

MOHAMED SEDDIK BENYAHIA  
UNIVERSITY-JIJEL  
HUMAN AND SOCIAL SCIENCES  
DEPARTMENT OF INFORMATION  
AND COMMUNICATION

جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



دراسة بعنوان:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات  
الجامعيات

دراسة ميدانية على عينة من طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير-جيجل-

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص السمع البصري

إعداد الطالبات:

لجنة المناقشة:

- |        |                               |                           |
|--------|-------------------------------|---------------------------|
| رئيسا  | - الأستاذ: خيرى نبيل          | - الطالبة: شهرزاد بوتكزز  |
| مشرفا  | - الأستاذ عزالدين بوطنريخ     | - الطالبة: صبرينة بولقرون |
| مناقشا | - الأستاذ: عبد الحكيم الحامدي | - الطالبة: مريم كغوش      |

السنة الجامعية 2022/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وتقدير

نشكر الله العلي القدير الذي أنعم علينا بنعمة العقل والدين القائل في محكم تنزيله "وفوق كل ذي علم عليم" سورة يوسف -76-، الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات أصول الكريم ومن إتبعه بإحسان إلى يوم الدين، يطيب لنا أن نتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى مشرفنا الأستاذ الفاضل **"عزالدين بوطننيخ"** الذي تفضل بالإشراف على هذه المذكرة ولم يبخل علينا طيلة فترة إجراء هذه الدراسة بتوجيهنا وتقديم ملاحظاته القيمة نسأل الله أن يوفقه لكل خير فشكرا على عطائك، قال رسول الله: **"من لا يشكر الناس لا يشكر الله"**. كما نتقدم بالشكر والامتنان لجميع أساتذة قسم الإعلام والاتصال دون استثناء، كذلك نتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير للجنة المناقشة لكرمهما وتفضلها لمناقشة مذكرتنا.

كما لا ننسى أن نشكر كل من أعاننا في إتمام هذا العمل من قريب أو من بعيد ونخص بالذكر الزميلتين **"صورية بوجريو"** و **"كروش مليكة"** أعانهما الله وسدد خطاهما لما يحبه ويرضاه. جزاكم الله خيرا والحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات.

صبرينة\* شهرزاد\* مريم

# إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك.. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك.. ولا تطيب الجنة إلا برويتك " الله جل جلاله إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة... إلى نبي الرحمة سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى من كلله الله بالهبة والوقار.. إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار.. أرجو أن يمد الله في عمرك لتري ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوما أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد "بوزيد"

إلى ملاكي في الحياة... إلى معنى الحب والحنان... إلى بسمه الحياة وسر الوجود إلى من كان دعائها سرا في نجاحي وحنانها بلسم جراحي، إلى أعلى الأحباب أُمي الحبيبة "وناسة".

إلى الذين منحوني معنى العطاء والثقة وكانوا سندا لي في الحياة أخواتي: حياة، هدى، فوزية، مليكة، أمينة، منال، حنان.

إلى توأم روحي وصديقتاي التي لم تلهن أُمي شهرزاد، وإيناس، إلى صديقتاي وأحبتي أسماء، إيمان، آسيا، نسرين.

إلى من وقفت بجانبني ودعمتني خطوة بخطوة صورية مليكة حفظكما الله وأدامكما فخرا لعائلاتكما.

إلى كل من علمني حرفا وكل من يعرف صبرينة لكم مني أسمى عبارات التقدير والاحترام.

إلى كل من لهم أثر على حياتي إلى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلبي.

صبرينة



# إهداء

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت اللهم لك الحمد كثيرا طيبا مباركا فيه على نعمة الإسلام والنجاح، إلى من لهج لسانه بقراءة القرآن إلى من قال في حقهم الله عز وجل في محكم تنزيله " وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفٌ وَلَا تُنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا (٢٣) وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذَّلْمِ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيْنِي صَغِيرًا (٢٤)". الإسراء الآية 24.

إلى من بدعائها تكسيني إلى من تعيش في روحي وكانت من الشهد روحها ترويني أمي الغالية "فطيمة"  
إلى من رفعت رأسي عاليا افتخارا به إلى من علمني الصبر والاجتهاد إلى من وهب نفسه لسعادتنا والذي الحبيب "علاوة".

إلى القلوب الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي إخوتي وأخواتي سميرة، حياة، حليلة، شعبان، يوسف، عبد الحليم، عيسى، إلى كتاكيت العائلة إسراء، سجي، غفران، رحمة، محمد، سراج، يحيى، إلى الأهل والأقارب كل باسمه وصفته.

إلى من سرنا سويا ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح والإبداع إلى من تكافلنا يدا بيد ونحن نقطف زهرة تعلمنا، إلى صديقتاي رفيقات دربي وتوأم روحي إيناس، صبرينة.

إلى كل من ساعدني في هذا العمل وأخص بالذكر الزميلتين " صورية مليكة".

إلى من كان لهم أثر على حياتي إلى من أحبهم قلبي ونسيهم قلبي.

