكثر تواجد في الكلية بسبب التفرغ لإنجاز منكرة التخرج، في حين أن طلبة الطور الماستر1 فنفسر قلتهم بسبب نظام الدفعات المقدم من قبل الوزارة الوصية على قطاع التعليم العالي والبحث العلمي.

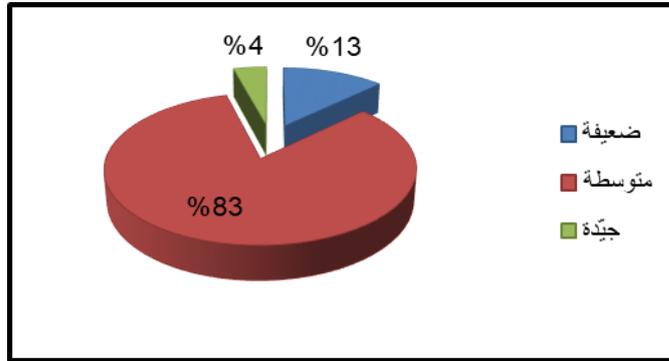
الجدول(04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاقتصادية

| المتغير | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| ضعيفة | 9 | 13% |
| متوسطة | 59 | 83% |
| جيدة | 03 | 04% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

نلاحظ في الجدول أعلاه أن الحالة الاقتصادية لغالبية مفردات العينة متوسطة، حيث بلغ عددهم 59 مفردة من أصل 71 مفردة أي ما يعادل (83%)، ثم تليها فئة الدخل الضعيف في المرتبة الثانية حيث بلغ عددهم 9 مفردات من أصل 71 مفردة ما يعادل (13%)، في حين جاءت فئة الدخل الجيد بـ 3 مفردات أي ما يعادل نسبة (04%).

الشكل (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاقتصادية



المصدر: إعداد الطلبة

يمكن تفسير المعطيات الإحصائية الموضحة التي تبين أن أكبر فئة من مفردات العينة كانت حالتهم الاقتصادية متوسطة، ويرجع هذا لكون الطلبة ما يزالون في مرحلة الدراسة ولا يوجد لهم دخل ثابت يرفع من مستواهم الاقتصادي ويعتمدون فقط على المنحة التي لا تكفي لسد متطلبات الطلبة ولا تساعدهم في عملية البحث العلمي، ضف إلى ذلك نجد انخفاض القيمة الشرائية لدى الأفراد الذي أثر سلباً على الدخل المحدود للطلبة، في حين نجد نسبة من أفراد العينة وضعيتهم الاقتصادية ضعيفة وهذا يعود إلى الحالة الاقتصادية العائلية للأفراد المبحوثين وعدم وجود دعم من الأسرة أو أية جهات أخرى وافتقارهم للتمويل، بينما ظهر 03 أفراد من العينة حالتهم الاقتصادية جيدة وهذا يعود إلى كون المبحوثين لديهم مصادر دخل أخرى أي يعملون ويدرسون في نفس الوقت، وأيضاً الحالة المادية العائلية جيدة تساعد الطالب في دراسته.

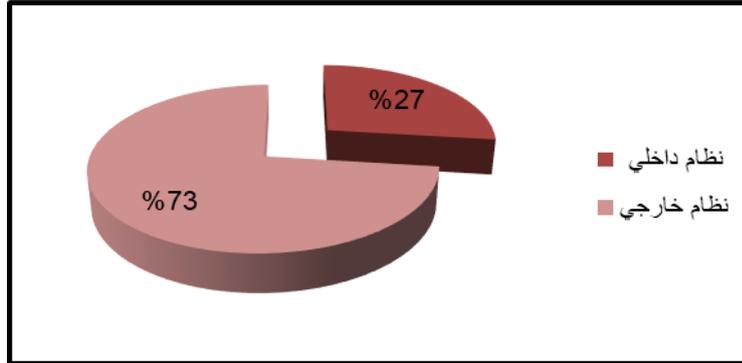
الجدول(05): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة الجامعية

| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| نظام داخلي | 19 | 27% |
| نظام خارجي | 52 | 73% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه أن أغلب مفردات العينة من الفئة غير مقيمة في الأحياء الجامعية، حيث ظهر ذلك بـ 52 مفردة من أصل 71 مفردة أي ما يمثل نسبة (73%)، في حين ظهرت الفئة الطلابية المقيمة بنسبة (27%) أي بمعدل 19 مفردة من أصل 71 مفردة.

الشكل (05): يبين توزيع أفرج العينة حسب متغير الإقامة الجامعية



المصدر: إعداد الطلبة

يمكن تفسير معطيات الجدول التي تبين أن أفراد العينة الذين يقيمون خارج الجامعة أكبر من المقيمين داخل الجامعة، إلى أن توزيع الاستمارة تصادف مع فترة الدراسة للدفعة الأولى المتمثلة في طلبة الليسانس بسبب نظام الدفعات، كما أن مقر سكن غالبية أفراد العينة قرب من القطب الجامعي الذي أجريت فيه الدراسة الجامعية ولا يستوفون شروط الحصول على غرفة في الإقامة الجامعية، بالإضافة إلى توفر خطوط النقل الجامعي لمختلف المناطق، أما بالنسبة للفئة المقيمة بالحي الجامعي المتمثلة بـ 19 طالبا، فيعود سبب ذلك إلى أن مقر السكن العائلي للطلبة يكون بعيد عن الجامعة.

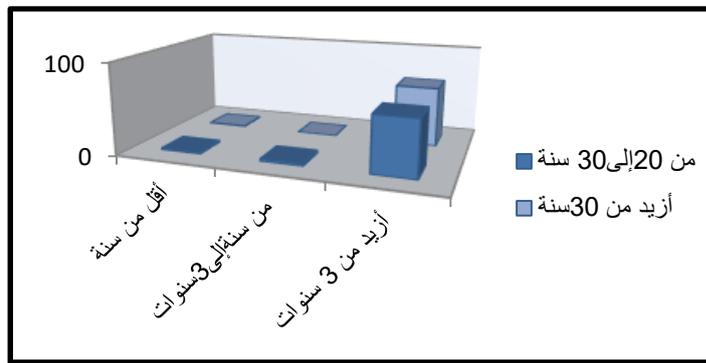
المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة الحقوق بجامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي
الجدول (06): مدة استخدام طلبة الحقوق لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن

| السن | | | | | | المتغير |
|---------|---------|----------------|---------|------------------|---------|--------------------|
| المجموع | | أزيد من 30 سنة | | من 20 إلى 30 سنة | | |
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 4% | 03 | 20 | 01 | 3% | 02 | أقل من سنة |
| 4% | 03 | - | - | 05 | 03 | من سنة إلى 3 سنوات |
| 92% | 65 | 80 | 04 | 92% | 61 | أزيد من 3 سنوات |
| 100% | 71 | 100% | 05 | 100% | 66 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

تكشف لنا المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه استخدام معظم أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي لأزيد من 03 سنوات، حيث أكد ذلك 65 مفردة من أصل 71 مستجوبا ما يعادل (92%) خاصة لدى الفئة العمرية المتراوحة من 20 إلى 30 سنة، بينما أقرت 03 مفردات استخدامها لهذه الفضاءات الرقمية من سنة إلى 03 سنوات بنسبة بلغت (04%)، خاصة لدى الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة، في حين عبرت 03 مفردات من 71 مستجوبا أنها تتواجد عبر مواقع التواصل الاجتماعي أقل من سنة.

الشكل (06): مدة استخدام طلبة الحقوق لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن



المصدر: إعداد الطلبة

يمكن تفسير سبب امتلاك أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي منذ أزيد من 03 سنوات بسبب التطور الهائل للتكنولوجيا والاتصال والمعلومات، حيث سهلت التواصل بين الأشخاص وأتاحت الربط بين الأصدقاء وهذا ما يفسر الولوج المكثف للطلبة الجامعيين لهذه المنصات.

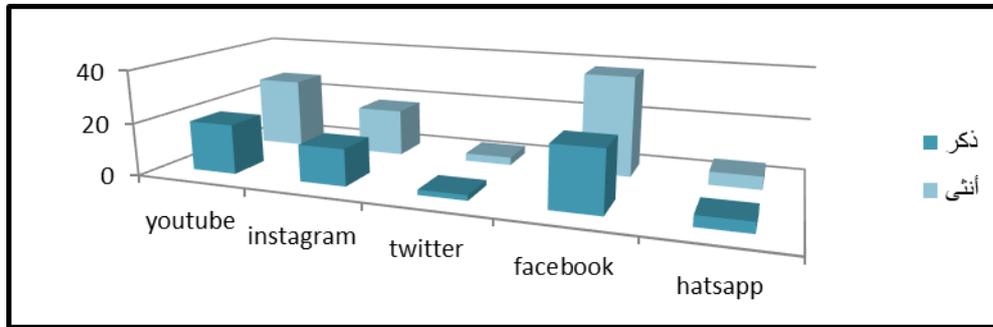
الجدول (07): أكثر المواقع التي يتابعها الطلبة الجامعيين حسب متغير الجنس

| السن | | أنثى | | ذكر | | المتغير |
|--------|---------|--------|---------|--------|---------|-----------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %30 | 46 | %30 | 27 | %31 | 19 | YouTube |
| %21 | 32 | %20 | 18 | %23 | 14 | Instagram |
| %3 | 5 | %3 | 3 | %3 | 2 | Twitter |
| %40 | 61 | %42 | 38 | %37 | 23 | Face book |
| %6 | 9 | %5 | 5 | %6 | 4 | WhatsApp |
| %100 | 153 | %100 | 91 | %100 | 62 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

تكشف الأرقام الموضحة في الجدول، أن معظم الطلبة يملكون حساب عبر موقع فيسبوك حيث بلغ عددهم 61 عينة من أصل 153 مفردة ما يعادل نسبة (40%)، حيث تجسد ذلك عند فئة الإناث بنسبة (42%) أي ما يعادل 38 مفردة من أصل (91%)، يليها موقع يوتيوب بنسبة (30%) أي ما يعادل 46 مفردة من أصل 153 مفردة، بينما سجل أنستغرام 32 مفردة من أصل 135 أي ما يعادل نسبة (32%)، في حين تليها باقي المواقع واتساب وتويتر بنسبة لا تتجاوز نسبة (5%).

الشكل (07): أكثر المواضيع التي يتابعها الطلبة الجامعيين حسب متغير الجنس



المصدر: إعداد الطلبة

تفسر البيانات السابقة أن الإناث يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة (42%) والذكور بنسبة (37%) وهذا راجع إلى شعبيته الواسعة لما يحققه من الإشباع الاجتماعية المختلفة، ومن أبرزها إقامة علاقات مع الآخرين، ويتيح للفرد إمكانية تكوين صداقة سواء مع الأهل أو الأصدقاء وذلك لإبقاء التواصل والتفاعل وإبداء وجهات النظر حول موضوعات معينة" ففي العالم يحتل موقع Google المرتبة

الأولى، يليه الفاييسبوك ثم اليوتيوب، لكن في الجزائر هذا الترتيب يختلف فالفييسبوك يحتل أعلى مرتبة يليه اليوتيوب وغوغل¹.

بينما سجل استخدام YouTube نسب متساوية لدى الذكور والإناث وهذا راجع لكونه يؤدي أدوار إعلامية اجتماعية مثل التوعية والتحسيس وتقديم برامج دينية متنوعة تساعد على سقل الشخصية المسلمة في حين أن الأنستغرام هو الآخر سجل نسب متقاربة وهذا لما له من مميزات وخصائص يتمتع بها والتي تسمح للطلبة بالترفيه عن النفس كمشاهدة الصور والفيديوهات.

يعود سبب قلة استخدام الطلبة لموقع تويتير والمواقع الأخرى إلى قلة الخصائص لهذه التطبيقات فالتويتير مثلا يوفر سوى خاصية التغريد بكتابة منشورات لا تتعدى 140 وهذا غير مستحسن للطلبة.

جدول (08): يبين استخدام الاسم الحقيقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

| اسم المستخدم | | | | | | |
|--------------|---------|--------|---------|--------|---------|---------|
| المجموع | | أنثى | | ذكر | | |
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | المتغير |
| %63 | 45 | %49 | 21 | %86 | 24 | نعم |
| %37 | 26 | %51 | 22 | %14 | 4 | لا |
| %100 | 71 | %100 | 43 | %100 | 28 | المجموع |

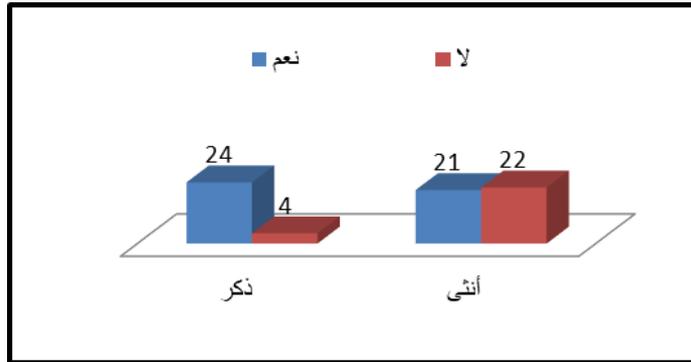
المصدر: إعداد الطلبة

تكشف معطيات الجدول رقم 08 أن غالبية المبحوثين يستخدمون هويتهم الحقيقية في التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي والذي قدر عددهم بـ 45 مفردة من أصل 71 مفردة أي ما يعادل (63%) وكان أغلبهم من الذكور بعدد 24 مفردة من أصل 28 مفردة أي بنسبة (86%)، في حين تفضل 26 مفردة من عينة الدراسة استعمال اسم مستعار أثناء تصفح هذه الشبكات بنسبة (37%) وكان أغلبهم من فئة الإناث بعدد 22 مفردة أي ما يعادل بنسبة (51%).

¹ Djalal nizar adnani: Les Sites Web En Algérie, Les Apports Concrets De L'existence Digitale :

Etude Empirique Auprès De 10 Entreprises, université Oran 2, algeria,p39.

الشكل (08): مثل استخدام الاسم الحقيقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس



المصدر: إعداد الطلبة

يمكن تفسير سبب استخدام أغلب الطلبة لأسمائهم الحقيقية وخاصة الذكور أثناء تصفحهم للشبكات الاجتماعية بسهولة العثور عليهم من قبل المتصفحين، ولإعطاء مصداقية لحسابهم وكذلك لطرح آرائهم وأفكارهم الشخصية والدفاع عنها، بالإضافة إلى كسب ثقة المتفاعلين، أما بالنسبة للطلبة الذين يرغبون في استخدام اسم مستعار فالسبب يعود للتقليل من إمكانية تعرف الآخرين على هويتهم الحقيقية وهذا راجع إلى الهاجس الأمني العام والخوف من الاختراق وغيرها من الأمور المتعلقة بالجريمة الإلكترونية الحديثة التي تؤدي بالطلبة للتحفظ على كامل معلوماتهم، بالإضافة إلى منحهم حرية أكثر في عملية التصفح الإلكتروني.

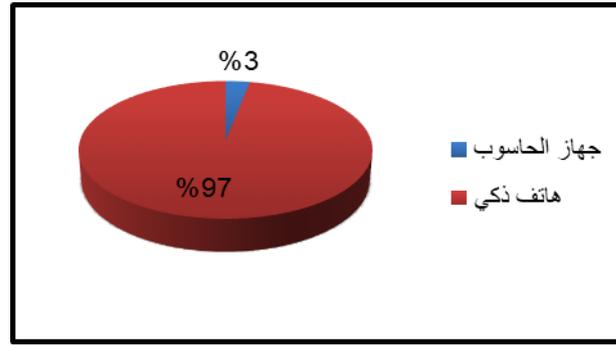
الجدول (09): يبين الوسيلة التي يفضلها الطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|--------------|---------|--------|
| جهاز الحاسوب | 2 | 3% |
| لوح إلكتروني | - | - |
| هاتف ذكي | 69 | 97% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يبين الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يستخدمون الهاتف المحمول أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ عددهم 69 مفردة من أصل 71 أي ما يعادل نسبة (97%) بينما بلغ عدد المستخدمين لجهاز الحاسوب مفردتين من أصل 71 مفردة أي ما يعادل بنسبة (3%).

الشكل (09) يبين الوسيلة التي يفضلها الطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

يفسر الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يفضلون الهاتف النقال، لتوفر هذا الأخير عند غالبية الطلبة كونه عملي وسهل بفعل الخصائص المميزة له وتتنقل مع الفرد بكل سهولة، بحيث يحافظ على خصوصية الفرد وحرية أكثر من الوسائل الأخرى في حين لا يملك معظم الطلبة حاسوباً حيث يصعب نقله والتجوال به، كما أنه لا يملك خصائص يملكها الهاتف و يحتاج إلى شحنه بعد مدة قصيرة، في حين لا يستخدم أحد من الطلبة اللوح الإلكتروني لعدم عملية هذا الجهاز فهو يشبه الهاتف لكنه كبير الحجم فيصعب حمله.

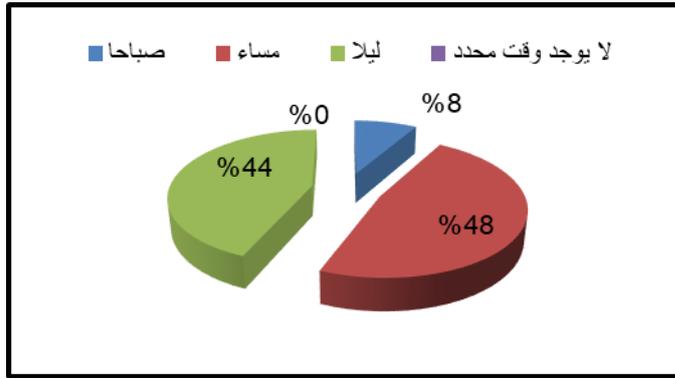
الجدول (10): يبين الوقت المفضل لتصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

| متغير | التكرار | النسبة |
|------------------|---------|--------|
| صباحاً | - | - |
| مساءً | 6 | 8% |
| ليلاً | 34 | 48% |
| لا يوجد وقت محدد | 31 | 44% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الفترة الليلية هي الفترة المفضلة لدى مفردات العينة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بـ 34 مفردة من أصل 71 مفردة أي ما يعادل (48%)، في حين تفضل 31 مفردة من أصل 71 مفردة أي بنسبة (44%) تصفح الشبكات الاجتماعية في أي وقت، أما الفترة المسائية فقد سجلنا 06 مفردات من أصل 71 مفردة أي ما يعادل (8%)، أما بالنسبة للفترة الصباحية لم نسجل ولا مفردة.

الشكل (10): يمثل الوقت المفضل لتصفح الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

يعود سبب تفضيل جل مفردات العينة للفترة الليلية لأنها الفترة التي يكون فيها الطلبة في كامل التفرغ لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بكل أريحية بعد قضاء يومهم في الجامعة، لذلك يكون الوقت المناسب لتصفح هذه المواقع، حيث يمكن لهم الاطلاع على الأخبار ومختلف الأحداث بالإضافة إلى انجاز البحوث المطلوبة منهم، أما بالنسبة للطلبة الذين يفضلون تصفحها في كل الأوقات راجع إلى احتياجاتهم المختلفة على مدار اليوم، بينما نجد من يفضل استخدام هذه الشبكات صباحاً ومساءً أثناء الدراسة للبحث عن المعلومات.

الجدول (11): يبين المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة يومياً في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

حسب متغير المستوى الجامعي

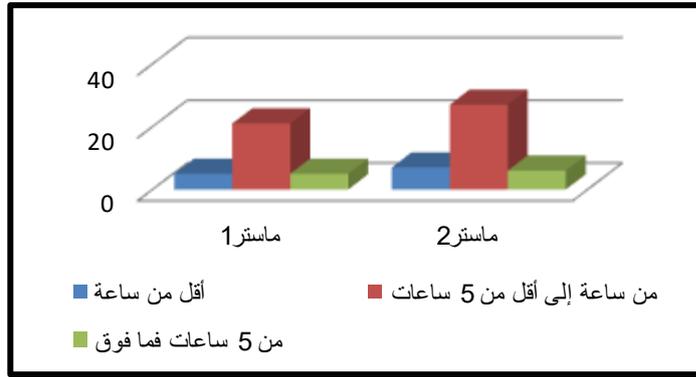
| المستوى الجامعي | | | | | | المتغير |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------------|
| المجموع | | ماستر 2 | | ماستر 1 | | |
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 17% | 12 | 17% | 7 | 16% | 5 | أقل من ساعة |
| 68% | 48 | 68% | 27 | 68% | 21 | من ساعة إلى أقل من 5 ساعات |
| 15% | 11 | 15% | 6 | 16% | 5 | من 5 ساعات فما فوق |
| 100% | 71 | 100% | 40 | 100% | 31 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

يكشف الجدول أعلاه أن المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي هي من ساعة إلى أقل من 05 ساعات بمعدل 48 مفردة من أصل 71 مفردة بنسبة (68%)، ويظهر ذلك جلياً لدى طلبة طور الماستر 2 بما يعادل 27 مفردة من أصل 40 مفردة أي بنسبة

(68%)، في حين تأتي المدة الزمنية أقل من ساعة في المرتبة الثانية بمعدل 12 مفردة من أصل 71 مفردة بنسبة (17%)، ويتضح ذلك لدى طلبة الماستر2 بنسبة (17%)، تليها المدة الزمنية أزيد من 05 ساعات بمعدل 11 مفردة من أصل 71 مفردة أي بنسبة (15%)، ويظهر ذلك لدى طلبة ماستر2 بنسبة (15%).

الشكل (11): يمثل المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة يوميا في التعرض يوميا في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الجامعي



المصدر: إعداد الطلبة

يرجع سبب تفضيل مفردات الدراسة قضاء من ساعة إلى أقل من 05 ساعات في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا كون هذه المنصات الاجتماعية تحولت إلى جزء من الحياة اليومية للفرد في المجتمع، حيث يعتمد عليها الطالب الجامعي في الاطلاع على الجديد يوميا لتجعله مواكبا لمختلف المستجدات التي تطرأ في مختلف الأصعدة العلمية والثقافية والاجتماعية وحتى الدينية منها، وكذلك التواصل مع الأهل والأصدقاء ومختلف المعارف، في حين نجد 17 طالبا يقضون أقل من ساعة في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد يكون ذلك راجع إلى عدم إعطائهم أهمية كبيرة لهذه المواقع ويفضلون التواصل مع الأشخاص مباشرة في الواقع والاحتكاك بهم، بالإضافة إلى انشغالات أخرى قد تكون دراسة أو العائلة، أما الذين يقضون أزيد من 05 ساعات يعتبرون من الفئة الأكثر تعرضا لمواقع التواصل الاجتماعي مما يدل على أهمية هذه الأخيرة ودورها في تلبية حاجيات ورغبة الطالب الجامعي.

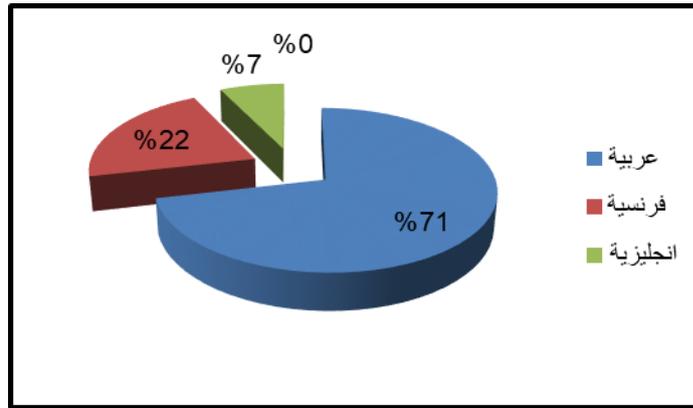
الجدول (12): يوضح اللغة التي يتواصل بها الطلبة الجامعيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| عربية | 60 | 71% |
| فرنسية | 18 | 22% |
| انجليزية | 6 | 7% |
| المجموع | 84 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يبين الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يعتمدون على اللغة العربية في التواصل عبر الشبكات الاجتماعية وذلك ب 60 مفردة من أصل 84 مفردة وبنسبة (72%)، في حين سجلنا 18 مفردة من أصل 84 مفردة أي ما يعادل (21%) يستخدمون اللغة الفرنسية، بينما اللغة الانجليزية سجلت 06 مفردات من أصل 84 مفردة أي بنسبة (07%).

شكل (12): يوضح اللغة التي يتواصل بها الطلبة الجامعيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

يفسر الجدول والمعطيات الإحصائية أن اللغة الأكثر استخداما في التواصل عبر الشبكات الاجتماعية هي اللغة العربية، وهذا راجع كونها اللغة الرسمية الأولى في الجزائر، بالإضافة إلى أنها اللغة المعتمدة في دراسة تخصص أفراد العينة إذ يتطلعون من خلالها إلى إيصال آرائهم ومعارفهم المختلفة، لتليها اللغة الفرنسية في المرتبة الثانية وهذا راجع إلى الخلفية الثقافية للمجتمع الجزائري عموما إذ تجذرت منذ الاستعمار الفرنسي وكونت مزيجا مع اللهجات العامية، وأخيرا اللغة الإنجليزية التي حضت بأقل نسبة والسبب في ذلك هو عدم تمكن الطلبة منها باعتبارها تدرّس ابتداء من الطور المتوسط على عكس اللغة الفرنسية التي يبدأ تدريسها انطلاقا من المرحلة الابتدائية.

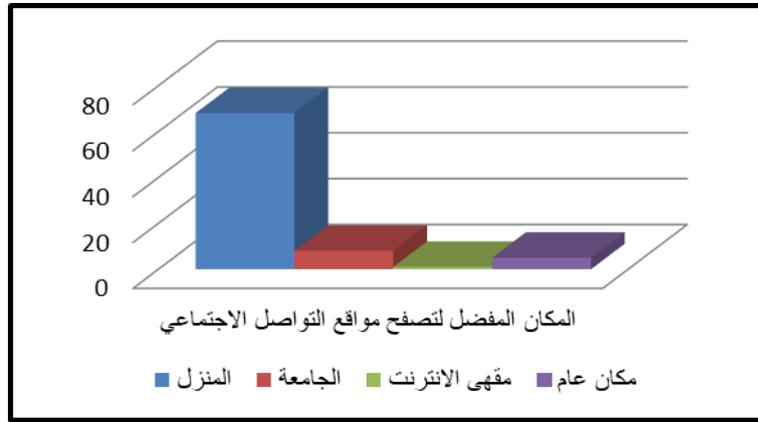
الجدول (13): يبين المكان المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

| المتغير | التكرار | النسبة |
|---------------|---------|--------|
| المنزل | 68 | 83% |
| الجامعة | 8 | 10% |
| مقهى الانترنت | 1 | 1% |
| مكان عام | 5 | 6% |
| المجموع | 82 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يبين الجدول أعلاه أن أغلب مفردات الدراسة يفضلون المكوث في البيت وتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت بـ (83%) بمعدل 68 مفردة من أصل 82 مفردة، ثم تليها نسبة (10%) وذلك بمعدل 08 مفردات ممن يفضلون تصفحها في الجامعة، بينما سجلنا 05 مفردات من أصل 82 مفردة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في مكان عام بنسبة بلغت (06%)، أما الفئة الرابعة مقهى الانترنت فلم تتجاوز مفردة واحدة فقط أي ما يعادل (01%).

الشكل (13): يبين المكان المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

يمكن تفسير سبب تفضيل معظم مفردات العينة تصفح الشبكات الاجتماعية بالمنزل إلى سرعة التدفق التي تتميز بها شبكة الانترنت هناك، بالإضافة إلى أنه المكان الأكثر استقراراً حيث يوفر للمبجوثين الراحة وعدم الانزعاج بعيداً عن ضغوطات الدراسة إضافة إلى تفرغهم من الالتزامات الخارجية في حين سجلنا نسب متقاربة لدى الطلبة المستخدمين داخل الجامعة والأماكن العامة وذلك راجع إلى ضعف تدفق شبكة الانترنت مما يصعب عليهم الولوج إلى المواقع الإلكترونية واستخدامها بأريحية.

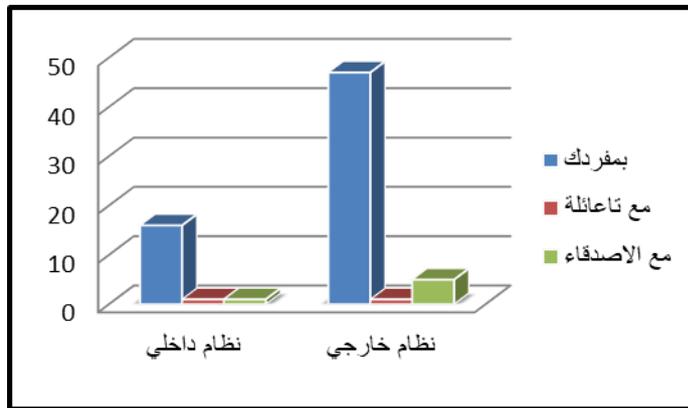
الجدول (14): يوضح طبيعة تصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الإقامة الجامعية

| الإقامة الجامعية | | | | | | المتغير |
|------------------|---------|------------|---------|------------|---------|-------------|
| المجموع | | نظام خارجي | | نظام داخلي | | |
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %89 | 63 | %89 | 47 | %89 | 16 | بمفردك |
| %03 | 02 | %2 | 01 | %5.5 | 01 | مع العائلة |
| %08 | 06 | %9 | 05 | %5.5 | 01 | مع الأصدقاء |
| %100 | 71 | %100 | 53 | %100 | 18 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

يتبين من خلال الأرقام والنسب الموضحة في الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمفردهم، وعبر عن ذلك 63 مفردة من أصل 71 مفردة ونسبة (89%) وكان أغلبهم من الفئة غير مقيمة حيث قدرت بـ 47 مفردة أي ما يعادل (89%)، تليها الفئة التي تفضل استخدام هذه الشبكات رفقة الأصدقاء بـ 06 مفردات ونسبة (08%)، بينما فضلت مفردتين تصفح التطبيقات الاجتماعية رفقة العائلة وذلك بنسبة بلغت (03%).

الشكل (14): يوضح طبيعة تصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الإقامة الجامعية



المصدر: إعداد الطلبة

تفسر المعطيات الإحصائية أن غالبية مفردات العينة سواء الخارجيين أو المقيمين بالأحياء الجامعية يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بمفردهم وهذا راجع إلى خصوصية كل شخص، بالإضافة إلى طبيعة الأجهزة التي يمتلكها المبحوثين حيث أن غالبية الطلبة يتصفحون الشبكات الاجتماعية عبر هواتفهم النقالة كما تم توضيحه في جدول أعلاه وهذه الوسيلة تتميز بالخصوصية، كما تتطلب مستخدماً واحداً.

المحور الثالث: اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية

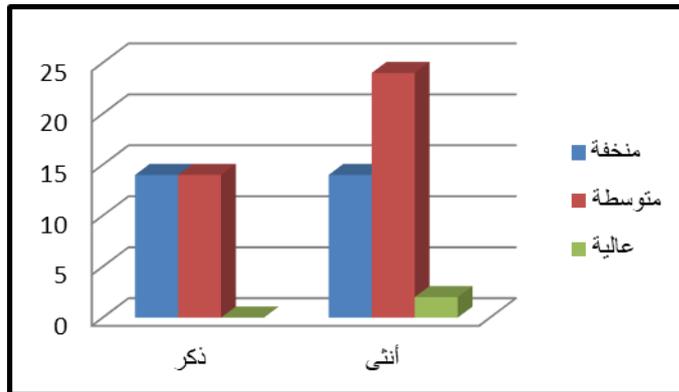
الجدول (15) بين درجة اهتمام المبحوثين بالمواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| | | الجنس | | | | |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|---------|
| المجموع | | أنثى | | ذكر | | |
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | متغير |
| %39 | 28 | %32 | 14 | %50 | 14 | منخفضة |
| %54 | 38 | %56 | 24 | %50 | 14 | متوسطة |
| %7 | 5 | %12 | 5 | - | - | عالية |
| %100 | 71 | %100 | 43 | %100 | 28 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

تفسر الأرقام والمعطيات الإحصائية في الجدول أن أغلب الطلبة يهتمون بالمواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة وظهر ذلك بـ 38 مفردة من أصل 71 مفردة ما يعادل نسبة (54%) خاصة لدى فئة الإناث حيث عبّر عن ذلك 24 مفردة من أصل 42 مفردة وبنسبة (56%)، بينما تهتم 28 مفردة من أصل 71 مفردة أي ما يعادل (39%) يهتمون بدرجة منخفضة لدا كلا الفئتين أي ما يعادل 14 مفردة لكل فئة، بينما 05 مفردات من أصل 71 مفردة أي بنسبة (7%) تهتم بدرجة عالية لدى فئة الإناث.

الشكل (15): يبين درجة اهتمام بالمواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

يفسر الشكل أعلاه درجة اهتمام المبحوثين بالمواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس حيث يظهر بأن أغلب الجنسين لديهم اهتمامات متوسطة بالمواضيع

الدينية المنشورة عبر الشبكات الاجتماعية بنسب متفاوتة بين الذكور والإناث، وهذا يعود إلى عدم وجود الثقة الكافية لدى المبحوثين بالمواضيع الدينية المنشورة، بالإضافة إلى توفر بدائل ومنابر أخرى تكون أكثر مصداقية بالنسبة للمبحوثين، كما يمكن القول أن الكثير من الصفحات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجهولة المصدر وتحمل أفكار تخالف التوجه الفكري والمذهبي للمبحوثين، أما بالنسبة المرتبة الثانية فهي التي كانت فيها اهتمامات المبحوثين تصب في خانة منخفضة بعدد 28 مفردة وبنسبة (39%)، ويرجع هذا إلى أن معظم المبحوثين يتخوفون من متابعة المنشورات الدينية ولا يثقون فيها وبالتالي لا يأخذونها كمرجع من أجل تعلم الدين، في حين نجد أن 05 مفردات من العينة كانت درجة اهتمامهم عالية إذ وجدوا أن المعلومات والمضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي محل ثقة وأنها مصدر مهم من أجل تنمية ثقافتهم الدينية.

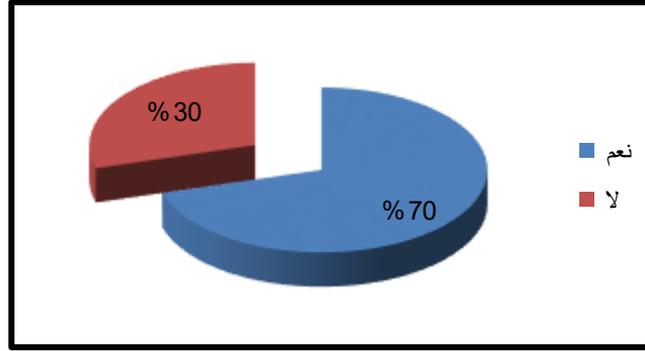
الجدول (16): يبين نشر المبحوثين للمواضيع الدينية عبر حسابهم الخاص

| المتغير | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم | 50 | 70% |
| لا | 21 | 30% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول أعلاه إقرار أغلب مفردات الدراسة بنشر مضامين دينية عبر حساباتهم الفايسبوكية، حيث أكدت ذلك 50 مفردة من إجمالي 71 مفردة ما مثل نسبة (70%)، بينما نفى 21 مستجوباً من أصل 71 مستجوباً تداول محتويات ذات طابع ديني عبر فضاءهم الفايسبوكي بنسبة بلغت (30%).

الشكل (16): يبين نشر المبحوثين للمواضيع الدينية عبر حسابهم الخاص



المصدر: إعداد الطلبة

يمكن تفسير سبب اهتمام المبحوثين بنشر المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتنشئة الاجتماعية، بالإضافة إلى المستوى التعليمي للطلبة وفهم الرسالة الدينية وما جاءت به من مواظب، كما يطمحون لنشر الرسالة الدينية والتوعية بالعقيدة الإسلامية ومختلف مظاهرها من لباس، عبادات، تصرفات، ممارسات، أقوال وأفعال، وهذا من خلال نشر العقائد الدينية وتوضيح أحكامها ودلالات النصوص الدينية سواء كانت من القرآن أو من السنة، وهذا بتوجيه الفكر الإنساني إلى التفكير العقلي بما حملته هذه النصوص من أحكام صالحة لكل زمان ومكان، وهذا ما يدفع إلى ربطها بالتغيرات التي يعرفها المجتمع اليوم عن طريق استخدام الأدلة والبراهين العلمية والالتزام بالمنهج العلمي الذي حدده العلماء في فهم النصوص الدينية بما تحتوي عليه من معايير وقيم تمثل قدسية لدى المجتمع الجزائري وبالتالي فالطلبة يسعون إلى نشر هذه النصوص لتوجيه العقل البشري نحو الصواب وإبعاده عن التزييف الديني.