شهرزاد

# إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين أما بعد:

أهدي ثمرة نجاحي هذا للذين قال في حقهم الله عز وجل في محكم تنزيله: " وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ  
وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أَفٍّ وَلَا تَنْهَرَهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا  
كَرِيمًا (٢٣) وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا (٢٤) الإسراء الآية

24

إلى من تعبت وسهرت وربت وأنارت لي الطريق وجعلتها شمس لا تغيب " أمي الغالية" حفظك الله ورعاك  
وجعلك من أهل الفردوس

إلى القلب الحنون إلى من هو تاج فوق رأسي أبي الغالي أطال الله في عمره وأدامه لي سندا في هذه  
الحياة

إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء صابر، صالح، سهيلة، زينة إلى براعم العائلة محمد، أيوب، رؤية، سيرين،  
إيمان، ياسين، ويصال، شيماء، شاهين.

إلى كل الأصدقاء كبيرهم وصغيرهم

إلى كل من قدم يد المساعدة من قريب أو من بعيد وكل من شجعتني على إنجاز هذا العمل المتواضع.

**مريم**



**فهرس المحتويات**  
**الجداهل والأشكال**



فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
/	شكر وتقدير
/	إهداء
/	إهداء
/	إهداء
/	فهرس المحتويات
/	فهرس الجداول
/	فهرس الأشكال
/	ملخص الدراسة باللغة العربية
/	ملخص الدراسة بالإنجليزية
أ.ب	مقدمة
<b>الفصل الأول: تحديد موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية</b>	
08	تمهيد
11/09	1. إشكالية الدراسة تساؤلاتها وفرضياتها
12/11	2. أسباب اختيار الموضوع
12	3. أهداف الدراسة
13/12	4. أهمية الدراسة
18/13	5. تحديد المصطلحات والمفاهيم
20/19	6. أدوات جمع البيانات
21/20	7. أساليب تحليل البيانات
22/21	8. المنهج المستخدم في الدراسة
24/22	9. مجتمع الدراسة وعينته
25	10. مجالات الدراسة



37/26	11. الدراسات السابقة والمشابهة
39/37	12.المقاربة النظرية للدراسة
40	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي</b>	
43	تمهيد
44	1. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
46/44	2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
48/46	3. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
48	4.أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
57/49	5.نماذج مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
58/57	6. مجالات مواقع التواصل الاجتماعي
60/59	7.دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
63/60	8. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
64	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثالث: الوعي الديني</b>	
67	تمهيد
72/68	1. أبعاد الوعي الديني
72	2. خصائص الوعي الديني
74/73	3.أهمية وأهداف الوعي الديني
78/75	4.عوامل الوعي الديني
80/78	5. فوائد الوعي الديني
83/80	6. مصادر تشكيل الوعي الديني
85/83	7. الوسائل المستخدمة في تشكيل الوعي الديني
86	8. دور المجتمع في تشكيل الوعي الديني
87/86	9. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني

88	خلاصة الفصل
<b>الفصل الرابع: الإطار التطبيقي</b>	
91	تمهيد
126/92	1. عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة
132/129	2. النتائج العامة للدراسة الميدانية
129/126	3. مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات
132	4. مناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية
133	5. التوصيات والاقتراحات
134	خلاصة الفصل
ج	خاتمة
143/138	قائمة المصادر والمراجع
-	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
92	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	01
93	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	02
94	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
195	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الكلية	04
97	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	05
98	يوضح سنوات استخدام الطالبات لشبكات التواصل الاجتماعي	06
99	يوضح أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة	07
100	يوضح الوقت المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة	08
101	يوضح الحجم الساعي الذي يستغرقه أفراد العينة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	09
102	يوضح المكان المفضل لدى أفراد العينة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي	10
103	يوضح مدى متابعة الطالبات للمواضيع الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي	11
104	يوضح كيفية تفاعل أفراد العينة مع القضايا الدينية	12
106	يوضح دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي	13
107	يوضح الهدف من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	14
108	يوضح دوافع تلقي أفراد العينة للمضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	15
110	يوضح طبيعة المضامين الدينية التي تقبل عليها أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	16
111	يوضح مدى إيجاد العينة المبحوثة لما يريدونه من معلومات دينية على مواقع التواصل الاجتماعي	17
112	يوضح هل فتحت المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجالاً لاكتساب المعارف الدينية	18
113	يوضح نوع المعلومات المكتسبة	19
114	يوضح مدى استفادة العينة المبحوثة من متابعة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	20

## فهرس الجداول

115	يوضح مدى تعويض مواقع التواصل الاجتماعي لمؤسسات ومصادر المعرفة الدينية في تزويد أفراد العينة بالمعلومات الدينية	21
116	يوضح مدى رغبة أفراد العينة بمواصلة التزود بالمعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	22
118	يوضح مساهمة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي الديني لدى أفراد العينة	23
119	يوضح مساعدة متابعة المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في بناء شخصية أفراد العينة	24
120	يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وتدعيم المفاهيم الدينية الصحيحة لدى أفراد العينة	25
121	يوضح مدى مساهمة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في طرح حلول لبعض القضايا من وجهة نظر أفراد العينة	26
122	يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظر أفراد العينة حول بعض القضايا الدينية	27
123	يوضح مدى ثقة أفراد العينة في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	28
124	يوضح أفراد العينة الذين يتقن في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	29
125	يوضح أفراد العينة الذين لا يتقن في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	30



فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
92	يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن	01
94	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	02
95	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
96	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الكلية	04
97	يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص	05
98	يوضح سنوات استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي	06
99	يوضح أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلها العينة المبحوثة	07
10	يوضح الوقت المفضل لدى أفراد العينة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	08
101	يوضح الحجم الساعي الذي يستغرقه أفراد العينة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	09
103	يوضح المكان المفضل لدى أفراد العينة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي	10
104	يوضح مدى متابعة الطالبات للمواضيع الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي	11
105	يوضح كيفية تفاعل المبحوثين مع القضايا الدينية	12
103	يوضح دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي	13
107	يوضح الهدف من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة	14
109	يوضح دوافع تلقي أفراد العينة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	15
110	يوضح طبيعة المضامين الدينية التي تقبل عليها العينة المبحوثة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	16
111	يوضح مدى إيجاد العينة المبحوثة لما يريدونه من معلومات دينية على مواقع التواصل الاجتماعي	17
112	يوضح هل فتحت المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجالا لاكتساب المعارف الدينية	18

## فهرس الأشكال

113	يوضح نوع المعلومات المكتسبة	19
114	يوضح مدى استفادة العينة المبحوثة من متابعة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	20
116	يوضح مدى تعويض مواقع التواصل الاجتماعي لمؤسسات ومصادر المعرفة الدينية في تزويد أفراد العينة بالمعلومات الدينية	21
117	يوضح مدى رغبة الطالبات بمواصلة التزود بالمعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	22
118	يوضح مساهمة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي الديني لدى أفراد العينة	23
119	يوضح مساعدة متابعة المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في بناء شخصية أفراد العينة	24
120	يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وتدعيم المفاهيم الدينية الصحيحة لدى أفراد العينة	25
121	يوضح مدى مساهمة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في طرح حلول لبعض القضايا من وجهة نظر أفراد العينة	26
122	يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظر أفراد العينة حول بعض القضايا الدينية	27
123	يوضح مدى ثقة أفراد العينة في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	28
124	يوضح أفراد العينة الذين يتقن في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	29
125	يوضح أفراد العينة الذين لا يتقن في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	30

## ملخص الدراسة

### باللغة العربية:

تهدف دراستنا إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير، وتتمحور إشكالية الدراسة حول تساؤل رئيسي مفاده: ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات؟ وتندرج تحته جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي دوافع استخدام طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي الموضوعات الدينية التي تقبل عليها طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي الإشباعات الدينية التي تحققها طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة نشر الوعي الديني لدى طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير؟

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي باعتباره المنهج الأنسب لدراستنا التي أجريت على عينة من طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير، بحيث استخدمنا العينة العشوائية البسيطة على 80 مفردة معتمدين على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المبحوثين لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات، وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- بينت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة أعمارهم أقل من 22 سنة ومعظمهن عازبات ذو مستوى تعليمي ليسانس.

-أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يجدن ما يردن من المعلومات الدينية، كما بينت أن أغلب أفراد العينة يفضلن الاطلاع على الأفكار والأدعية.

-أكدت الدراسة أن أفراد العينة يتقن في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- **الكلمات المفتاحية:** الدور-مواقع التواصل الاجتماعي-الوعي الديني.

**باللغة الانجليزية**

### **Summary of the study in English:**

This study aims to reveal the role of social media in spreading religious awareness among university students through a study on a sample of students of university residence Ben Nasser Bashir, and the problem of this study revolves around a major question: What is the role of social media in spreading religious awareness among university students? A number of the following sub-questions fall under the main question:

What are the habits and patterns of the use of social media by Ben Nasser Bashir university residency students?

What are the motives for the use of social media by Ben Nasser Bashir university residency students?

What are the religious topics that Ben Nasser Bashir university residency students interested to on social media?

What are the religious gratifications achieved by Ben Nasser Bashir university residency students from using social media?

In our study, we relied on the descriptive approach as the most appropriate approach for our study, which was conducted on a sample of university residency students Ben Nasser Bashir, so that we used a simple random sample on 80 individuals relying on the questionnaire form as a tool to collect data from respondents to know the role of social media in spreading religious awareness among university students, and we have reached through this study a set of results, the most important of which are:

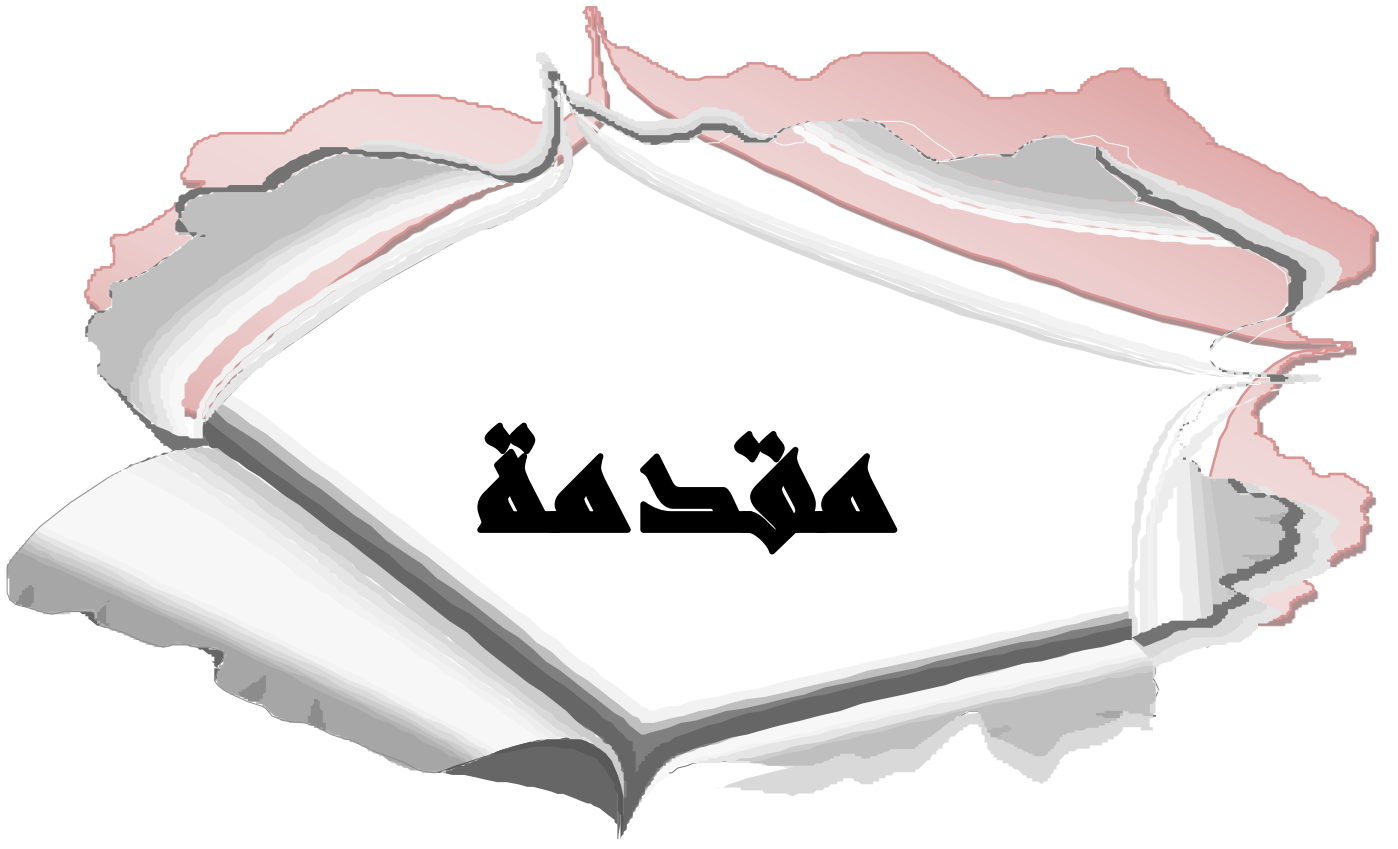
- The majority of respondents have been using social media for more than three years, as Facebook ranks first.
- The study showed that the main motive for female students to receive religious content through social networking sites is awareness and education.
- The results of the study confirmed that religious content through social media contributes to some extent in offering solutions to some religious issues.



- The results of the study proved that social media sometimes contribute to changing the respondents' perception of some religious issues.

**Keywords:**

Role, social media, religious awareness.



# مقدمة

## مقدمة

شهد العالم نوعاً جديداً من التواصل الاجتماعي يتم عبر أرضية افتراضية إلكترونية مكنت من تقريب المسافات واختزال الحدود فتحقق بذلك مفهوم القرية الكونية، حيث أطلق على هذه المنصات الإلكترونية اسم مواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت مصدراً أساسياً للحصول على المعلومات والأخبار في شتى المجالات وأداة للتواصل بين الأفراد والمجتمعات، ناهيك عما تتميز به من خصائص ومميزات متعددة.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الوسائل التكنولوجية الحديثة التي لعبت دوراً فعالاً في حياة الأفراد، إذ أثرت هذه المواقع على مجال الدين، مساهمة بذلك في نشر المعرفة الدينية والمحتوى الديني من مقالات وفيديوهات وأحاديث وتفسيرات على هذه المنصات، مما أتاح للآخرين فرصة الوصول إلى هذا المحتوى، وبالتالي يتسنى للأفراد تعزيز فهمهم للمبادئ والقيم الدينية وتعميق معرفتهم بالدين من خلال المشاركة في المناقشات وتبادل المعلومات والخبرات مع الآخرين، مما يعزز الانتماء الديني والروحي للأفراد، تتيح مواقع التواصل الاجتماعي فرصة التعبير عن قيم التسامح والاحترام المتبادل بين الأشخاص ذوي الخلفيات الدينية المختلفة يمكن من خلالها تبادل وجهات النظر والتجارب بشكل مفتوح وحر والحصول على آراء وملاحظات الآخرين، وهذا يساعد على توسيع آفاق التفكير، ونظراً لأهمية الوعي الديني البالغة في مجتمعنا كونه مجتمع مسلم ومحافظ فالدين لا غنى عنه في تركيبته، فهو المكون الأساسي لبناء شخصية الفرد فكلما زاد الوعي الديني لأفراد المجتمع زاد تماسكه وسادت الطمأنينة وعم الخير في البلاد.

من خلال موضوع دراستنا المتمثل في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات، تطرقنا إلى هذه المواقع بصفة عامة وإلى الدور الذي لعبته في نشر الوعي الديني، وذلك من خلال ما ينشر عبر هذه المواقع من مضامين دينية ومدى تأثيرها على عينة الدراسة.

وطبقاً لموضوع دراستنا قمنا بتطبيق الدراسة على عينة من طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير -جبل- الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد الصفحات التي تنشر المضامين الدينية.

وفي ضوء ما سبق قسمنا هذا الموضوع إلى فصلين نظريين إضافة إلى الجانب المنهجي والتطبيقي للدراسة، حاولنا من خلال هذا الإلمام بجميع جوانب الموضوع من أجل تحقيق الأهداف المرجوة منه، والإجابة على تساؤلات الدراسة من خلال النتائج المتوصل إليها في إطار تطبيقي.

**الإطار المنهجي للدراسة:** تضمن إشكالية الدراسة تساؤلاتها وفرضياتها، أسباب اختيار موضوع الدراسة، أهداف الدراسة العلمية والعملية وأهميتها، مفاهيم ومصطلحات الدراسة، أدوات جمع البيانات، المنهج ومجتمع

الدراسة وعينته، الحدود المكانية، الزمانية، البشرية للدراسة، أخيرا الدراسات السابقة والمشابهة والمقارنة النظرية المفسرة للدراسة.

## الفصل الثاني للدراسة: بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي

تضمن هذا الفصل عناوين فرعية لدراسة هذه المواقع بداية من نشأتها، خصائصها، نماذجها، دوافع استخدامها، أخيرا إيجابياتها وسلبياتها.

## الفصل الثالث للدراسة: بعنوان الوعي الديني

ويضم كل من أبعاد الوعي الديني خصائصه أهميته، عوامل تشكيله فوائده، وأهم الوسائل المستخدمة لدعمه ودور المجتمع ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيله.

## الإطار التطبيقي:

تناولنا فيه تفرغ بيانات الاستمارة في جداول وتحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج العامة للدراسة ومناقشتها في ضوء الفرضيات والمقاربة النظرية، وصياغة جملة من التوصيات والاقتراحات، خاتمة قائمة المصادر والمراجع وأخيرا الملاحق.

خلال إعدادنا لهذه الدراسة واجهتنا عدة صعوبات أهمها:

-عدم امتلاك الوقت الكافي للبحث العلمي.

-عدم القدرة للوصول إلى مصادر للدراسة العلمية.

-تحيز المبحوثات وعدم صدق إجابتهن.

وقد استرشدنا في إنجاز هذه الدراسة على أمهات الكتب ومصادر مختلفة سواء كانت ورقية أو إلكترونية.





# المفصل الأول

الفصل الأول: تحديد موضوع الدراسة  
وإجراءاتها المنهجية

تمهيد

- 1- إشكالية الدراسة تساؤلاتها وفرضياتها
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- تحديد المصطلحات والمفاهيم
- 6- أدوات جمع البيانات
- 7- نوع الدراسة ومنهجها
- 8- مجتمع الدراسة والعينة
- 9- مجالات الدراسة
- 10- الدراسات السابقة والمشابهة
- 11- المقاربة النظرية للدراسة

**تمهيد:**

من متطلبات القيام ببحث علمي تحديد إطار منهجي للدراسة من طرف الباحث على اعتبار أن هذا الإطار مكون من خطة منظمة وواضحة لما سيقوم به، حيث أن الفضول العلمي لا يكفي لبداية البحث فلا بد من الأخذ بعين الاعتبار جملة من العوامل كاهتمامات الباحث واختصاصه وتوافر الشروط العلمية من خلال عرضه لإشكالية دراسته المصحوبة بطرح تساؤلات حول موضوعه والذي يهدف للإجابة عنها.

وسنقوم ضمن هذا الفصل بتحديد أسباب اختيار الموضوع وأهداف وأهمية الدراسة، إضافة إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات والمنهج المستخدم ومجتمع البحث والعينة ومجالات الدراسة وعرض للدراسات السابقة والمثابهة لموضوع البحث والتطرق للمقاربة النظرية المفسرة للدراسة، فكل هذه العناصر السابقة تشكل في مجملها منطلقا لهذه الدراسة.