جدول (17): يوضح طبيعة المنشورات التي يقوم بنشرها المبحوثين عبر حسابهم الخاص

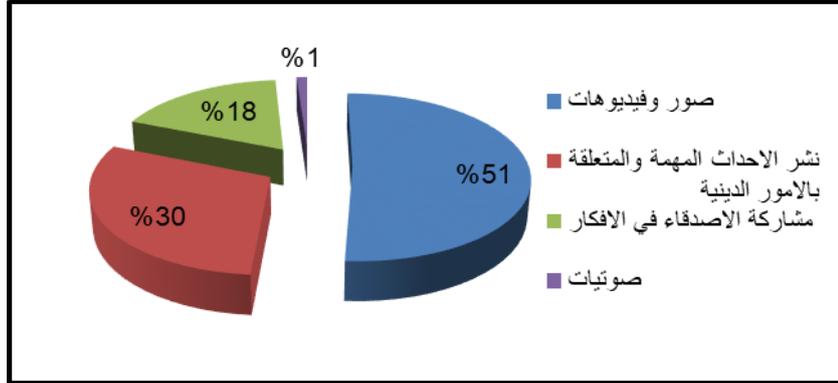
| المتغير | التكرار | النسبة |
|---|---------|--------|
| صور وفيديوهات | 38 | 46% |
| نشر الأحداث المهمة والمتعلقة الأمور الدينية | 27 | 33% |
| مشاركة الأصدقاء في الأفكار | 16 | 20% |
| صوتيات | 01 | 01% |
| المجموع | 82 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يبين الجدول أعلاه طبيعة المنشورات التي تقوم بنشرها مفردات العينة عبر حسابهم الخاص، حيث أقرت 38 مفردة من أصل 82 مفردة أنهم يقومون بنشر صور وفيديوهات ما يمثل نسبة (46%)، تليها نشر الأحداث المهمة والمتعلقة الأمور الدينية بنسبة (33%) ما يعادل 27 مفردة من أصل 82 مفردة،

أما مشاركة الأصدقاء في الأفكار فقد لغت نسبتها (20%) أي ما يعادل 16 مفردة من أصل 82 مفردة، في حين هناك مفردة واحدة تقوم بنشر صوتيات عبر حسابهم الخاص بنسبة (1%).

الشكل (17): يمثل طبيعة المنشورات التي يقوم بنشرها المبحوثين عبر حسابهم الخاص



المصدر: إعداد الطلبة

تفسر المعطيات الإحصائية أن المنشورات التي يقوم بنشرها المبحوثين عبر حسابهم الخاص هي صور وفيديوهات بنسبة 46% من مجموع عينة الدراسة وبعدد قدر بـ 38 مبحوثاً، ويرجع سبب ذلك إلى اهتمامهم بمنشورات عالية التأثير والتي تجلب لهم أكبر عدد من التفاعل كون الصورة تعبر أكثر من الكلام أحياناً، كما نلاحظ أن نسبة نشر الأحداث المهمة والمتعلقة بالأمور الدينية تأتي في المرتبة الثانية بنسبة 33% نظراً لكون الوازع الديني لديهم مرتفع وأيضاً من أجل معالجة بعض الحالات المتعلقة بالعقيدة الإسلامية وتوعية المنتبعين لهم عبر صفحاتهم الخاصة وهم على يقين بأن أغلبية المجتمع الجزائري يميل ويتأثر ويتفاعل مع المنشورات الدينية خاصة ما يتعلق بالأدعية والأذكار وكل ما هو مرتبط بالدين الإسلامي، هذا بحكم أن الدين هو أساس التشريع في الجزائر.

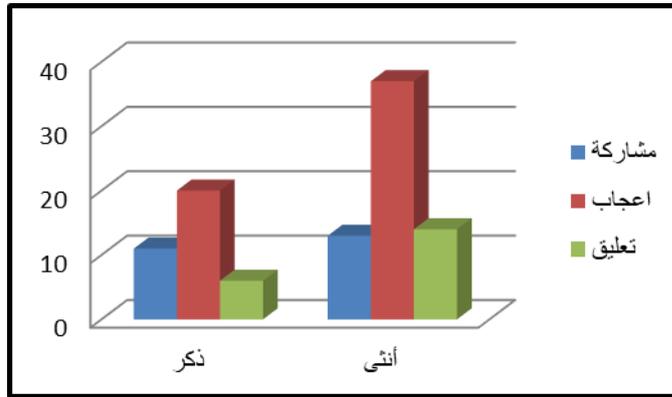
جدول (18): طبيعة التفاعل مع المواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| | | الجنس | | | | |
|---------|--------|--------|---------|--------|---------|---------|
| | | أنثى | | ذكر | | |
| المجموع | النسبة | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | المتغير |
| مشاركة | 24% | 20% | 13 | 30% | 11 | |
| إعجاب | 56% | 58% | 37 | 54% | 20 | |
| تعليق | 20% | 22% | 14 | 16% | 6 | |
| المجموع | 100% | 100% | 64 | 100% | 37 | |

المصدر: إعداد الطلبة

يكشف الجدول رقم 18 أن غالبية مفردات الدراسة تتفاعل مع المواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك عبر خاصية الإعجاب حيث ظهرت بـ57 مبحوثا من أصل 101 أي بنسبة بلغت (56%) خاصة لدى فئة الإناث التي ظهرت بنسبة (58%) أي ما يعادل 37 مفردة من أصل 64 مفردة، في حين يمثل 24 مبحوثا للتفاعل مع المضامين الدينية عبر خاصية المشاركة من أصل 101 وذلك بنسبة (24%)، بينما ظهرت خاصية التعليق بنسبة قدرت (20%) مع تسجيل نسبة ضعيفة لدى فئة الذكور بنسبة (16%) أي ما يعادل 06 مفردات من أصل 37 مفردة.

الشكل (18): يمثل طبيعة التفاعل مع المواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

يرجع سبب تصدر ميزة الإعجاب لطرق التفاعل مع المنشورات الدينية كونها تعبر عن الرأي بطريقة غير صريحة، وذلك لعدم خلق جدل مع الآخرين فقد يختلفون في وجهات نظر وعدم الاحتكاك بهم، وأيضا كونها ميزة آمنة تمكن المتفاعل من التعبير عن توجهاته وآرائه الدينية من خلال ضغط زر الإعجاب، في حين هناك البعض الآخر الذي يجذب التعبير عن رأيه بمشاركة الموضوع وذلك عبر مشاركة مقاطع الفيديو والصور مع الأصدقاء عبر مجموعات وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تعتبر منفذ جديد للتزويد بثقافة دينية وتتمي وعيه الديني.

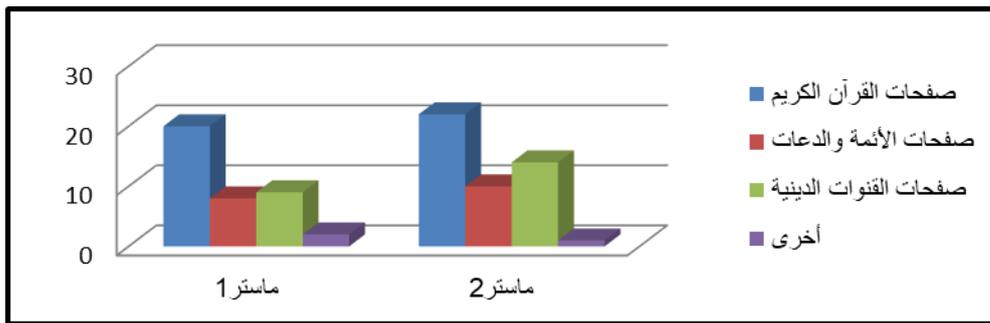
جدول (19): يبين مصدر المنشورات الدينية التي يتابعها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| المستوى الجامعي | | | | | | المتغير |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------------------|
| المجموع | | ماستر 2 | | ماستر 1 | | |
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %49 | 42 | %47 | 22 | %51 | 20 | صفحات القرآن والسنة |
| %21 | 18 | %21 | 10 | %21 | 8 | صفحات الأئمة والدعاة |
| %27 | 23 | %30 | 14 | %23 | 9 | صفحات القنوات الدينية |
| %3 | 3 | %2 | 1 | %5 | 2 | أخرى |
| 100% | 86 | 100% | 47 | %100 | 39 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

يكشف الجدول أعلاه مصدر المنشورات الدينية التي يتابعها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث 42 إجابة من أصل 86 رد يعتمدون على صفحات القرآن والسنة ما يمثل نسبة (49%) خاصة لدى طلبة الطور الماستر 2 التي ظهرت بنسبة (47%)، تليها صفحات القنوات الدينية بنسبة (27%) ما يعادل 23 مفردة من أصل 86 مفردة، أما صفحات الأئمة والدعاة فقد بلغت نسبتها (21%) أي ما يعادل 18 مفردة من أصل 86 مفردة، في حين هناك صفحات أخرى يتابعها أفراد العينة تمثلت في 3 مفردات من أصل 86 مفردة بنسبة قدرت بـ (3%)

الشكل (19): يبين مصدر المنشورات الدينية التي يتابعها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

تفسير المعطيات الإحصائية أن أهم مصدر للمنشورات الدينية التي يتابعها أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي صفحات القرآن والسنة وهذا راجع إلى الثقة الكبيرة التي يضعها الطلبة الجامعيين في هذه الصفحات نظرا للمعلومات التي تبثها هذه الأخيرة من مصادر موثوقة تسعى إلى التعريف بالدين الإسلامي ونشر معايير وقيمه لدى المسلمين وتعزيز مبادئ الدين لدى المبحوثين، تليها صفحات الأئمة

والدعاة وصفحات القنوات الدينية بنسب متقاربة وهذا راجع إلى الاجتهاد الذي يبذله العلماء والأئمة في فهم وشرح الدين الإسلامي بما يتوافق مع معايير وضوابط المجتمع، ناهيك إجاباتهم عن أسئلة المبحوثين.

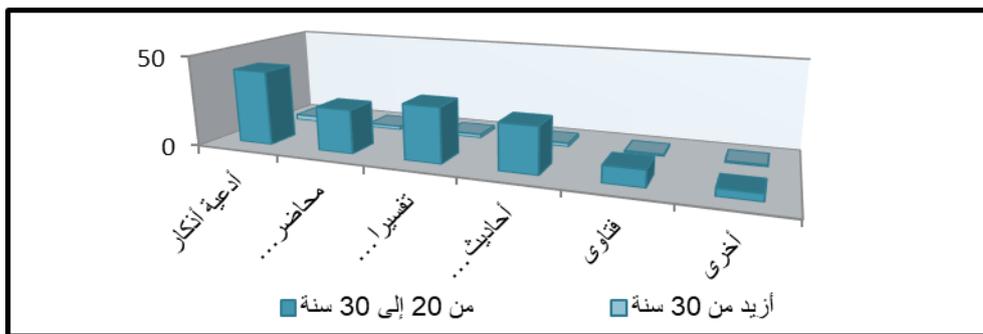
جدول (20): يوضح طبيعة المضامين التي تثير إعجاب الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| السن | | | | | | |
|---------|---------|----------------|---------|------------------|---------|----------------|
| المجموع | | أزيد من 30 سنة | | من 20 إلى 30 سنة | | المتغير |
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 31% | 44 | 27% | 3 | 31% | 41 | أدعية وأذكار |
| 18% | 26 | 18% | 2 | 18% | 24 | محاضرات ودروس |
| 22% | 32 | 18% | 2 | 22% | 30 | تفسيرات قرآنية |
| 19% | 27 | 18% | 2 | 19% | 25 | أحاديث نبوية |
| 7% | 10 | 9% | 1 | 7% | 9 | فتاوى |
| 3% | 5 | 9% | 1 | 3% | 4 | أخرى |
| 100% | 144 | 100% | 11 | 100% | 133 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

يكشف الجدول أعلاه طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجاب الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث سجلت 44 مفردة من أصل مفردة 144 أي ما يقارب (31%) أدعية وأذكار بينما كانت التفسيرات القرآنية 32 مفردة من أصل 144 مفردة لدى الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة بنسبة (22%) في حين أحاديث نبوية كانت في المرتبة الثالثة وذلك بـ 27 مفردة من أصل مفردة 144 أي 19، تليها محاضرات ودروس بنسبة 18% أي ما يعادل 26 مفردة تليها فتوى ومضامين أخرى بنسب متدنية.

الشكل (20): يوضح طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجاب الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

تفسر البيانات الإحصائية في الجدول أعلاه المضامين التي تثير إعجاب الطلبة هي أدعية وأذكار لدى الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة وهذا راجع إلى شخصية الفرد المسلم الذي يبدأ يومه بالأدعية و الأذكار لتيسير أموره وتسهيلها، إضافة إلى كون التفسيرات القرآنية من بين أهم خلفيات المسلم في فهم تعاليم دينه وتقوية إيمانه، أما فيما يخص الأحاديث النبوية فحضت بنسبة متقاربة مع المحاضرات والدروس كونها بمثابة أداة فعالة في غرس الثقافة الدينية.

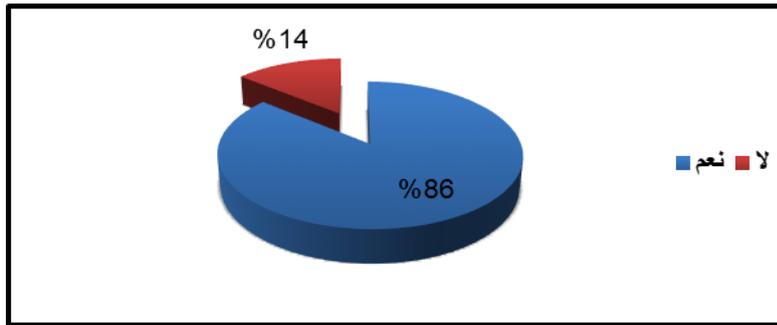
جدول (21): يوضح تغيير مواقع التواصل الاجتماعي لبعض السلوكيات الدينية

| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| نعم | 61 | 86% |
| لا | 10 | 14% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يبين الجدول أعلاه أن جل أفراد العينة تغيرت سلوكياتهم الدينية جراء التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث ظهر ذلك ب 61 مفردة من أصل 71 بنسبة (86%) في حين تنفي 10 مفردات من أصل 71 مفردة بنسبة (14%) قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير لبعض السلوكيات الدينية.

الشكل (21): يوضح تغيير مواقع التواصل الاجتماعي لبعض السلوكيات الدينية



المصدر: إعداد الطلبة

تفسر المعطيات الإحصائية إمكانية تغيير مواقع التواصل الاجتماعي لبعض السلوكيات الدينية، حيث يقرّ أغلب المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تغيير في سلوكياتهم الدينية وذلك راجع إلى الشعبية الكبيرة التي تحظى بها هذه المواقع لكونها سهلة الاستعمال ومتعددة الخدمات خاصة في المجال الديني ما يوافق مختلف الفئات العمرية للطلاب.

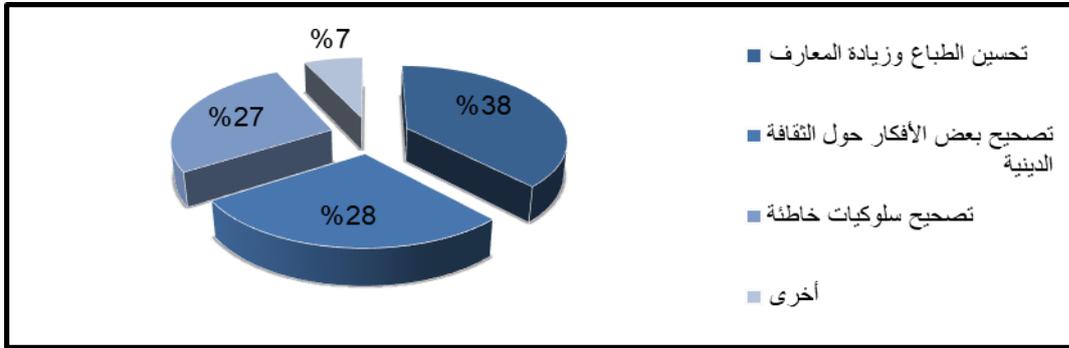
الجدول (22): يمثل كيفية تغيير مواقع التواصل الاجتماعي للسلوكيات الدينية لدى الطلبة الجامعيين

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|---------------------------------------|
| 38% | 37 | تحسين الطباع وزيادة المعارف |
| 28% | 27 | تصحيح بعض الأفكار حول الثقافة الدينية |
| 27% | 26 | تصحيح سلوكيات خاطئة |
| 7% | 7 | أخرى |
| 100% | 97 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

يكشف الجدول (22) تغيير مواقع التواصل الاجتماعي للسلوكيات الدينية لدى الطلبة الجامعيين حيث ظهر ذلك أن غالبيتهم تحسنت طبعهم و ازدادت معارفهم إذ بلغ عددهم 37 مفردة من أصل 97 مفردة بنسبة (38%) ثم تليها فئة تصحيح بعض الأفكار حول الثقافة الدينية إذ بلغ عددهم 27 مفردة من أصل 97 بنسبة (28%)، أما بالنسبة للذين يقومون بتصحيح سلوكيات خاطئة فقد بلغ عددهم 26 مفردة بنسبة (27%) وفي الأخير هناك 07 مفردات ذكرت كمضامين أخرى بنسبة (7%).

الشكل (22): يمثل كيفية تغيير مواقع التواصل الاجتماعي للسلوكيات الدينية لدى الطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

يمكن تفسير سبب تمكن مواقع التواصل الاجتماعي من تغيير السلوكيات الدينية لدى الطلبة الجامعيين، أن هذا راجع إلى اهتمامهم الكبير بهذه المنشورات ولما تبثه من مودة وألفة ودعوة إلى القيام بما يرضي الله سبحانه وتعالى قولاً وفعلاً، حيث حسنت من طابعهم خلال فترة الحجر الصحي وزادت من معارفهم حول الثقافة الدينية كون أن هذه الفترة كانت صعبة على جميع الأفراد، كما أن المنصات الاجتماعية تدعو إلى التمسك بالأخلاق والقيم السائدة و ترويج مختلف المسائل الدينية عن طريق الصور والفيديوهات مما حسنت من طابعهم وزادت من معارفهم وتصحيح بعض الأفكار الخاطئة عن العقيدة الإسلامية.

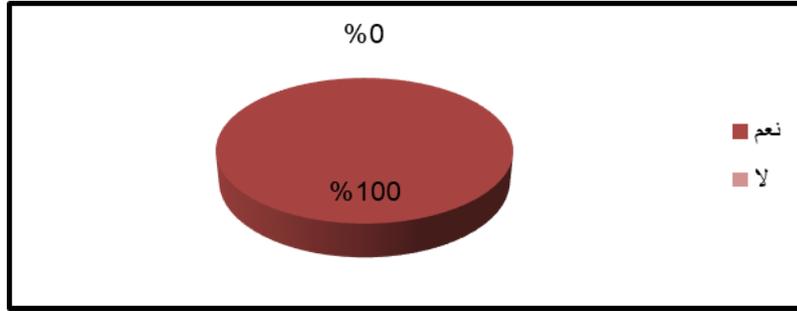
الجدول (23): يبين مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في اكتساب معلومات دينية جديدة

| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| نعم | 71 | %100 |
| لا | - | - |
| المجموع | 71 | %100 |

المصدر: إعداد الطلبة

يكشف الجدول رقم 23 مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في اكتساب معلومات دينية جديدة حيث أجاب 71 مفردة من أصل 71 بنسبة (100%) بنعم عن هذه المساهمة.

الشكل (23): يبين مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في اكتساب معلومات دينية جديدة



المصدر: إعداد الطلبة

يمكن تفسير متابعة جل أفراد العينة للصفحات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى تحول المنصات التواصلية إلى مصدر للمعلومة في جميع المجالات، وخاصة في المجال الديني وتساهم في توجيه الأفراد نحو الطريق الصحيح والقيام بما يتناسب مع قيمهم وقيم مجتمعهم، إضافة إلى أنهم يرون فيها تجسيد لأفكارهم وتحقق لهم اشباعاً كافية من المعلومات الدينية كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تفتح مجالاً للتفاعل وإبداء الرأي حول المعلومات الدينية المنشورة وبالتالي تشكيل ثقافة دينية لدى الباحثين.

المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا

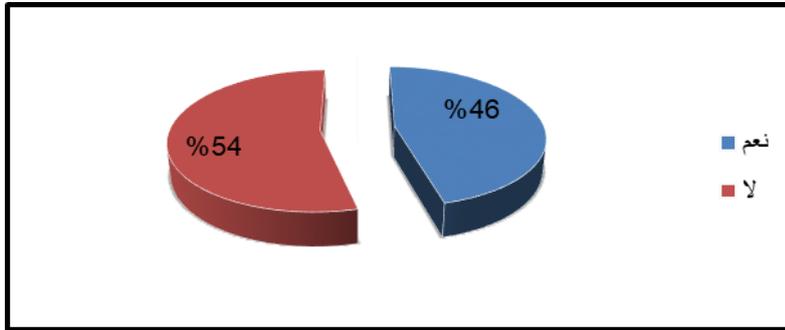
جدول (24): يمثل اشتراك الطلبة الجامعيين في مجموعات ذات طابع ديني عبر مواقع التواصل

| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| نعم | 33 | 46% |
| لا | 38 | 54% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يبين الجدول أعلاه مدى اشتراك الطلبة في مجموعات ذات طابع ديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث نفى 38 مبحوثاً من أصل 71 بنسبة (54%) عدم اشتراكهم في مجموعات ذات طابع ديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما 33 مفردة بينوا اشتراكهم في هذه المجموعات بنسبة (46%).

الشكل (24): يمثل اشتراك الطلبة الجامعيين في مجموعات ذات طابع ديني عبر مواقع التواصل



المصدر: إعداد الطلبة

يمكن تفسير هذه المعطيات التي تبين أن أغلب أفراد العينة لا يشاركون في هذه المجموعات ولا تساهم في تكوين موقف ديني لديهم بسبب غموض مصادر المعلومات التي تتناولها هذه المجموعات مما يدخل الطالب في متاهة تجعله لا يعتمد على هذا النوع من المعلومات في تنمية ثقافته الدينية.

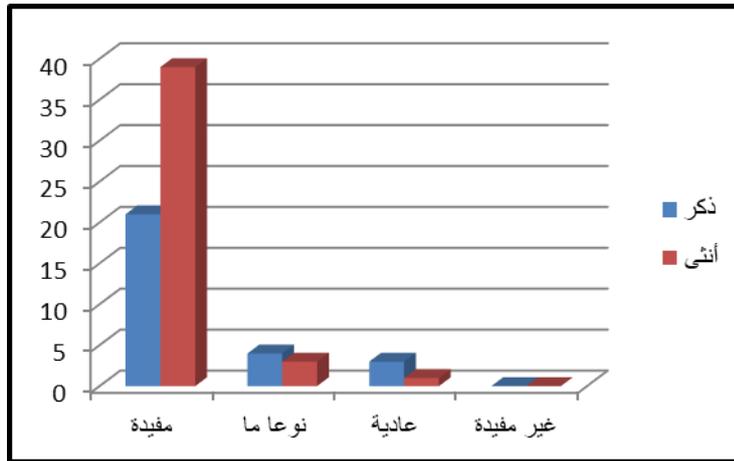
الجدول(25): تقييم الطلبة للمنشورات الدينية المقدمة عبر المواقع الاجتماعية خلال جائحة كورونا

| المجموع | | السن | | | | المتغير |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|-----------|
| | | إناث | | ذكر | | |
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %84 | 60 | %91 | 39 | %75 | 21 | مفيدة |
| %10 | 07 | %07 | 3 | %14 | 04 | نوعا ما |
| %06 | 04 | %02 | 01 | %11 | 03 | عادية |
| - | - | - | - | - | - | غير مفيدة |
| %100 | 71 | %100 | 43 | %100 | 28 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

يوضح الجدول أعلاه درجة تقييم الباحثين للمنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا، فكانت 60 مفردة من أصل 71 مفردة ما يعادل نسبة(84%) أقرت بأنها مفيدة وخاصة عند فئة الإناث بنسبة (91%)، في حين أن 07 مفردات أقرت أن درجة إفادتها متوسطة وذلك بنسبة (10%) بينما سجلنا اهتمام عادي 04 مفردات من أصل 71 مفردة ما يعادل نسبة(6%) .

الشكل 25: تقييم الطلبة للمنشورات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا



المصدر: إعداد الطلبة

تفسر المعطيات الإحصائية أن أعلى نسبة من الباحثين يعتبرون المنشورات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة، هذا راجع إلى الاهتمام الكبير بهذه المنشورات سواء من ناحية القيام بشعائهم الدينية أو حسن التعامل وتقوية العلاقات بين الأفراد وذلك من خلال المعلومات التي تنشر والتي تدعو إلى التمسك بالقيم والدين الإسلامي.

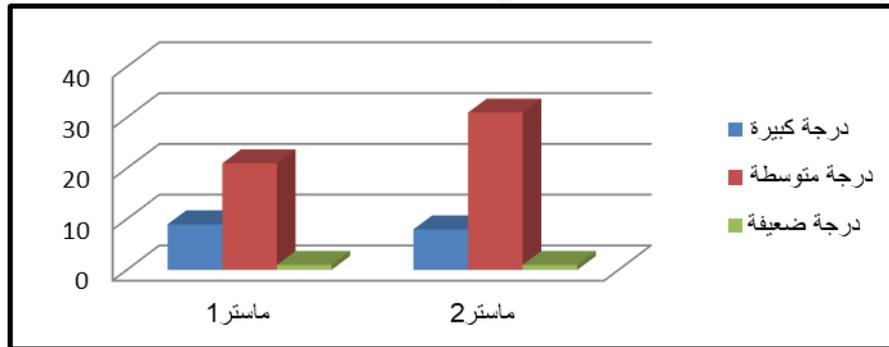
جدول (26): وضح درجة ثقة الطلبة بالمعلومات الخاصة بالثقافة الدينية التي يقدمها مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الجامعي.

| المستوى الجامعي | | | | | | |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------------|
| المجموع | | ماستر 2 | | ماستر 1 | | متغير |
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %24 | 17 | %20 | 8 | %29 | 9 | درجة كبيرة |
| %73 | 52 | %77 | 31 | %68 | 21 | درجة متوسطة |
| %3 | 2 | %3 | 1 | %3 | 1 | درجة ضعيفة |
| %100 | 71 | %100 | 40 | %100 | 31 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

بين الجدول أعلاه ان درجة ثقة أغلب مفردات العينة في المعلومات الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي متوسطة، حيث عبرت عن ذلك 52 مفردة من أصل 71 مفردة أي ما يقارب نسبة (73%) ويتضح ذلك خصوصا لدى طلبة طور الماستر 2 بنسبة بلغت (77%)، في حين تثق 17 مفردة من أصل 71 بدرجة كبيرة أي ما يعادل نسبة (24%)، بينما أقرت مفردتين من أصل 71 مفردة درجة ثقتهم ضعيفة أي بنسبة (3%).

الشكل (26): يوضح درجة ثقة الطلبة بالمعلومات الخاصة بالثقافة الدينية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الجامعي.



المصدر: إعداد الطلبة

تفسير المعطيات الاحصائية درجة ثقة أفراد العينة في المعلومات الدينية الخاصة بالثقافة الدينية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف مستواهم الجامعي، وهذا راجع إلى كثرة الصفحات الدينية وغياب مسيرين مؤهلين مايمكن أي شخص من فتح صفحة دينية والنشر من خلالها دون الرجوع إلى مصادر الدين الإسلامي ومحاولة تقصي الدلائل والأحكام الدينية قبل نشرها، بالإضافة إلى وجود مصادر أخرى أكثر مصداقية لتعلمهم فرائض الدين، في حين هناك فئة تثق بدرجة كبيرة في المعلومات المنشورة

وهذا راجع إلى متابعتهم للصفحات الموثوقة التي سيرها الأئمة وعلماء الدين، حيث يسعون من خلالها إلى نشر الثقافة الدينية الصحيحة وذلك بالرجوع إلى القرآن الكريم والسنة والاعتماد عليهما في تعزيز الوعي الديني.

جدول (27): مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير رأي الطلبة حول المسائل الدينية خلال غلق دور العبادة.

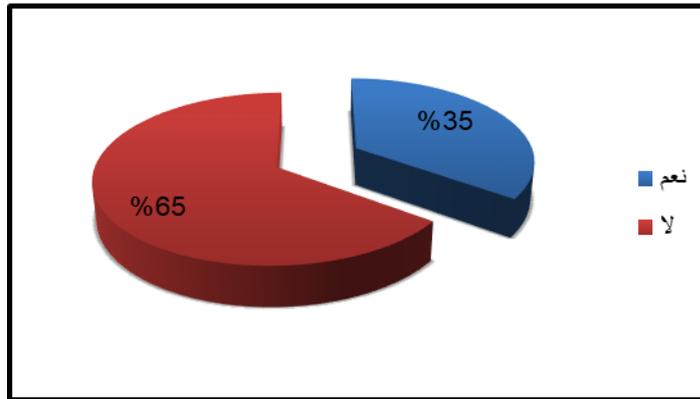
| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| نعم | 25 | 35% |
| لا | 46 | 65% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب مفردات الدراسة نفت مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير رأي الطلبة حول المسائل الدينية خلال غلق دور العبادة، حيث ظهر ذلك بـ 46 مفردة من أصل 71 مفردة، أي بنسبة (65%) بينما 25 مفردة من أصل 71 التي قدرت بـ (35%) ترى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في تغيير رأي الطلبة حول المسائل الدينية خلال غلق دور العبادة.

الشكل (27): مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير رأي الطلبة حول المسائل الدينية خلال

غلق دور العبادة



المصدر: إعداد الطلبة

يرجع سبب تصدر نسبة نفي مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير رأي الطلبة حول المسائل الدينية خلال غلق دور العبادة كون أن الكثير من المبحوثين لديهم شكوك في المعلومات المنشورة وخاصة عند فرض الحجر الصحي أثناء جائحة كورونا وغلق المساجد ودور العبادة، حيث يمكن

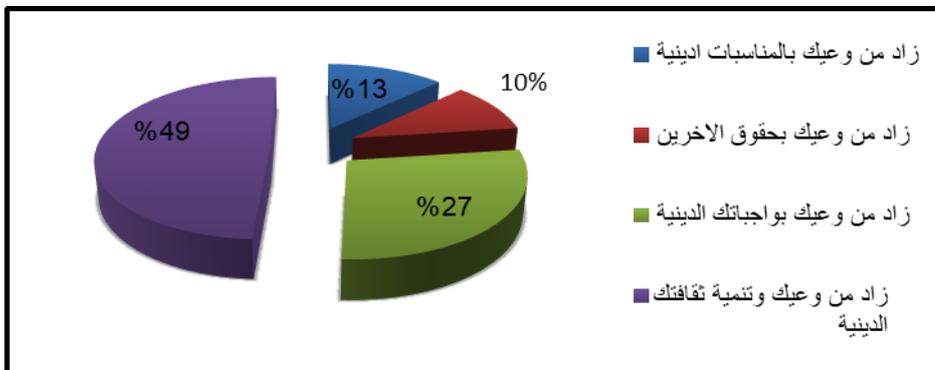
لأي فرد إنشاء منصات عبر صفحات الفيسبوك وغيرها من المواقع كون أن هذه المنصات تعد مناير مفتوحة بدون رقابة يستطيع أي فرد من نشر وتقديم مضامين دينية غير موثقة من مصادر أصلية. الجدول (28): يوضح رأي الطلبة حول ما تنشر المنصات الاجتماعية خلال فترة الحجر الصحي

| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|-----------------------------------|---------|--------|
| زاد من وعيك بالمناسبات الدينية | 12 | 13% |
| زاد من وعيك بحقوق الآخرين | 10 | 10% |
| زاد من وعك بواجباتك الدينية | 27 | 28% |
| زاد من وعيك وتنمية ثقافتك الدينية | 47 | 49% |
| أخرى | - | - |
| المجموع | 96 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

تبين نتائج الجدول رأي المبحوثين فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحجر الصحي، فنجد (49%) أي ما يعادل 47 مفردة من أصل 96 مفردة من إجابات المبحوثين يؤكدون أنها زادت من وعيهم وتنميتهم لثقافتهم الدينية، تليها 27 مفردة من أصل 96 مفردة بنسبة (28%) يرون بأنها زادت من وعيهم بواجباتهم الدينية أما 12 مفردة أي (13%) من المبحوثين يرون أنها زادت كذلك من وعيهم بالمناسبات الدينية، في حين (10%) أقرروا بأن مواقع التواصل الاجتماعي زادت من وعيهم بحقوق الآخرين.

الشكل (28): يوضح رأي الطلبة حول ما تنشر مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحجر الصحي



المصدر: إعداد الطلبة

تفسر معطيات الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تنمية ثقافة الأفراد بدينهم وزيادة وعيهم الديني خاصة أننا نعيش في عصر التكنولوجيا وما توفره من الإمكانيات التي تزود الفرد

بالمعلومات الدينية خاصة خلال فترة الحجر الصحي وذلك مما يتابعونه من منشورات وصفحات دينية إذ تعتبر هذه الأخيرة أداة إقناعية لتقوية الإيمان ونشر تعاليم الدين الإسلامي بدافع التنقيف وإثراء الرصيد المعرفي حول ديننا الحنيف وكذلك كسب منهج جديد يسير عليه الفرد.

جدول (29): تعويض مواقع التواصل الاجتماعي لدور المساجد في نشر الثقافة الدينية خلال فترة

الحجر الصحي

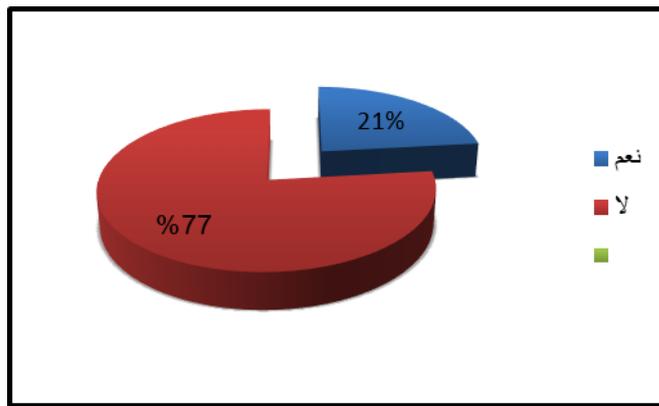
| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| نعم | 15 | 21% |
| لا | 56 | 79% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

تفسر نتائج الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تعوض دور المساجد في نشر الثقافة الدينية خلال جائحة كورونا بما يعادل 56 مفردة من أصل 71 بنسبة (79%) في حين أن 15 مفردة من أصل 71 مفردة بنسبة (21%) يؤكدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تعوض دور المساجد خلال جائحة كورونا.

الشكل (29): تعويض مواقع التواصل الاجتماعي لدور المساجد في نشر الثقافة الدينية خلال فترة

الحجر الصحي



المصدر: إعداد الطلبة

يعود سبب تأكيد أغلب الباحثين أنه لا يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي تعويض دور المساجد في نشر الثقافة الدينية، ذلك راجع إلى المكانة التي يحظى بها المسجد بإعتباره أشرف البقاع عند المسلمين إذ يعد منبعاً للعلوم والمعرفة الدينية والتربوية وإعطاء الرأي الأصح وتلقي المواعظ والخطب

الحاثة على القيم والأخلاق الفاضلة على عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي تعطي فرصة لجميع الفئات بالكتابة والنشر عبرها دون التأكد من صحة القضايا المتداولة.

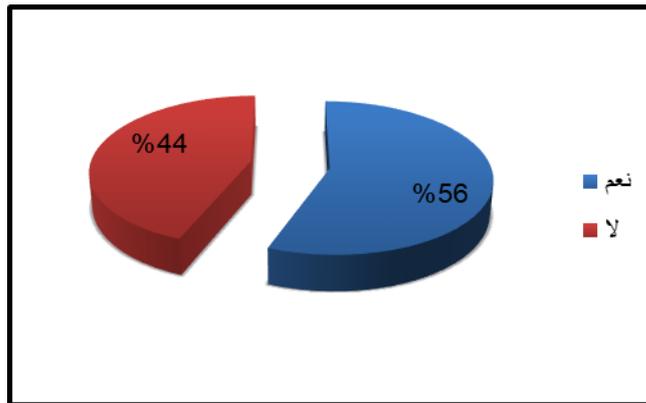
الجدول (30): يوضح رأي الطلبة حول مدى إمكانية التعبير بحرية عن القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 56% | 40 | نعم |
| 44% | 31 | لا |
| 100% | 71 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

تبين نتائج الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح للمبجوثين إمكانية التعبير بكل حرية عن القضايا الدينية خلال جائحة كورونا وقد عبّر عن ذلك 40 مستجوب من أصل 71 مستجوب أي ما يعادل نسبة (56%)، في حين أقر 31 مستجوب من أصل 71 ما يعادلنسبة (44%) أن مواقع التواصل الاجتماعي قيّدت حريتهم في التعبير عن المسائل الدينية خلال جائحة كورونا.

الشكل (30): يوضح رأي الطلبة حول مدى إمكانية التعبير بحرية عن القضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا



المصدر: إعداد الطلبة

تفسر لنا البيانات أن أغلب المبجوثين حققت لهم مواقع التواصل الاجتماعي الاشباع التي يطمحون إلى تحقيقها من خلال التعبير بحرية ومشاركتهم لأرائهم بأريحية في مختلف المجالات وخاصة في المجال الديني باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدر للحصول على المعلومات التي يرغبون الوصول إليها بشكل مباشر وآني صوتا وصورة.