## 1. إشكالية الدراسة تساؤلاتها وفرضياتها

شهد العالم في النصف الثاني من القرن العشرين ثورة تكنولوجية هائلة في مجال الإعلام والاتصال، تمثلت في الشبكة العنكبوتية الأنترنت في كافة أنحاء العالم وربطت أجهزته المترامية بفضائها الواسع، حيث ساعدت هذه التكنولوجيا الرقمية على التواصل بين الشعوب بمختلف توجهاتها متجاوزة بذلك الحدود الجغرافية والسياسية، وفتحت المجال للأفراد للتواصل والتفاعل وتبادل الأفكار والمعلومات من خلال تطبيقاتها المتاحة، التي كان من أهمها مواقع التواصل الاجتماعي التي وسعت من خدماتها بسرعة لا متناهية في شتى ميادين الحياة.

إذ تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث ما أفرزته تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية والتي تمثل محورا في عملية الاتصال والتواصل سواء بين الأفراد والمؤسسات وتداول المعلومات وتكوين علاقات فيما بينهم ولهم اهتمامات ومصالح مشتركة حيث ألغت الحدود المكانية والزمانية، فأصبح بإمكانهم التواصل عبر هذه الكيانات الافتراضية مهما تباعدت المسافات واختلفت الثقافات، حيث تحولت من مجرد وسيلة للترفيه والتسلية إلى منبر للنقاش الجاد والإرشاد والتوعية في شتى مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية.

وتعد قضايا الدين من المواضيع التي تثير اهتمام مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق نشر مضامين دينية في شكل صور وفيديوهات ومحاضرات ونشریات ومشاركاتها من أجل مناقشتها والحصول على معلومات جديدة بدافع التوعية.

ويعتبر الوعي الديني عمق الدين وجوهر التدين وهو الحال الذي يستهدف الدين بخلقه وإيجاده في نفس الإنسان، وتوجيه المسلم إلى العمل الصالح وترك المنهى عنه من معاصي ومخالفات شرعية، حيث تسعى هذه المواقع إلى زيادة الوعي الديني لدى المستخدمين والمساهمة في تنمية الفكر وتحسين السلوك في شتى جوانبه الإدراكية والعقائدية، فقد شهدت هذه المواقع حركة ديناميكية ونشاطا ملحوظا فلم تقتصر على بث وتداول المعلومات بل تجاوزت ذلك إلى نشر دروس وخطب دينية وإطلاق حملات توعية ساهمت في تعزيز مبادئ الدين الإسلامي وكانت منبرا لنشر الإرشادات والنصائح.

ونظرا لأهمية وجدوى شبكات التواصل الاجتماعي في وقتنا الحالي، فهي من أهم سبل نشر الوعي الديني والدفاع عن الدين وقضايا الأمة، وتعزيز الحوار بين الأديان والحضارات نظرا للإمكانيات الهائلة التي تتوفر لهذه الوسائل في الاتصال والتأثير باعتبارها باتت تعرف انتشارا وإقبالا واسعا بين مختلف الفئات العمرية وشرائح المجتمع بصفة عامة والطالبات الجامعيات بصفة خاصة، وفي هذا السياق حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على هذه الفئة كونهم من بين المتصفحين لشبكات التواصل الاجتماعي، وعليه نحاول في هذه الدراسة معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات، ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

### ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات؟

وبندرج تحت هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي كالتالي:

- ماهي عادات وأنماط استخدام طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي دوافع استخدام طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي الموضوعات الدينية التي تقبل عليها طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي الإشباعات الدينية التي تحققها طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة نشر الوعي الديني لدى طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير؟

### فرضيات الدراسة

إن أي بحث علمي يجب أن يتضمن إجابات تخمينية عن التساؤلات المطروحة، وتتمثل هذه الإجابات في الفرضيات التي من خلالها يتأكد الباحث من صحتها في نهاية بحثه باعتبارها إجابات مؤقتة وتتحصر فيما يلي:

- تستخدم طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات الدينية.

- تستخدم طالبات الإقامة الجامعية مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف في أوقات محددة.
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الديني لدى طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير .
- يعتبر الترفيه والتثقيف من أهم دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي.

## 2. أسباب اختيار الموضوع

إن اختيار الباحث لموضوع الدراسة ليس اعتباطاً، بل هو نتاج أسباب ودوافع أدت إلى اختيار هذا الموضوع دون غيره، ومن بين أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار موضوع دراستنا المتمثل في: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات هي:

### 1.2. أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في الدراسة والبحث للمواضيع المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي.
- كونه موضوع حديث في المجتمع الجزائري لأنه يربط بين مواقع التواصل كأحد تطبيقات الإعلام الجديد وتشكيل الوعي.
- الميل والرغبة في دراسة المواضيع المتعلقة بالوعي الديني ومحاولة كشف جوانب تشكيله ومصادره.
- كون الموضوع قابل للدراسة من حيث الإمكانيات المادية والبشرية وكذا الوقت المحدد لإنجاز الدراسة.
- الرغبة في إثراء وتدعيم البحوث العلمية في مجال الإعلام والاتصال.
- اختبارنا للمعارف المنهجية المكتسبة من خلال تطبيق استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من أجل الوصول إلى نتائج قد تفيد في معالجة مثل هذه المواضيع.