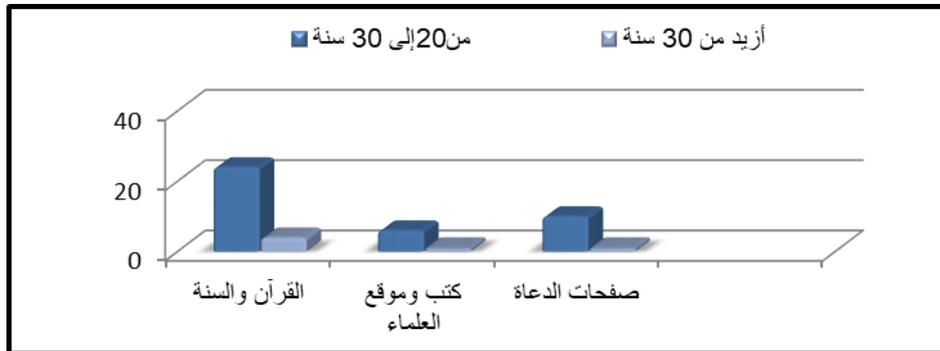
جدول (31): مصدر المنشورات الدينية التي يقوم الطلبة الجامعيين بإعادة نشرها خلال جائحة كورونا

| المجموع | | السن | | | | |
|---------|---------|----------------|---------|------------------|---------|-------------------|
| | | أزيد من 30 سنة | | من 20 إلى 30 سنة | | |
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | المتغير |
| 61% | 28 | 66% | 4 | 60% | 24 | القرآن والسنة |
| 15% | 7 | 17% | 1 | 15% | 6 | كتب وموقع العلماء |
| 24% | 11 | 17% | 1 | 25% | 10 | صفحات الدعاة |
| - | - | - | - | - | - | أخرى |
| 100% | 46 | 100% | 6 | 100% | 40 | المجموع |

المصدر: إعداد الطلبة

يبين الجدول أعلاه أبرز مصادر المنشورات الدينية التي يتابعها الطلبة الجامعيون حسب متغير السن، ويأتي مصدر القرآن والسنة في المركز الأول كمصدر رئيسي للمنشورات الدينية بعدد التكرارات قدر بـ 28 من مجموع 46 أي بنسبة (61%) وكشف الجدول أن فئة الطلبة من 20 إلى 30 سنة هم أكثر المتابعين لهذه الصفحات بواقع 24 مفردة مقابل 4 مفردات لفئة أزيد من 30 سنة وجاءت صفحات الدعاة في المركز الثاني بعدد 11 مفردة أي بنسبة قدرت بـ (24%) وجاءت الأرقام كالتالي: الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة برقم قدر بـ 10 مفردات بنسبة (25%) أما بالنسبة لفئة أكثر من 30 سنة برقم قدر بـ 01 تكرار أي (17%) في حين أن كتب وموقع العلماء فكانت في المركز الثالث بعدد 07 تكرارات بنسبة (15%).

الشكل (31): مصدر المنشورات الدينية التي يقوم الطلبة الجامعيين بإعادة نشرها خلال جائحة كورونا



المصدر: إعداد الطلبة

تفسر المعطيات الإحصائية أن غالبية أفراد العينة يتقون بمصدر المنشورات الدينية المتمثلة في القرآن والسنة كون أن هذه المصادر أكثر مصداقية لتعليم فرائض الدين وأكثر ثقة من مواقع التواصل

الاجتماعي، إضافة لصفحات الدعاة إذ تعتبر هذه الأخيرة بمثابة أداة إقناعية لتقوية الإيمان وغرس تعاليم الدين الإسلامي، أما فيما يخص كتب ومواقع العلماء فحضنت نسبة متقاربة لدى الفئات العمرية الأخرى ويرجع ذلك لوجود صفحات دينية مثل صفحة العزة للإسلام يعتمدون عليها في كسب معارف جديدة.

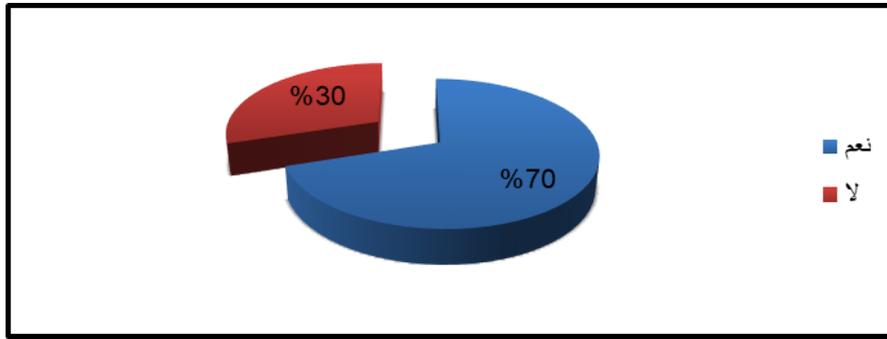
جدول (32): يوضح تفاعل الطلبة مع المنشورات الدينية خلال جائحة كورونا

| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| نعم | 50 | 70% |
| لا | 21 | 30% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يكشف الجدول أعلاه أن 50 مفردة من أصل 71 مفردة أي ما يعادل نسبة (70%) يتفاعلون مع المنشورات الدينية خلال جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حين نفى 21 مفردة من أصل 71 مفردة تفاعلها مع هذه المنشورات بنسبة (30%).

الشكل (32): يوضح تفاعل الطلبة مع المنشورات الدينية خلال جائحة كورونا



المصدر: إعداد الطلبة

يرجع سبب تأكيد غالبية المبحوثين تفاعلهم مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا، كونها تتميز بالآنية والسرعة في نقل المعلومة صوتاً وصورة بجانب إتاحة إمكانية التفاعل مع هذه المواضيع، إضافة لكونها المصدر الوحيد المتاح في ظل غلق المساجد ودور العبادة خلال فترة الحجر الصحي، فقد أصبحوا الأئمة والدعاة يلجئون إليها من أجل نشر خطب الجمعة والدروس الدينية.

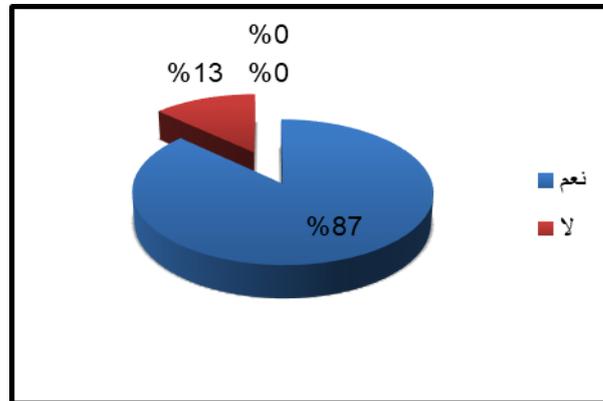
جدول (33): يوضح آراء الطلبة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي

| الاحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| نعم | 62 | 87% |
| لا | 9 | 13% |
| المجموع | 71 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يوضح الجدول أعلاه إقرار أغلب مفردات الدراسة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الدينية حيث ظهر ذلك ب 62 مفردة من أصل 71 مفردة بنسبة بلغت (87%) في حين نفت 09 مفردات من أصل 71 عينة عن نشر الثقافة الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (13%).

الشكل (33): يوضح آراء الطلبة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي



المصدر: إعداد الطلبة

تفسر المعطيات الإحصائية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية خلال جائحة كورونا، باعتبارها منفذ جديد للتزويد بالمعلومات واكتساب معارف جديدة من خلال احتوائها على شرح مفصل حول المسائل تثير اهتمامهم من تعاليم الدين الإسلامي وتثقيف الأفراد بالعقيدة الإسلامية، في حين رأت فئة أخرى من عينة البحث أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تساهم في نشر الثقافة الدينية كون أنها لا تحقق إشباعات كافية لهم.

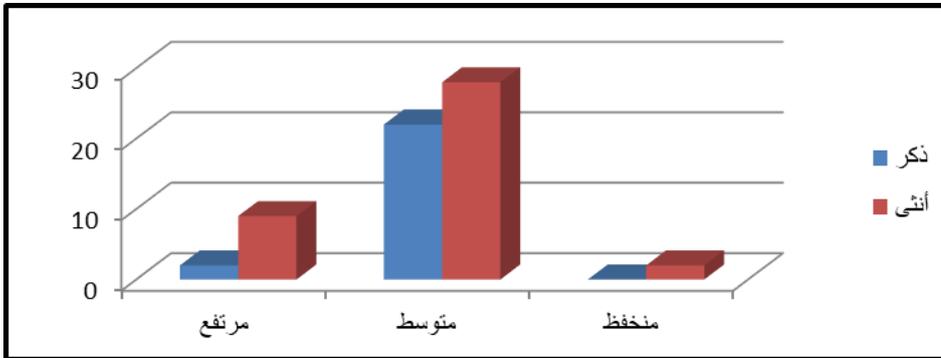
جدول(34): درجة مساهمة المواقع الاجتماعية في نشر الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي

| المتغير | | السن | | | |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|
| | | أنثى | | ذكر | |
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار |
| مرتفع | 11 | 23% | 9 | 8% | 2 |
| متوسط | 50 | 72% | 28 | 92% | 22 |
| منخفض | 2 | 5% | 2 | - | - |
| المجموع | 63 | 100% | 39 | 100% | 24 |

المصدر: إعداد الطلبة

يوضح الجدول أعلاه أن جل أفراد العينة أقرروا أن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي كانت بدرجة متوسطة بـ 50 مفردة من أصل 63 مفردة بنسبة 79 و 11 مفردة من أصل 71 أي ما يعادل (18%) تبين مساهمة هذه المواقع بدرجة مرتفعة، بينما مفردتين يبينون درجة مساهمة الشبكات الاجتماعية في نشر الثقافة الدينية بدرجة منخفضة بنسبة (13%).

الشكل(34): درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي



المصدر: إعداد الطلبة

يمكن تفسير اهتمام الطلبة بالمنشورات الدينية بشكل متوسط كونهم يضعون مواقع التواصل الاجتماعي في المركز الثاني كوسيلة لأخذ المعلومات الدينية وذلك لوجود مصادر أخرى أكثر مصداقية لتعلمهم فرائض الدين وأكثر ثقة من مواقع التواصل الاجتماعي في حين أن البعض كانت درجة ثقتهم في المضامين الدينية مرتفعة كون أن مواقع التواصل الاجتماعي ، تعد من أهم التطورات التي حدثت في العصر الحالي التي تساهم بشكل كبير في نشر الثقافة الدينية بطرق مختلفة ومقنعة عند هذه الفئة، أما بالنسبة للباقي فقد أقرروا أن درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية منخفضة ، وذلك راجع إلى شكوكهم في المعلومات المنشورة كون أن بعض الناشرين لا يتمتعون بمؤهلات وخبرة علمية لنشر الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي.

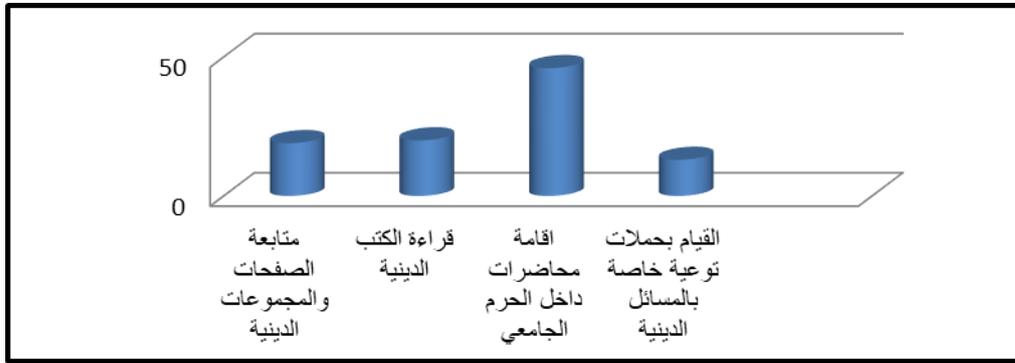
الجدول (35): يبين اقتراحات أفراد العينة لتنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين

| متغير | اكرار | النسبة |
|---|-------|--------|
| متابعة الصفحات والمجموعات الدينية | 16 | 19% |
| قراءة الكتب الدينية | 17 | 20% |
| إقامة محاضرات داخل الحرم الجامعي | 37 | 45% |
| القيام بحملات توعية خاصة بالمسائل الدينية | 13 | 16% |
| المجموع | 83 | 100% |

المصدر: إعداد الطلبة

يبين الجدول أعلاه أهم اقتراحات أفراد العينة لتنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة، حيث عبرت 37 مفردة من أصل 83 مفردة ضرورة إقامة محاضرات داخل الحرم الجامعي بنسبة بلغت حدود (45%)، بينما اقترحوا قراءة الكتب الدينية 17 مفردة من أصل 83 مفردة ما يعادل نسبة (20%)، في حين أقرت متابعة الصفحات والمجموعات الدينية 16 مفردة من أصل 83 مفردة أي بنسبة (19%)، أما الفئة الأخيرة المقدره بـ 13 مفردة من أصل 83 مفردة أي بمعدل (16%) اقترحوا القيام بحملات توعية خاصة بالمسائل الدينية.

الشكل (35): يبين اقتراحات أفراد العينة لتنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

تفسر المعطيات الإحصائية السابقة أن 37 مفردة اقترحت إقامة محاضرات داخل الحرم الجامعي لتنمية الثقافة الدينية وذلك بدافع التنقيف وإثراء الرصيد المعرفي حول ديننا الحنيف وتنمية بعض القيم الخلقية لدى أفراد العينة، كون التلقي المباشر يساعد على ترسيخ المعلومة وكذا الممارسة الفعلية للعبادات والشعائر وتدريبهم عليها، في حين اقترحت الفئة الثانية قراءة الكتب الدينية ومتابعة الصفحات والمجموعات الدينية وهذا راجع إلى قدرة المبحوثين على العودة إلى مصادر المعلومات، ناهيك عن ما توفره من إجابات عن عدة استفسارات وقضايا دينية يناقشها العلماء ورجال الدين وفقا لمتغيرات مجتمع اليوم.

النتائج الميدانية للدراسة

ثانياً: النتائج الميدانية للدراسة

خلصت دراستنا الموسومة بـ " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا" إلى النتائج التالية:

1. بينت الدراسة امتلاك جميع أفراد العينة حساباً عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع إلى المميزات التي تتمتع بها هذه المواقع من سهولة استخدامها وإمكانية التواصل وتبادل الأفكار والآراء.
2. كشفت الدراسة امتلاك معظم العينة أزيد من حساب عبر مواقع مختلفة أبرزها فيسبوك وأنستغرام.
3. أظهرت لنا الدراسة أن الهاتف النقال هو الوسيلة التي تعتمد عليها غالبية الطلبة أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع إلى الخصائص التي يمتاز بها بالإضافة إلى سهولة استخدامها، كما أنهم يفضلون التصفح في الفترة الليلية وذلك باعتبارها فترة راحة.
4. كشفت الدراسة تصفح أغلب أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من 05سا.
5. تفضيل أغلب أفراد العينة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بمنزلهم.
6. أوضحت الدراسة استخدام أفراد العينة اللغة العربية أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأنها اللغة الرسمية الأولى في البلاد.
7. أثبتت الدراسة طبيعة المضامين الدينية التي يتابعها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي أدعية وأذكار.
8. كشفت هذه الدراسة أن معظم أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي فتحت لها المجال للتعبير بحرية عن القضايا الدينية خلال جائحة كورونا.
9. أكدت الدراسة تفاعل معظم أفراد العينة مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإعجاب بالمنشورات كونها ميزة آنية تمكن المتفاعل مع التعبير من آرائه الدينية من خلال ضغط زر الإعجاب.
10. أوضحت لنا الدراسة ثقة أغلب المبحوثين في المعلومات الدينية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة وهذا راجع إلى كثرة الصفحات الدينية.
11. أكدت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعوض دور المساجد خلال فترة الحجر الصحي ويرجع سبب ذلك إلى المكانة التي تحظى بها المساجد.
12. أثبتت لنا الدراسة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال فترة الحجر الصحي باعتبارها منفذ جديد للتزويد بالمعلومات الدينية.
13. يقترح معظم المبحوثين تقديم محاضرات داخل الحرم الجامعي وكذا تصفح المجموعات الدينية، بالإضافة إلى القيام بحملات توعية خاصة بالمسائل الدينية.

مناقشة النتائج الميدانية للدراسة

ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية

1: مناقشة النتائج الميدانية في ضوء الفرضيات:

بعد جمع وتبويب البيانات وتحليلها، خلصنا بالدراسة الميدانية التالية:

• عرض نتائج الفرضية رقم(01):

يستخدم الطلبة الجامعيون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف

للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استنتاج نتائج الاستمارة:

- يكشف الجدول(06): استخدام معظم العينة لمواقع التواصل الاجتماعي منذ أزيد 03 سنوات.
- يكشف الجدول(07): امتلاك جميع أفراد العينة لحساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- يكشف الجدول(10): تفضيل أغلب مفردات العينة الفترة الليلية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.
- يكشف الجدول(14): تفضيل أغلب مفردات العينة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بمفردهم.

نستنتج من خلال النتائج المستخلصة أن الفرضية الأولى تحققت، حيث أن أغلب الطلبة الجامعيون يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف

• عرض نتائج الفرضية رقم(02):

يعتمد الطلبة الجامعيون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية

للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استنتاج نتائج الاستمارة:

- يكشف الجدول (15): أن أغلب مفردات العينة يهتمون بالمواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- يكشف الجدول (16): أن معظم أفراد العينة يقومون بنشر مواضيع دينية عبر حسابهم الخاص
- يكشف الجدول(17): أن أغلب مفردات العينة يتفاعلون مع المنشورات الدينية من خلال الإعجاب.
- يكشف الجدول(20): أن أغلب أفراد العينة قد غيرت فيهم مواقع التواصل الاجتماعي بعض السلوكيات الدينية.

نستنتج من خلال النتائج المستخلصة أن الفرضية الثانية تحققت، حيث أن معظم الطلبة الجامعيين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية.

• عرض نتائج الفرضية(03):

أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي إلى زيادة الثقافة الدينية لدى طلبة الحقوق بجامعة جيجل.

للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استنتاج نتائج الاستمارة:

- يكشف الجدول رقم(23): تأكيد أغلب مفردات العينة على مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب معلومات دينية جديدة.
- يكشف جدول (27): عدم مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير رأي الطلبة حول المسائل الدينية خلال غلق دور العبادة.
- يكشف الجدول (29):عدم تعويض مواقع التواصل الاجتماعي دور المساجد في نشر الثقافة الدينية.
- يكشف الجدول (30): أن معظم مفردات العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح لهم إمكانية التعبير بحرية عن القضايا الدينية خلال فترة الحجر الصحي.

نستنتج من خلال الجداول المستخلصة أن الفرضية الثالثة لم تحقق، حيث يقر معظم الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تساهم في زيادة الثقافة الدينية

2. مناقشة النتائج في ضوء المقاربة العلمية:

اعتمدنا في دراستنا الموسومة ب" دور مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا" على البنائية الوظيفية كمقاربة علمية، حيث سناقش نتائج الإستمارة في ضوء مسلمات النظرية.

• مناقشة النتائج في ضوء المقاربة العلمية للنظرية البنائية الوظيفية:

عرض المسلمة (1):

تقوم عناصر النظام والأنشطة المتكررة في المجتمع بالمحافظة على إستقرار النظام، ووسائل الإعلام عبارة عن الأنشطة المتكررة التي تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع، تتبني العلاقة بين هذه العناصر وباقي العناصر الأخرى في المجتمع على أساس الاعتماد المتبادل بين العناصر الأخرى في المجتمع على أساس الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر والأنشطة لضمان إستقرار المجتمع وتوازنه

من أجل التأكد من صحة هذه المسلمة من عدمها سنحاول استخلاص نتائج الاستمارة:

- يتبين من خلال الجدول (06): مدة تصفح معظم أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي لمدة طويلة من الزمن لأزيد من 3 سنوات وذلك راجع للتطور الهائل للتكنولوجيا والاتصال والمعلومات مما أتاحت سهولة التواصل والربط بين الأصدقاء.
- يتبين من خلال الجدول (16): تفاعل أغلب المبحوثين مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال نشرها عبر حسابهم الخاص.
- يتبين من خلال الجدول (25): درجة تقييم الطلبة للمنشورات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا مفيدة وهذا راجع إلى اهتمامهم الكبير بهذه المنشورات التي تدعوا إلى التمسك بالقيم والدين الإسلامي.

نستنتج أن المسلمة السابقة تحققت، فمواقع التواصل الاجتماعي تحافظ على توازن النسق واستقرار المجتمع، حيث لها دور في تنمية الثقافة الدينية، وبالتالي تسهم في إستقرار النظام الاجتماعي.

عرض المسلمة (02):

كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها على المحافظة على استقرار النظام

- للتأكد من صحة هذه المسلمة من عدمها سنحاول استخلاص نتائج الاستمارة:
- يتبين من خلال الجدول (24): عدم اشتراك الطلبة الجامعيين في مجموعات دينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مرتفعة وذلك بسبب غموض مصادر معلوماتها.
 - يتبين من خلال الجدول (27): تصدر نسبة نفي مواقع التواصل الاجتماعي تغيير رأي الطلبة حول المسائل الدينية خلال غلق دور العبادة بسبب تقديم مضامين معقدة متنافية مع شخصية أفراد العينة.
 - يتبين من خلال الجدول (29): عدم قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في تعويض دور المساجد لنشر الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي، وهذا راجع إلى المكانة التي يحظى بها المسجد باعتباره مكان للتشاور في الأمور الدينية وإعطاء الرأي الأصح بمصادقية.

نستنتج أن المسلمة السابقة لم تتحقق، كون أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تقم بوظيفتها في المحافظة على استقرار الأفراد في المجتمع، وذلك بسبب غموض مصادر المعلومات التي تقدم من خلال المنشورات الدينية.

عرض المسلمة (03):

النظر إلى المجتمع على أنه يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم نشاط هذه العناصر بشكل متكامل

- من أجل التأكيد من صحة هذه المسلمة من عدمها سنحاول استخلاص نتائج الاستمارة:
- يبين لنا الجدول (07): أكثر المواقع التي يتابعها المستجوبين هو موقع الفيسبوك وهذا راجع إلى الخاصيات الموجودة فيه، في تحقيق اشباعات وحاجات اجتماعية مختلفة.
 - يبين لنا الجدول (09): استخدام أغلب أفراد العينة الهاتف الذكي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لسهولته وبساطة استخدامه للتواصل مع الآخرين بسهولة.
 - يبين لنا الجدول (22): تمكن مواقع التواصل الاجتماعي من تغيير السلوكيات الدينية لدى أفراد العينة من خلال المنشورات التي تبث خلالها من مودة وألفة ونشر تعاليم الدين الإسلامي.

نستنتج أن المسلمة السابقة تحققت، فمواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من أهم المواقع التي لها الشعبية الواسعة ومساهمتها في نشر الثقافة الدينية، كما تحافظ على ترابط وتنظيم المجتمع بشكل متكامل.

• مناقشة النتائج في ضوء المقاربة العلمية لنظرية الاستخدامات والإشاعات:
عرض المسلمة 01:

أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة

للتأكد من هذه المسلمة نستعرض مجموعة من النتائج الخاصة باستمارة البحث نذكر منها:

- يكشف الجدول رقم(16): نشر المبحوثين للمواضيع الدينية عبر حسابهم الخاص.
- يكشف الجدول (18): طبيعة تفاعل المبحوثين مع المواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال الإعجاب والمشاركة والتعليق، وهذا يبين أنهم يتفاعلون مع المنشورات التي تثير اهتمامهم.
- يكشف الجدول (21): تغيير مواقع التواصل الاجتماعي لبعض السلوكيات الدينية لدى المبحوثين.
- يكشف الجدول (23): مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب معلومات دينية جديدة.
- يكشف الجدول رقم(26): رغم اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب المعلومات الدينية، إلا أنهم لا يتقنون في كل ما ينشر حيث أنّ درجة ثقتهم في هذه المعلومات الدينية متوسطة.

نستنتج من خلال النتائج المستخلصة أن المسلمة الأولى تحققت، حيث أن المبحوثين مشاركون ايجابيون وفعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة

عرض المسلمة 02:

الجمهور هو الذي يختار وسائل ومضمون وسائل الاتصال، وليس وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد

للتأكد من هذه المسلمة نستعرض مجموعة من النتائج الخاصة باستمارة البحث نذكر منها:

- يكشف الجدول (07): امتلاك جل المبحوثين لحساب أو أكثر عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل: يوتيوب، فيسبوك، انستغرام، وهذا راجع لأهمية هذه المواقع في حياتهم وتلبية احتياجاتهم ورغباتهم.
- يكشف الجدول رقم(09): تصفح أغلب المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الهاتف النقال.

- يكشف الجدول رقم(15): متابعة معظم المبحوثين للمواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا دليل على أن هذه المواضيع تشبع رغباتهم.

نستنتج من خلال النتائج المستخلصة أن المسلمة الثانية تحققت، حيث أن معظم الطلبة الجامعيين هم الذين يختارون الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاتهم، فالطلبة هم من يستخدمون وسائل الاتصال وليس وسائل الاتصال هي من تستخدم الطلبة.

عرض المسلمة 03:

يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات

للتأكد من هذه المسلمة نستعرض مجموعة من النتائج الخاصة باستمرار بحث نذكر منها:

- يكشف الجدول (25): تقييم المبحوثين للمنشورات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا حيث أقرّ أغلبهم أنها مفيدة.
- يكشف الجدول (29): أن المنشورات التي تم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحجر الصحي زاد من وعيهم وتنمية ثقافتهم الدينية.
- يكشف الجدول (31): اختيار أغلب المبحوثين صفحات القرآن والسنة كمصدر للمنشورات الدينية التي يتابعونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

نستنتج من خلال النتائج المستخلصة أن المسلمة الثالثة تحققت، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في إشباع الحاجات المتنوعة لمعظم الطلبة الجامعيين.

رابعا:مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

نناقش في هذا الجزء النتائج التي توصلنا إليها في هذه الدراسة في ضوء نتائج الدراسات السابقة لمعرفة مدى توافق بين نتائج كل منهما:

1. عرض الدراسة السابقة رقم 01:

- دراسة بعنوان: الثقافة الدينية للطلاب ودورها في علاج الانحلال الأخلاقي في الجامعة.
توصل الباحث لمجموعة نتائج أهمها:

1. المستوى المحدود للثقافة الدينية لدى غالبية الطلبة لذا فمن الضروري العمل على ما من شأنه اكتساب أفراد المجتمع الفضائل الدينية.
2. النقص في المجالات والصحف الدينية الهادفة بسبب انحلال الأخلاق، فمن الأفضل إنشاء المجالات والصحف التي تعرف الأفراد بأمر دينهم.
3. اختيار البرامج والمواضيع الدينية الهادفة والبناءة وطرحها بشكل جدي للمساهمة في كشف الخبايا وإيجاد الحلول وليس لملء الوقت فقط.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة، نعرض نتائج الجدول الخاصة بدراستنا منها:

1. أكدت الدراسة تفاعل معظم أفراد العينة مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإعجاب بالمنشورات كونها ميزة آنية تمكن المتفاعل بالتعبير عن آرائه الدينية من خلال ضغط زر الإعجاب.
2. كشفت هذه الدراسة أن معظم أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي فتحت لها المجال للتعبير بحرية عن القضايا الدينية خلال جائحة كورونا.
3. أثبتت الدراسة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال فترة الحجر الصحي باعتبارها منفذ جديد للتزويد بالمعلومات الدينية.

نستنتج من خلال عرض أهم النتائج المتوصل إليها في كلتا الدراستين، أنهما لا تتوافقان في النتائج لأن المتغير المستقل يختلف وبالتالي النتائج بعيدة ومختلفة.

2. عرض الدراسة السابقة رقم (02):

- دراسة بعنوان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية.

توصلت الباحثة لمجموعة من النتائج أهمها:

1. تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أزيد من 3 ساعات في استخدام حساب الفيس بوك.
2. يدخل أغلب أفراد العينة " الفيس بوك" من المنزل بنسبة (61%) ويميل (87%) إلى الاستخدام الفردي للموقع في حين يستخدمه (06%) مع أصدقائهم.
3. تبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف بنسبة (14%) ثم زيادة المعلومات والمعارف بنسبة (13.84%) يليه الترفيه والتسلية بنسبة

- (12.71%)، كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع " الفايسبوك " بهويتهم الحقيقية بنسبة (66%) حتى يجدهم معارفهم بسهولة بنسبة فيما يستخدمها (39%) حتى يحظوا بثقة المتفاعلين.
- للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة، نعرض نتائج الجداول الخاصة بدراستنا منها:
1. كشفت لنا الدراسة تصفح أغلب أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من 5 ساعات.
 2. تفضيل أغلب المستجوبين تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بمنزلهم.
 3. أثبتت الدراسة أن الأدعية والأذكار أهم المضامين الدينية التي يتابعها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

نستنتج من خلال النتائج المستخلصة من الدراسة السابقة، أنها تتوافق في عدة نقاط وتختلف في أخرى بسبب تركيز دراستنا على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا.

3. عرض الدراسة السابقة رقم (03):

- دراسة بعنوان: مواقع لتواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية الفيس بوك.

توصل الباحث لمجموعة من النتائج أهمها:

1. يستخدم أغلب الطلبة الجامعيين موقع الفيس بوك للإطلاع على الأحداث الجارية في العالم ومعرفة آراء الآخرين في مختلف القضايا التي تطرح على كافة الأصعدة.
 2. أغلب الطلبة الجامعيين يعتبرون مهتمين بموقع الفيس بوك، كما أن أغليتهم يستخدمون الفيس بوك من ساعتين إلى أربع ساعات يوميا، وبذلك يعتبرون مدمنين على الفيس بوك حسب إجاباتهم.
 3. يحرص أغلب الطلبة الجامعيين على نشر أمور متعلقة بالدين الإسلامي على جدار صفحاتهم، كما يحرصون على الاشتراك في مجموعات تدعو إلى نشر تعاليم الدين الإسلامي، ويقومون كذلك بإعادة نشر المنشورات التي تعجبهم ليستفيد منها أصدقائهم وذلك وفق الكتاب والسنة.
- للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع نتائج هذه الدراسة السابقة نحاول عرض النتائج الميدانية لموضوع البحث:

1. بينت لنا الدراسة امتلاك جميع أفراد العينة حسابا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا راجع إلى المميزات التي تتمتع بها هذه المواقع وسهولة استخدامها، بالإضافة إلى إمكانية التواصل وتبادل الآراء.

2. كشفت لنا الدراسة امتلاك معظم أفراد العينة أزيد من حساب في مواقع مختلفة أبرزها فايس بوك وأنستغرام.

3. أكدت الدراسة تفاعل معظم أفراد العينة مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإعجاب بالمنشورات كونها ميزة أنية تمكن المتفاعل التعبير عن آرائه الدينية من خلال ضغط زر الإعجاب.

نستنتج من خلال عرض مدى توافق الدراستين السابقة والحالية أنها تتوافق في نقاط كثيرة وتختلف في البعض منها

4. عرض الدراسة السابقة رقم (04):

- دراسة بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، الفيس بوك أنموذجاً.
توصلت الباحثتين لمجموعة من النتائج:

1. يستخدم أفراد العينة أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي اللغة الفرنسية بنسبة 45% يليها مزيج بين اللغات بنسبة 31% في حين جاءت اللغة العربية بنسبة 15% فقط.
2. أغلب الطلبة الجامعيين يرون أن الفيس بوك يلبي رغباتهم الدنية وذلك بالاستزادة من الثقافات الدينية من خلال الصفحات والمنشورات الدينية التي يتابعونها والتي تحمل مجموعة من المعلومات الثقافية الدينية التي تنمي وعيهم الديني.
3. يتفاعل أغلب المبحوثين مع المسائل الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإعجاب بنسبة 66% تليها خاصية التعليق.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة السابقة، نعرض نتائج الجدول الخاصة بدراستنا:.

1. أوضحت الدراسة استخدام معظم أفراد العينة اللغة العربية أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأنها اللغة الرسمية للبلاد.
2. أكدت الدراسة تفاعل معظم أفراد العينة مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإعجاب بالمنشورات كونها ميزة أنية تمكن المتفاعل التعبير عن آراءه الدينية من خلال ضغط زر الإعجاب.

3. أثبتت لنا الدراسة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال فترة الحجر الصحي في التزويد بالمعلومات واكتساب معارف جديدة.

نستنتج من خلال النتائج المستخلصة من الدراسة السابقة أنها تتوافق مع دراستنا كونهما يشتركان في المتغير المستقل ويختلفان في المتغير التابع.

5. عرض الدراسة السابقة رقم (05):

- دراسة بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين" خلصت الباحثين إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. يتفاعل أغلب المبحوثين مع المسائل الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإعجاب بنسبة (66%)، تليها خاصية التعليق.

2. أكد غالبية الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تدعيم بعض المفاهيم الدينية.

3. يقترح المستجوبون إقامة محاضرات وندوات داخل الحرم الجامعي وكذا متابعة الصفحات الدينية.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة نعرض النتائج الميدانية الخاصة بموضوع دراستنا:

1. أكدت الدراسة تفاعل معظم أفراد العينة مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإعجاب بالمنشورات بنسبة (56%).

2. أكد غالبية الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تغيير بعض السلوكيات الدينية.

3. يقترح معظم المبحوثين القيام بمحاضرات وندوات داخل الحرم الجامعي، تليها متابعة الصفحات والمجموعات الدينية، وأخيرا القيام بحملات توعية خاصة بالمسائل الدينية.

نستنتج من خلال الدراستين أنهما تتوافقان في النتائج المتوصل إليها، وهذا راجع لكونهما تشتركان في المتغيرين التابع والمستقل

خلاصة الفصل:

قمت في هذا الفصل بتفريغ وتبيان استجابات أفراد العينة المدروسة حول عبارات الإستبيان الموزعة عليهم وعرض البيانات الإحصائية المتعلقة بكل محور وتوزيعها في جداول حتى يسهل علينا قراءتها وبالتالي تفسيرها ومناقشتها للتأكد من صحة الفرضيات أو عدمها في إطار الدراسات السابقة.

الإستنتاجات العامة للدراسة

الإستنتاجات العامة للدراسة:

بعد استعراض النتائج الميدانية للدراسة ومناقشتها في ظل الفرضيات والمقاربة العلمية والدراسات السابقة توصلنا الى الإستنتاجات العامة للدراسة:

✚ امتلاك معظم مفردات العينة حسابا عبر مواقع التواصل الاجتماعي منذ أزيد من 03 سنوات وذلك بسبب التطور الهائل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

✚ يعتبر موقع الفيسبوك أكثر المواقع تصفحا من قبل المبحوثين يليه موقع الانستغرام.

✚ تفضل أغلب مفردات العينة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بمفردهم، وهذا راجع إلى خصوصية كل شخص.

✚ تفضيل معظم مفردات العينة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بمنزلهم.

✚ استخدام مفردات العينة اللغة العربية أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

✚ اهتمام المبحوثين بالمواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة وهذا يعود لعدم وجود ثقة كافية بهذه المنشورات.

✚ مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب معلومات دينية جديدة لدى الطلبة الجامعيين.

✚ عدم مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير رأي الطلبة حول المسائل الدينية خلال غلق فترة الحجر الصحي.

✚ تأكيد أغلب المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي زادت من وعيهم وتنمية ثقافتهم ومعتقداتهم الدينية خلال فترة الحجر الصحي.

✚ عدم تعويض مواقع التواصل الاجتماعي لدور المساجد خلال فترة الحجر الصحي.

✚ اقتراح المستجوبون إقامة محاضرات داخل الحرم الجامعي، وكذلك قراءة الكتب الدينية.

إقتراحات الدراسة

إقتراحات الدراسة:

من خلال ما توصلنا إليه من نتائج ميدانية ارتأينا إلى تقديم مجموعة من الإقتراحات التي قد تساهم في تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين:

- ✚ ضرورة الإهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي بإعتبارها نافذة لحرية الرأي والتعبير وإستغلالها في تدعيم وترسيخ الثقافة الدينية.
- ✚ التعامل مع المعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوعي من قبل المتلقين لتجنب الوقوع في فخ الزيف الإعلامي.
- ✚ يجب على كل الناشرين للمعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي التحلي بالمعايير المهنية المتمثلة في نشر المعلومات بكل دقة وموضوعية والتحري عن مصدرها رسمي قبل نشرها.
- ✚ القيام بدراسات معمقة حول مواقع التواصل الاجتماعي والدور الذي تلعبه في تنمية الثقافة الدينية لدى الأفراد، وتسليط الضوء على مثل هذه القضايا التي تعنى ببناء سليم للأفراد والمجتمع.
- ✚ يجب على الطلبة حسن إستخدام هذه المواقع وتحسين صورتهم من خلال منشوراتهم وتعليقاتهم وكلامهم الراقى مع الأصدقاء وإجتناهم المنشورات الدينية المنحطة التي تسيئ إلى الدين الإسلامي.
- ✚ ضرورة مواكبة الأئمة على الدعوة الإلكترونية ومواكبة التطورات الراهنة ونشر مواظ وفيديوهات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- ✚ ضرورة إجراء دراسات مشابهة لهذه الدراسة على مختلف شرائح المجتمع، وبيان الآثار السلبية والإيجابية لمتابعة المضامين الدينية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✚ ضرورة توثيق المعلومات الدينية المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال الرجوع إلى مصادر تكون أكثر مصداقية وثقة من قبل المتتبعين.

خاتمة

خاتمة

تناولت الدراسة موضوعا يعد من بين المواضيع الحديثة يتمثل في "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا"، فقد حاولنا من خلال هذه الدراسة الإحاطة بأهم جوانب هذا البحث المتواضع، وهذه الدراسة جمعت بين مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة الدينية.