### 2.2. أسباب موضوعية

- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا الحاضر في نشر الوعي الديني.
- ارتباط موضوع الدراسة بطبيعة التخصص.
- أهمية الوعي الديني في المجتمع لأنه يعد منبع أخلاق الفرد والمجتمع خاصة بين فئة الطالبات باعتبارهم نخبة المجتمع والأساس الذي يبنى عليه.

- حداثة الموضوع وأنيته مما جعله جدير بالبحث والدراسة إضافة إلى قلة الدراسات في هذا الجانب.
- إفادة المكتبة الجامعية بمرجع علمي للطلبة في تخصص علوم الإعلام والاتصال.

### 3. أهداف الدراسة:

لكل بحث أكاديمي أهداف يريد الباحث تحقيقها، ومنه فإن دراستنا تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

#### 1.3. أهداف علمية:

- معرفة عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة الدوافع الحقيقية من استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن الموضوعات التي تنتشرها مواقع التواصل الاجتماعي وتساهم في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات.
- معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات باعتبارها الأكثر استقطاباً لهذه الفئة.

#### 2.3. أهداف عملية:

- التدريب على إنجاز بحوث ميدانية في علوم الإعلام والاتصال.
- تساعد على معالجة المشكلات القابلة للدراسة باستخدام الاجراءات المنهجية بطريقة علمية دقيقة وموضوعية.
- معرفة الأثر الناتج عن استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالوعي الديني.

#### 4. أهمية الدراسة

تتعلق أهمية الموضوع من استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحاضر والحيز الكبير الذي تشغله هاته المواقع في حياة الأفراد ومدى مساهمتها في انتشار القضايا سواء المجتمعية والدينية وغيرها، وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة في محاولة معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتنمية الوعي الديني عامة، وتتجلى كذلك أهمية الدراسة من خلال النتائج المتوصل إليها والتي نقيدها في الحصول على بيانات ومعطيات تساعدنا في الإجابة عن التساؤلات المطروحة حول دور مواقع



التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات، حيث يمكن أن تكون هذه الدراسة انطلاقة لدراسات جديدة حول موضوع الوعي الديني ومواقع التواصل الاجتماعي لتثير استقهام باحثين آخرين مما يؤدي إلى توسيع مجال الدراسة والبحث والموروث العلمي في هذا الموضوع.

- **حادثة الموضوع:** تكمن هذه الحادثة من خلال التطورات التكنولوجية الحديثة وخاصة بظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي أتاحت تغييرات جذرية من بينه الدور الذي تلعبه في نشر الوعي الديني.

- **البحث والتعمق في الموضوع:** من خلال الأبحاث العلمية ودراستنا الحديثة حول هذا الموضوع دفعنا إلى البحث والتعمق في الدور الفعال الذي تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات، وذلك من خلال ما أنتجته تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي جعلت العالم قرية كونية أدت بذلك إلى إحداث تغييرات جديدة.

## 5. تحديد مفاهيم الدراسة

يعتبر تحديد المفاهيم من الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته حتى يزيل اللبس والغموض المحيط بالمصطلحات والمفاهيم الموجودة في الدراسة، إذ تعتبر مفاتيح لفك الشيفرات والمعاني وفي هذه الدراسة سيتم التطرق للمفاهيم التالية:

- الدور

- مواقع التواصل الاجتماعي

- الوعي الديني

## 1.5. مفهوم الدور

## لغة:

يرى قاموس " المنجد" الدور بأنه جمع أدوار ويقصد به الحركة حيث كان أو ما كان عليه.<sup>1</sup>

## اصطلاحاً:

يعرف الدور بأنه: " 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.<sup>2</sup>

يعرف في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة، فإن الدور يشير إلى نموذج السلوك الذي يتطلبه المركز ويتجدد 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.<sup>3</sup>

عرف في معجم مصطلحات علم النفس بأنه: " مجموعة من أنماط سلوك الفرد، تمثل المظهر الدينامي للمكانة وترتكز على الحقوق والواجبات المتعلقة بها، وبمعنى آخر يتحدد الدور على أساس متطلبات معينة تنعكس على توقعات الأشخاص لسلوك الفرد الذي يحتل مكانة ما في أوضاع معينة".<sup>4</sup>

## إجرائياً:

يقصد بالدور في دراستنا الوظيفة التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات بالإقامة الجامعية بن ناصر بشير -جامعة محمد الصديق بن يحيى-قطب تاسوست.

<sup>1</sup> المنجد في اللغة العربية والإعلام، دار المشرق، بيروت، ط1، لبنان، دس، ص288.

<sup>2</sup> جابر نصر الدين، لوكنيا الهاشمي: مفاهيم أساسية في علم النفس، دار النشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2006، ص144.

<sup>3</sup> أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1993، ص395.