شكلت مواقع التواصل الاجتماعي نقلة نوعية بالغة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، لما تتميز به من مزايا وسمات، فأصبحت تمثل الحيز المكاني للتعرف وإنشاء الصداقات بين مختلف أطياف وفئات المجتمع خاصة فئة الطلبة الذين يعتبرون أكثر عرضة واحتكاكا بهذه الفضاءات، وفي ظل انتشار فيروس كورونا الذي تسبب في شلل عالمي لمختلف القطاعات عملت هذه الأخيرة على تجاوز ذلك وخلقت فضاء لنشر التوعية والتعليم والتثقيف وكذا حرية التعبير الفكري، وقد تمكنت من بلوغ مواضيع كثيرة إلى أن وصلت إلى الجانب الديني باعتباره ضرورة مجتمعية، وما له من تأثير على حياة الإنسان في مجالات عدة، وهذا لدوافع اجتماعية وثقافية ودينية، بهدف إشباع رغباتهم وحاجاتهم، كما أن لهذه المواقع دور ديني مهم يتمثل في جعل الأفراد يمارسون ويطبّقون ما يرونه مناسبا ويتماشى مع ثقافة مجتمعهم، من خلال ما يتم بثه من منشورات ودروس ومواعظ دينية.

كشفت لنا هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا بارزا ومهما في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال فترة الحجر الصحي باعتبارها منفذ للتزود بالمعلومات والمعارف الدينية اللازمة.

توصلت هذه الدراسة أيضا إلى كون مواقع التواصل الاجتماعي تشكل خطراً على الثقافة الدينية وهذا كون أن المنشورات المقدمة قد تكون مزيفة أو تعرضت لتحريف وقد تكون بدون مصدر، وعليه يمكن القول بأنها ليست بالضرورة دائما تساهم في تنمية الثقافة الدينية للطلبة الجامعيين، ويرجع ذلك أيضا للمكانة الخاصة التي تحظى بها المساجد.

تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث العلمي المتواصلة والتي لا تزال بحاجة للدعم والتعمق أكثر كون مواقع التواصل الاجتماعي موضوع متشعب حظي باهتمام العديد من الباحثين حول العالم، ولا يمكننا القول أننا كشفنا عن كل إسهامات ودوافع استخدام هذه المواقع في تنمية الثقافة الدينية.

قائمة المصادر والمراجع

الاختصارات:

د.د. ن ← دون دار نشر

د.ب. ن ← دون بلد نشر

د.س. ن ← دون سنة نشر

د.ط ← دون طبعة

أولاً: القرآن الكريم والسنة النبوية

1. أبو داود في السنن، كتاب الأقضية، باب اجتهاد الرأي في القضاء، رقم: 3592.
2. أبو داود في السنن، كتاب العلم، باب الحث على طلب العلم، رقم: 3641.
3. أحمد في المسند، مسند المكثرين من الصحابة، رقم: 8951، بلفظ "صالح الأخلاق".
4. أحمد في مسنده، مسند الأنصار، رقم: 21590.
5. البخاري في الصحيح، كتاب الجمعة، باب صلاة الطالب والمطلوب راكبا وإيماء، رقم: 946.
6. سورة إبراهيم، الآية 4.
7. سورة الأعراف، الآية 158.
8. سورة الأعراف، الآية 158.
9. سورة الأنبياء، الآية 107.
10. سورة الأنعام، الآية 165.
11. سورة الأنفال، الآية 39.
12. سورة البقرة، الآية 43.
13. سورة الجاثية، الآية 18.
14. سورة الجمعة، الآية 9.
15. سورة الحجر، الآية 9.
16. سورة الحجر، الآية 9.
17. سورة الحجرات، الآية 13.
18. سورة الرعد، الآية 3.
19. سورة المائدة، الآية 48.
20. سورة النحل: الآية 89.
21. سورة النساء، الآية 115.
22. سورة النساء، الآية 83.
23. سورة فاطر، الآية 32.
24. سورة يوسف، الآية 2.

ثانيا: القواميس والمعاجم

1. ابن منظور: لسان العرب، ط1، ج2، دار صادر، بيروت، د س.

2. حجاب محمد منير: المعجم الإعلامي، ط2، دار الفجر، القاهرة، 2000.

ثالثا: الكتب العلمية

1. إبراهيم القمري: السلوك الإنساني والعلاقات العامة، دار الجامعات العربية، مصر، 1976.

2. إبراهيم ايراشي: المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع الأردن، 2009.

3. إبراهيم عبد الله ناصر: علم الاجتماع التربوي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 1996.

4. إحسان محمد الحسن: علم الاجتماع الديني، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.

5. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، ط2، مكتبة لبنان، بيروت، 1993.

6. أحمد سليمان عودة، فتحي حسن مكاي: أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية - عناصره ومناهجه والتحليل الإحصائي لبياناته-، عمان، مكتب المنار، 1987.

7. أحمد قاسمي، سليم جداري: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2019.

8. أحمد محمد أحمد الجلي: دراسات في الثقافة الإسلامية المصادر - الأسس - الخصائص - التحديات، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2010.

9. أماني جمال مجاهد: الشبكات الاجتماعية في تقديم شبكة متطورة، دراسة للعلوم، جامعة المنوفية، القاهرة، ع8، مايو، 2010.

10. بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.

11. تيسير بوعرجة وآخرون: وسائل الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

12. جابر نصر الدين، لويا الهاشمي: مفاهيم أساسية في علم النشاط، ط1، دار النشر والتوزيع، الجزائر، 2006.

13. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بن عبد الرحمان محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

14. جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2016.

15. جون هارتي: الصناعات الإبداعية، ترجمة: بدر سليمان الرفاعي، عالم المعرفة، الكويت 2007.

16. حارث عبود، زمزم العاني: الإعلام والهجرة في العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
17. حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، 2003.
18. حسين محمود هشيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
19. حلمي خضر ساري: التواصل الاجتماعي "الأبعاد والمبادئ والمهارات"، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
20. خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع عمان، 2011.
21. خليدة صديق: مناهج البحث في الإعلام الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، 2006.
22. الديلمي عبد الرزاق محمد: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، د.ط، دار وائل للنشر والتوزيع عمان، 2011.
23. رجاء وحيد دويدي: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط1، دار الفكر، سوريا، 2000.
24. رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2008.
25. رضا أمين: الإعلام الجديد، د.ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
26. رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
27. سعد الدين السيد صالح: البحث العلمي ومناهجه النظرية، ط2، مؤسسة الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993.
28. سليمان بكرين کران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، د.ط، دار الراية للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2015.
29. صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي أسس ومفاهيم وقيم، د.ط، دار مكتبة الأحامدي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
30. طه حميد حسن العنبيكي، نرجس حسين زاير العقبلي: أصول البحث العلمي في العلوم السياسية، ط1، دار أوما، لبنان، 2015.
31. طه عبد العاطي نجم: مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار كلمة للنشر والتوزيع، مصر، 2010.

32. عامر إبراهيم القندلجي: الإعلام والمعلومات والانترنت، د.ط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
33. عامر قندلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية، عمان 1999.
34. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد: المفاهيم، الوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والطباعة، الأردن، عمان، 2008.
35. عبد الحليم موسى يعقوب: الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، د.ب، 2014.
36. عبد الرحمان العيسوي، عبد الفتاح محمد العساوي: مناهج البحث العلمي، دار الراتب الجامعية، د.م.ن، 1996.
37. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
38. عبد الرحمن برقوق وآخرون: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017.
39. عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
40. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام والتنمية، ط1، دار مسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان 2012.
41. عبيدة صبطي: الإعلام الجديد والمجتمع، المركز العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
42. عبير شفيق الرحباني: الاستعمار الالكتروني والإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2015.
43. علي خليل شفرة: الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
44. علي خليل شفرة: الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
45. علي لفته العيساوي: الفيسبوك والوطن البديل للشباب، د.ط، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، العراق، 2021.
46. عمار قندلجي وآخرون: البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية للنشر، الأردن 2009.

47. عمر عودة الخطيب: **لمحات في الثقافة الإسلامية**، ط3، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1979.
48. غالب كاظم جواد الدمي: **الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل الإعلام**، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
49. فاروق خالد الحسينات: **الإعلام والتنمية المعاصرة**، ط1، دارأسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
50. فيصل محمد عبد الغفار: **شبكات التواصل الاجتماعي، الجندرية للنشر والتوزيع**، الأردن، 2016.
51. كمال الحاج: **نظريات الإعلام والاتصال**، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
52. ليلى أحمد جرار: **الفايسبوك والشباب العربي**، ط1، دار الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت 2012.
53. ماهر عودة الشمالية: **الإعلام الرقمي الجديد**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع عمان، 2011.
54. ماهر عودة الشمالية: **تكنولوجيا الإعلام والاتصال**، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع الأردن، 2015.
55. محمد إسماعيل جباري: **علم الاجتماع الجماهيري و بناء الاتصال**، دار نشأة للمعارف مصر، 2012.
56. محمد العلي صالح: **مهارات التواصل الاجتماعي**، ط1، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان 2015.
57. محمد الفاتح حمدي وآخرون: **تكنولوجيا الإعلام والاتصال**، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
58. محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح: **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، قطر-الجزائر، 2019.
59. محمد سيد ريان: **الإعلام الجديد**، د.ط، مركز الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
60. محمد عاطف غيث: **قاموس علم الاجتماع**، دار المعرفة الجامعية، الدنمارك، 2012.
61. محمد عبد الحميد: **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979.
62. محمد مرتضى الزبيدي: **تاج العروس من جواهر القاموس**، منشورات مكتبة الحياة، بيروت، 1982.
63. محمود أحمد الخطيب: **أصول المنهجية في بحوث العلوم الإدارية**، سلسلة المعرفة الإدارية مصر، 2010.
64. محمود منصور: **تأثير شبكات التواصل على الجمهور المتلقين**، الأكاديمية العربية المفتوحة الدنمارك، 2012.

65. مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي "منصات للحرب الناعمة"، مكتبة مؤمن قريش، د.ط، لبنان، (د.س.ن).
66. مصطفى يوسف كافي: **الرأي العام ونظريات الاتصال**، ط1، دارالحامد للنشر والتوزيع، عمان 2015.
67. مصعب حسام الدين قتلوني: **ثورات فايسبوك" مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغير"**، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2014.
68. منذر الضامن: **أساسيات البحث العلمي**، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
69. مي عبد الله: **نظريات الاتصال**، ط1، دار النهضة، لبنان، 2006.
70. ناصر عبد الله دسه: **الإعلام المجتمعي**، د.ط، دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
71. وائل مبارك خضر فضل الله: **أثر الفيسبوك على المجتمع**، ط1، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر، السودان، الخرطوم، 2011.
72. وسام كمال: **الإعلام الإلكتروني والمحمول**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2014.

رابعاً: الرسائل الجامعية

1. آمنة بركات، سيرين بوبحية: **مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 1018-2019.
2. أمينة طويجني، صبرينة ساسي: **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين**، مذكرة شهادة ماستر بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة العربي بن مهدي - ام بواقي، 2015-2016.
3. باريش أشرف الدين، لعور صابر: **استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لليوتيوب والإشاعات المحققة منه**، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2015-2016.
4. بوكدرن إيمان، حاج قويدر أسماء: **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلابي - الفيسبوك نموذجا**، مذكرة تخرج لإستكمال متطلبات شهادة ماستر تخصص، وسائل الإعلام والمجتمع،شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، 2017-2018.

5. جمال كانون: دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع السياسي، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، 2016-2017.
6. خولاء غانم ألمري: تأثير التويتر على طبيعة عمل عينة قصديه من الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015-2016.
7. دعاء عمر محمد كتانة: وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة، أطروحة مكملة لمتطلبات الحصول على ماجستير في الفقه والتشريع، جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين، 2014-2015.
8. رضا بن مقله: الثقافة الدينية للطالب ودورها في معالجة الانحلال الأخلاقي في الجامعة أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الديني، جامعة الجزائر 2، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2011-2012.
9. الرعود عبد الله ممدوح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2010-2011.
10. طاهر حسين أبو زيد: دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الأزهر، غزة، د.س.ن.
11. عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الطوفي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوى، عمان، 2014-2015.
12. عمار دبار: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية " الفيس بوك أنموذجاً"، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، تخصص: دعوة وإعلام، معهد العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حمه لخضر -الوادي، 2018-2019.
13. غالية غضبان: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين في ظل العولمة الإعلامية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، 2017-2018.
14. كاتب فارس، عقون دنيا: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2015-2016.

15. محمد بوخبزة: مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2015-2016.
16. محمد حمدي عبد الرحمان سالم: تقييم التعليم الثانوي بمحافظة سيناء، في ضوء متطلبات التنمية المستدامة (دراسة سيكولوجية ثقافية)، رسالة ماجستير تربية (تخصص أصول التربية) كلية التربية، جامعة بنما، 2014-2015.
17. محمد محمود أسماء: مواقع التواصل الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة لونيبي علي - البليدة 2، 2020-2021.
18. مروان العيسى: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن 2019-2020.
19. مريم بولهجة، نادية بزيز: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المؤسسة الخيرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017-2018.
20. مريم ناريمان نومار: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2011-2012.
21. مصطفى يوسف كافي: الإعلام التقليدي **interactive media**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010-2011.
22. نايلي حسين، تجدد الخطاب الإسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، قراءة لعينة من الصور الدينية عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، جامعة محمد لمين دباغين، 2 سطفيف، 2017-2018.
23. نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة بسكرة، 2014-2015.
24. نور الهدى بركاني: العمل التطوعي الجمعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016-2017.

25. هاجر بن عمار: هويات مستخدمي الوسائط الجديد-التويتر نموذجا، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016-2017.
26. وداد كريكب، وسام بوليير: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: صحافة مطبوعة والإلكترونية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2020-2021.

خامسا: الجرائد والمجلات

1. إيمان علي عون: الإعلام الجديد" تكنولوجيا جديدة- لعالم جديد"، أبحاث المؤتمر الدولي، قسم الإعلام والسياحة والفنون، جامعة البحرين، 7-9 ابريل 2009.
2. تول السيد مصطفى أحمد: الانستغرام من وسيط إلى تجاري، مجلة الأكاديمي، ع74، 2016.
3. حسين خليفة: التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية، ع29، مجلة بحوث الشرق الاوسط، 2019.
4. دريم فاطمة الزهراء: الهوية الثقافية للطالب الجامعي في ظل الاعلام الجديد، مجلة الدراسات 2017.
5. راضي زاهر: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة جامعة عمان الأهلية عمان، ع 15، 2003.
6. سفيان سوالم: التأمين ضد خطر جائحة فيروس كورونا(كوفيد19)، مج1، عدد خاص: القانون وجائحة كوفيد19، دوليات جامعة الجزائر، جويلية، 2020.
7. طلال المصطفى حسام السعد: السوربون ووباء كورونا، مركز حرمون للدراسات، المعارة د.م.ن، ماي، 2020.
8. عبد الكريم تفرقنيت: مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات والسلبيات، قسم العلوم الإنسانية، جامعة البليدة، الجزائر، 2016.
9. مرسي مشري: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية "نظرة في الوظائف"، مجلة المستقبل العربي، ع395، 2012.
10. ميمي محمد عبد المنعم توفيق: شبكات التواصل الاجتماعي(النشأة والتأثير)، ع24، ج2، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، 2018.

سادسا: وثائق ومستندات

1. يونيسيف: رسائل وأنشطة رئيسية للوقاية من مرض كوفيد -19- والسيطرة عليه في المدارس، مارس 2021.

سابعا: المواقع الالكترونية

11. <http://www.amrkhale.net>
12. <https://application-muslim.blogspot.com>.
13. <https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM-517100->
14. <https://www.alukah.net/culture/0/19203/>
15. <https://www.alukah.net/culture/0/65505>
16. <https://www.alukah.net/culture/0/70120>
17. <https://www.facebook.com>
18. <https://www.facebook.com/AhmadAlShugairi>
19. <https://www.facebook.com/nessaelgana>
20. <https://www.mah6at.net>

ثامنا: الكتب باللغة الأجنبية

21. Mathias Nitiema ; Babou Daila : **les causes de la violence sur les réseaux sociaux** , Revae Algérienne Des sciences su langage , vol 5 , N 2 , 2020.
22. khaled al falal ; **Abdulah aseri : impact of the instagram economy inthmodern fashion industru** : Acasestudy of the UK ; Abaad Iktissadia Review ; vol ; N1 ; 2020.
23. Djalal niazar adnani:**Les Sites Web En Algérie, Les Apports Concrets De L'existence Digitale** : Etude Empirique Auprès De 10 Entreprises, université Oran 2, algeria,

الملاحق

جدول ملخص للدخول الجامعي 2021/2020

النظام: ل. م. د

الشهادة المحضرة: ماستر ل. م. د

| المسجلون في التخرج | | | | | | | ميازين و فروع التكوين |
|-------------------------------|---------|------|---------------|------|--------------|------|--|
| المجموع الكلي | المجموع | | السنة الثانية | | السنة الأولى | | |
| | إناث | ذكور | إناث | ذكور | إناث | ذكور | |
| ميدان الحقوق والعلوم السياسية | | | | | | | |
| 259 | 148 | 111 | 53 | 45 | 95 | 66 | حقوق / القانون العام |
| 178 | 111 | 67 | 47 | 18 | 64 | 49 | حقوق / قانون الأعمال |
| 145 | 112 | 33 | 50 | 10 | 62 | 23 | حقوق / قانون الأسرة |
| 44 | 32 | 12 | 13 | 06 | 19 | 06 | حقوق / القانون البحري والمينائي |
| 59 | 41 | 18 | 23 | 11 | 18 | 07 | حقوق / القانون للمهن القانونية والقضائية |
| 23 | 10 | 13 | 1 | 1 | 10 | 13 | حقوق / قانون الطاقة والمناجم **** |
| 708 | 454 | 254 | 186 | 90 | 268 | 164 | المجموع 1 |
| 32 | 15 | 17 | 08 | 10 | 07 | 07 | علوم سياسية / إدارة محلية |
| 19 | 06 | 13 | 06 | 13 | 1 | 1 | علوم سياسية / تعاون دولي |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | علوم سياسية / دراسات استراتيجية |
| 51 | 21 | 30 | 14 | 23 | 07 | 07 | المجموع 2 |
| 759 | 475 | 284 | 200 | 113 | 275 | 171 | المجموع |

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال
جائحة كورونا

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة الحقوق - جيجل -

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

تخصص الصحافة المكتوبة والإلكترونية

تحية طيبة:

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يدخل في إطار التحضير لنيل شهادة ماستر في
علوم الإعلام والاتصال حول موضوع " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى
الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا - دراسة ميدانية على عينة من طلبة الحقوق - جامعة
جيجل -

الرجاء وضع علامة (x) في خانة الإجابة المختارة.

نحيطكم علما بأن جميع المعلومات التي ستدلون بها في هذا الاستبيان ستبقى سرية ولن تستخدم
إلا لغرض بحث علمي فقط. شكرا مسبقا على تعاونكم.

إشراف الأستاذ:

-إيدير شيباني

إعداد الطلبة:

-سعيدة بوصبيعة

-صابر حجاز

-وسام بن بعيث

السنة الجامعية: 2021-2022

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1-الجنس :

ذكر أنثى

2-السن: أقل من 20 سنة من 20الى 30 سنة أزيد من 30 سنة

3-المستوى الجامعي:

ماستر 1 ماستر 2

4-الحالة الاقتصادية

ضعيفة متوسطة جيدة

5- الإقامة الجامعية:

نظام داخلي نظام خارجي

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الحقوق بجامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي

6-منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنة من سنة إلى 3 سنوات أزيد من 3 سنوات

7-ما هي أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تتابعها؟

Instagram You tube

face book Whatsapp Twitter

8- هل تستخدم هويتك الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

9- ما هي الوسيلة المفضلة لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

جهاز الحاسوب لوح إلكتروني هاتف ذكي

10- ما هو الوقت المفضل لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

صباحا مساء ليلا لا يوجد وقت محدد

11- ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا ؟

أقل من ساعة من ساعة إلى أقل من 5 ساعات من 5 ساعات فما فوق

12- ما هي اللغة التي تتواصل بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

عربية فرنسية انجليزية

13- أين تفضل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

المنزل الجامعة

مقهى الأنترنت مكان عام

14- مع من تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

بمفردك مع العائلة مع الأصدقاء

المحور الثالث: اعتماد الطلبة الجامعيون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية

15- ما هي درجة متابعتك للمواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

منخفضة متوسطة عالية

16- هل تقوم بنشر مواضيع دينية عبر حسابك الخاص؟

نعم لا

- إذا كانت إجابتك "نعم" ما هي طبيعة هذه المنشورات: (يمكنك الاختيار أكثر من إجابة)

صور و فيديوهات نشر الأحداث المهمة والمتعلقة بالأمور الدينية
مشاركة الأصدقاء في الأفكار صوتيات

17- كيف تتفاعل مع المواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

مشاركة إعجاب تعليق

18- ما مصدر المنشورات الدينية التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي صفحات

القرآن والسنة صفحات الأئمة والدعاة

صفحات القنوات الدينية

أخرى أذكرها:

19- ما طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجابك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

أدعية و أنكار محاضرات ودروس تفسيرات قرآنية
أحاديث نبوية فتاوى

أخرى أذكرها:.....

20- هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد غيرت فيك بعض السلوكيات الدينية؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك ب "نعم" هل أدى ذلك إلى:

تحسين الطباع وزيادة المعارف
تصحيح بعض الأفكار حول الثقافة الدينية
تصحيح سلوكيات خاطئة

أخرى أذكرها:.....

21- هل ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب معلومات دينية جديدة؟

نعم لا

المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الثقافة الدينية لدى الطلبة

الجامعيين خلال جائحة كورونا.

22- هل تملك عضوية في مجموعات ذات طابع ديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

لا

نعم

23- ما تقييمك للمنشورات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة

كورونا؟

نوعا ما

مفيدة

غير مفيدة

عادية

24- ما درجة ثقتك بالمعلومات الخاصة بالثقافة الدينية التي تقدمها مواقع التواصل

الاجتماعي خلال جائحة كورونا؟

بدرجة ضعيفة

بدرجة متوسطة

بدرجة كبيرة

25- هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظرك حول المسائل الدينية

خلال غلق دور العبادة؟

لا

نعم

- إذا كانت الإجابة ب (نعم) كيف تم

ذلك.....

26- هل ترى أن ما نشرته مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحجر الصحي:

زاد من وعيك بالمناسبات الدينية زاد من وعيك بحقوق الآخرين

زاد من وعيك بواجباتك الدينية زاد من وعيك وتنمية ثقافتك الدينية

آخرياً ذكرها:.....

27- هل عوّضت مواقع التواصل الاجتماعي دور المساجد في نشر الثقافة الدينية خلال

فترة الحجر الصحي؟

نعم لا

28- هل تقوم بإعادة نشر المنشورات الدينية التي تتصفحها ليستفيد منها أصدقاءك ومعارفك

خلال جائحة كورونا؟

نعم لا

-إذا كانت إجابتك ب(نعم) ما مصدرها؟

القرآن والسنة كتب وموقع العلماء صفحات الدعاة

أخرى أذكرها:.....

29- هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي فتحت لك مجالاً للتعبير بحرية عن آراءك حول

مختلف القضايا الدينية بما ساهم في تنمية ثقافتك الدينية خلال فترة الحجر الصحي؟

نعم لا

30- حسب رأيك، هل مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الفعالة التي ساعدت في نشر

الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي؟

لا

نعم

إذا كانت إجابتك ب "نعم" هل ساعدت بدرجة؟

منخفض

متوسط

مرتفع

31- ما هي اقتراحاتك لتنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين؟

.....

.....

.....

شكرا لكم على تعاونكم

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

استمارة مقابلة

تحية طيبة:

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه المقابلة التي تدخل في إطار التحضير لنيل شهادة
ماستر في علوم الإعلام والاتصال حول موضوع " دور مواقع التواصل الاجتماعي في
تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا - دراسة ميدانية على
عينة من طلبة الحقوق - جامعة جيجل -

الرجاء الإجابة عن الأسئلة ونحيطكم علما بأن جميع المعلومات التي ستدلون بها في
هذه المقابلة ستبقى سرية ولن تستخدم إلا لغرض بحث علمي فقط. شكرا مسبقا على
تعاونكم.

إشراف الأستاذ:

إيدير شيباني

إعداد الطلبة:

سعيدة بوصبيعة

صابر حجاز

وسام بن بعيط

السنة الجامعية: 2021-2022

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي:

السؤال الأول: منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وكم هي المدة الزمنية التي تقضيها في عملية التصفح؟

.....

.....

السؤال الثاني: هل تستخدم هويتك الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ مع التبرير

.....

.....

السؤال الثالث: ماهي أهم وسيلة تفضلها لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي وفيما تتمثل أهم المواضيع؟

.....

.....

المحور الثاني: اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية

السؤال الأول: هل تتفاعل مع المواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

.....

.....

السؤال الثاني: ما طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجابك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

.....

.....

السؤال الثالث: هل ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي في إكتساب معلومات دينية جديدة؟

.....

.....

المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية لدى الطلبة

خلال جائحة كورونا

السؤال الأول: هل عوضت مواقع التواصل الاجتماعي دور المساجد في نشر الثقافة الدينية خلال جائحة كورونا؟

.....

.....

السؤال الثاني: هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافتك الدينية خلال جائحة كورونا؟

.....

.....

السؤال الثالث: فيما تتمثل أهم الإقتراحات التي تقدمها لتنمية الثقافة الدينية لدى طلبة الحقوق -جيجل-؟

.....

.....

المقابلة رقم(01): الطالب: ش. س: ماستر1 تخصص قانون الطاقة والمناجم¹

ج1: أقر المستجوب أنه يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي منذ قرابة 11 سنة، أي مع بداية رواجها في الجزائر، ففي ظل التقدم الذي يشهده العالم في تطور وسائل الإعلام والاتصال أصبح التعايش مع هذا التطور حتميا في حياة الفرد، وأشار المستجوب أنه يقضي 5 ساعات إلى 6 ساعات في تصفح هذه المواقع عبر فترات زمنية متفرقة وذلك راجع لانشغاله بالدراسة والعمل.

ج2: أكد المستجوب أنه يستخدم هويته الحقيقية في التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا راجع لسهولة العثور عليه من قبل المتصفحين، بالإضافة إلى إعطاء مصداقية لحسابه وكذلك حاجته لاستعمال اسمه الحقيقي للتواصل الرسمي مع الأساتذة والإدارة كونه ممثل طلبة قسم الحقوق سنة الأولى ماستر تخصص قانون الطاقة والمناجم.

ج3: أكد المستجوب انه يفضل استخدام الهاتف النقال في عملية تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك راجع لكونه عملي وسهل الاستعمال بفعل الخصائص المميزة له إذ لا يحتاج لجهد كبير، أما فيما يخص المواضيع التي تستهوي المستجوب فقد أكد أنه يهتم بالمواضيع المتعلقة بتخصصه بالإضافة إلى المواضيع الرياضية.

ج4: أقرّ المستجوب أنه يتفاعل دائما مع المواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كونها أسهمت في نشر الرسالة الدينية وذلك من خلال نشر العقائد الدينية وتوضيح أحكامها، وكذلك الدعوة إلى التمسك بالقيم وبالدين الإسلامي، بالإضافة إلى أنها ساعدته في طرح حلول لبعض القضايا الدينية التي تثير اهتمامه.

ج5: أكد المستجوب أن طبيعة المضامين التي تثير إعجابه عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي المواضيع المتعلقة ببعض الفتاوى والتفسيرات القرآنية باعتبارها أداة إقناعية لتقوية الثقافة الدينية لدى الفرد، بالإضافة إلى الدور الفعال الذي تلعبه في غرس تعاليم الدين الإسلامي، أما فيما يخص مصادرها أكد المستجوب أنه يلجأ إلى المصادر والمراجع الأصلية كالقرآن الكريم بالإضافة إلى صفحات موثوقة ومعروفة ويسيرها دعاة وأئمة معروفين.

¹ شيهب سفيان: ماستر 1، تخصص قانون الطاقة والمناجم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جيجل، 2022.

ج6: أقر المستجوب أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدته في اكتساب معلومات دينية جديدة وذلك من خلال متابعته لبعض المحاضرات والدروس القيمة وأيضا بعض الفتوى المهمة المتعلقة بالدين الإسلامي والتي تنشر عبر الشبكات الاجتماعية، وهذا راجع إلى اهتمامه بهذه المنشورات سواء من ناحية القيام بواجباته الدينية أو حسن التعامل وتقوية العلاقات بين أفراد المجتمع.

ج7: أكد المستجوب أن مواقع التواصل الاجتماعي عوضت دور المساجد خلال فترة الحجر الصحي وهذا راجع إلى الفترة التي عرفها العالم خلال انتشار جائحة كورونا والتي أدت إلى غلق جميع المؤسسات بما فيها المساجد ودور العبادات، حيث نابت هذه المواقع عن دور المساجد في توعية المسلمين بنشر تعليمات وإرشادات دينية عن طريق المحاضرات والدروس وخطب.

ج8: أقر المستجوب على مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة الدينية خلال فترة الحجر الصحي كون هذه المنصات الاجتماعية تساهم في التعريف بتعاليم الدين الإسلامي والدعوة إلى التمسك بالأخلاق وذلك عن طريق الصور والفيديوهات باعتبارها أداة فعالة في تصحيح وترويج مختلف المسائل الدينية وتنمية معارفه ومكتسباته وتوجيهه نحو الطريق الصحيح والقيام بما يتناسب مع قيمة وقيم مجتمعه.

ج9: اقترح المستجوب كحل لتتمة الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين إقامة محاضرات داخل الحرم الجامعي بغية توعية الطلبة حول المضامين الدينية التي كانوا يجهلون منها من قبل لكسب معارف جديدة حول الدين الإسلامي وتعزيزه وترسيخه ومن الأحسن يكون النقاش برعاية أئمة وعلماء دين ، وأضاف المستجوب متابعة الصفحات والمجموعات الدينية التي تدعو إلى تقوية الوازع الديني وغرس القيم الدينية السامية التي دعي إليها القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة.

المقابلة رقم (02): الطالب: ك.ع ، ماستر 2 تخصص قانون عام¹

ج 01: أقر المستجوب أنه يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي منذ 06 سنوات وهذا تماشيا مع التطور الحاصل على كافة الأصعدة خاصة مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، إضافة إلى أن هذه المواقع أصبحت المصدر الأول للأفراد في اكتساب المعلومات ومعرفة آخر التطورات، وأشار أيضا إلى أنه يتصفحها بشكل يومي ومكثف لمدة تتراوح ما بين 10 إلى 16 ساعة كونها المتنفس الوحيد له .

¹ عبد الصمد الكيوك، ماستر 2، تخصص قانون عام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جيجل، 2022.

ج 02: أكد المستجوب أنه يستخدم هويته الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وحسبه فإن هذا راجع لكونه يعكس الشخصية الحقيقية والقوية للمتصفح، إضافة سهولة التواصل مع الزملاء وإعطاء مصداقية للحساب .

ج 03: أقر المستجوب أنه يفضل استخدام الهاتف النقال في عملية تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لأنه يتميز بسيمات عدة من سهولة الاستخدام وصولاً لسهولة حمله، أما عن المواضيع التي تستهوي المستجوب فقد أكد على أنه مهتم بالمواضيع التي تتدرج ضمن تخصصه، إضافة إلى المواضيع في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية وكذا الثقافة العامة .

ج 04: أكد المستجوب أنه يتفاعل بشكل دائم مع المواضيع الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإعجاب والتعليق، كونها تعالج قضايا تثير اهتمامه، إضافة إلى أنها ساهمت في تعزيز ثقافة الأفراد الدينية من خلال بث الخطب والموعظ عبر هذه المواقع .

ج 05: أقر المستجوب أن طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجابه عبر المواقع الاجتماعية هي غالباً تلك المتعلقة بسيرة النبي صل الله عليه وسلم وقصص الأنبياء، كل هذا من أجل كسب الحكمة وجعلهم خير قدوة في حياتنا، إضافة إلى بعض الفتوى والتفسيرات القرآنية، أما فيما يخص مصدرها فقد صرح المستجوب أنه لا يتبع جهة معينة وإنما صفحات موثوقة رائدة في المجال الديني يسيرها رجال دين .

ج 06: أكد المستجوب أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدته على اكتساب معارف دينية جديدة، وهذا باعتبارها ضرورة حتمية ومنبر مهم في الحصول على المعلومات الدينية في ظل انتشار فيروس كورونا وغلق المساجد، بهدف إشباع رغباته الروحية، إضافة لمتابعة الدروس والخطب التي تبث عبر هذه المواقع بشكل دائم ما يجعلها تظهر بصورة دورية مما يساعد على ترسيخها لدى المستجوب .

ج 07: أقر المستجوب أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعوض دور المساجد خلال فترة الحجر الصحي، وهذا راجع للمكانة الخاصة التي يحظى بها هذا الصرح في نفوس الأفراد .

ج 08: أكد المستجوب على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل ملحوظ في تنمية ثقافته الدينية خلال فترة الحجر الصحي، كونه دائم التعرض لهذه المواقع بشكل كبير ما ساعده على تصحيح بعض التصورات الخاطئة عن مسائل دينية تهمة ، إضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي اليوم باتت تشكل فضاء فعال في ترسيخ الأفكار الجديدة عن طريق الطرح الدائم لمختلف القضايا .

ج 09: قدم المستجوب عدة اقتراحات من شأنها أن تنمي الثقافة الدينية لدى طلبة الحقوق بجامعة جيجل، متمثلة في: تكثيف وقت تصفح المواقع الدينية المتعلقة بالشريعة والقانون لأنها مرتبطة بتخصصهم، وعدم اغفال مدى أهمية قواعد الشريعة الإسلامية في وضع مبادئ القانون الجزائري خاصة المتعلقة بالميراث، هذا من ناحية التخصص، أما من جانب الثقافة الدينية عامة فدعا المستجوب إلى ضرورة متابعة الحسابات الشخصية للدعاة والأئمة من أجل الحصول على معارف دينية موثوقة وهادفة، إضافة إلى إقامة ندوات ومحاضرات داخل الكلية تحت إشراف رجال دين متمكنين.

المقابلة رقم (03): الطالب: ب.ي، ماستر 2 تخصص قانون المهن القانونية و القضائية¹

ج1: أكد المبحوث أنه يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي - فيسبوك - لمدة طويلة من الزمن منذ ظهوره عام 2006، فمع تعدد مواقع التواصل الاجتماعي بأشكالها وتطورها كان لا بد من مسايرتها والتماشي معها منذ ظهورها كما انه أشار في تصفحه لهذه المواقع حسب أوقات فراغه.

ج2: أضاف المبحوث إلى أنه يفضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهوية حقيقية، وهذا راجع لكونه يعكس شخصيته كما أنه يجد سهولة فالتواصل مع الآخرين.

ج3: أقر المستجوب أنه يستعمل الهاتف النقال نظرا لسهولة استخدامه، كما يفضل أيضا استخدام الحاسوب نظرا لتسهيله لأعمال أخرى، كما أقر انه يستخدم حساب الفيسبوك في الأمور العلمية بإعتباره مشارك في مجموعات علمية حسب تخصصه، بالإضافة إلى مواضيع اخرى مثل الرياضة والثقافة العامة والأمور الدينية.

ج4: أكد المبحوث أنه يتفاعل مع المواضيع التي تثير إعجابه وفضوله وتشبع رغباته وأيضا مع المضامين التي تكون من مصدر أصلي وواضح.

ج5: يرى المستجوب أنه كل المضامين الدينية تثير إعجابه وحسب رأيه أن الإنسان المسلم كل المضامين الدينية الموثوقة من مصدر موثوق وجب عليه متابعتها.

ج6: أشار المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدته في إكتساب معلومات دينية جديدة وذلك من خلال ما يتم نشره عبر هذه الصفحات من محاضرات وفتاوى، وأقر المستجوب أنه من متابعي الأستاذ تريكي فريد مما يقدمه من ندوات وحلقات على المباشر عبر موقع الفيسبوك.

ج7: حسب رأي المبحوث مواقع التواصل الاجتماعي لم تؤدي دور المساجد بإعتبار هذا الأخير مهم جدا في المجتمع، فمواقع التواصل الاجتماعي حسب رأيه لا تقدم مضامين بمصداقية بإعتبارها منبرا مفتوحا للجميع، ومكنت الجميع من نشر مضامين عبرها.

¹ يوسف بومالة : ماستر 2، تخصص قانون المهن القانونية والقضائية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جيجل، 2022.

ج8: أقر المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تنمية ثقافته الدينية خلال جائحة كورونا بنسبة متوسطة، كون أن هذه المواقع أصبحت في الوقت الحالي أكثر عرضة للجميع في تقديم مضامين متنوعة ومختلفة من مصادر قد تكون كاذبة أو خاطئة.

ج9: قدم المتجوب مجموعة من الإقتراحات لتقدم الطلبة من أجل تنمية ثقافتهم الدينية فكانت أبرزهم الإحتكاك مع أهل الإختصاص والموثوقين فيهم وأن لا يغفلوا على مدى أهمية الشريعة الإسلامية وتعرف على تعاليم الدين الإسلامي مع مراعاة حقوق النشر والتعرف على مبادئه والإلتزام به.