<sup>4</sup> عبد المجيد سالمى وآخرون: معجم مصطلحات علم النفس، دار الكتاب، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1998،

## 2.5. مواقع التواصل الاجتماعي:

## أ-التواصل:

**لغة:** تستمد كلمتا (تواصل) و (اتصال) معناها من واصل ويقال: وصلت الشيء وصلا وصلة الوصل خلاف الفصل، وتفيد كلمة تواصل المشاركة في تبادل الكلمات وعدم المقاطعة.<sup>1</sup>

## اصطلاحا:

التواصل هو: "إقامة علاقة بين الناس على مستوى الكلام وهو في الاصطلاح الحديث ليس بأكثر من تبادل كلامي بين إثنين أو لنقل المعلومات بين هذا الذي يرسل الكلام (مرسل) وذلك الذي يستقبل (مرسل إليه)".

كما عرف أيضا بأنه: "عملية انتقال نبأ من نقطة إلى أخرى ومن مكان إلى آخر أو من شخص لآخر".<sup>2</sup>

## ج-التواصل الاجتماعي:

## اصطلاحا:

يعرف التواصل الاجتماعي على أنه: «مقياس لكيفية تظافر الناس كلهم وعلى المستوى الفردي، يتضمن التواصل الاجتماعي عدد العلاقات التي تربط الفرد بالآخرين في الذاكرة الاجتماعية التي تشمل العائلة الأصدقاء المعارف، بعيدا عن مفاهيم المستوى الفردي فإنه يتضمن علاقات تتخطى الدوائر الاجتماعية للفرد وحتى المجتمعات الأخرى، ويقدم هذا التواصل الذي يمثل واحدا من عديد عوامل التماسك في المجتمع مزايا لكل من الأفراد والمجتمعات». <sup>3</sup>

<sup>1</sup>نهر هادي: الكفاءات التواصلية والاتصالية، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص84.

<sup>2</sup>المرجع نفسه، ص84.

<sup>3</sup> بكركران سليمان: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الراجحة للنشر والتوزيع،

عمان، 2010، ص159.

## إجرائيا:

يقصد بالتواصل الاجتماعي في دراستنا بأنه عملية تتميز بالطابع الشخصي المتناقل بين الطرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبل عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، توتير، مدونات انستغرام وغيرها)، لتبادل المعلومات والأخبار ونشر الوعي الديني عند طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير.

## 3.5. مواقع التواصل الاجتماعي:

## اصطلاحا:

تعرف على أنها: "مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل: إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.<sup>1</sup>

وتعرف أيضا بأنها: "منصات على الأنترنت أو الهاتف المحمول تتيح التفاعل الثنائي والاتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم، فضلا عن التواصل بين المستخدمين، وهي وسائل للتواصل عبر منصات صممت خصيصا لتتيح للمستخدمين إيجاد المحتويات بأنفسهم والتفاعل مع المعلومات ومصدرها.<sup>2</sup>

وتعرف أيضا على أنها: "الفضاء الافتراضي الذي أتاح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم، حيث يسمح بإنشاء المواقع الاجتماعية لمتصفحها وإمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، كما مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص199.

<sup>2</sup>المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، وسائل التواصل الاجتماعي، دليل علمي للهيئات المعنية بالإدارة الانتخابية، السويد، 2014، ص11.

<sup>3</sup>عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص18.

عرفت بأنها: "عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات".<sup>1</sup>

### التعريف الإجرائي:

نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا جميع المنصات الافتراضية التي تتيح التفاعلية والسرعة في نقل المعلومات، تسمح للطالبات الجامعيات التعبير عن أفكارهم وتوجهاتهم المشتركة وبناء صداقات جديدة وكذا نشر العديد من المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها، ومشاركتها مع الأصدقاء عبر هذه المنصات.

## 4.5. الوعي الديني

### 1- الوعي

#### أ. لغة:

يعني الفهم وسلامة الإدراك، كما تشير كلمة الوعي إلى إدراك الإنسان لذاته ولما يحيط به، وهو أساس كل معرفة، وقال العرب: وعى فلان الشيء بمعنى جمعه وحواه وقلبه وتدبره وحفظه<sup>2</sup>، الوعي هو ذلك الفهم الصحيح والإدراك السليم لكل ما يحيط بنا من معارف وكذلك إدراك الإنسان لنفسه.

ويدل مصطلح الوعي كما عرف في اللغة اللاتينية والألمانية على معنى واحد: "هو معرفة الموضوع من قبل شخص ما، والأصل اللاتيني لكلمة وعي وهو conscience، وهي كلمة مركبة من scienbcom، ويقابل الكلمة في الإنجليزية consciousness.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي INTERDIRE MEDIA، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016، ص110.

<sup>2</sup>إسماعيل سليمان أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، لبنان، 2012، ص14.

<sup>3</sup>المرجع نفسه: ص15.

## ب. اصطلاحاً:

يعرف قاموس اكس فورد الوعي بأنه: "المعرفة المتبادلة بين الأشخاص أو المعرفة والإيمان الراسخ والقناعة التي تؤدي إلى الإقناع بصحة الشيء أو مجموعة الأفكار والانطباعات والمشاهدة الموجودة في الشخص الواعي، والوعي هو الصفة التي تميز مقدرة الأفراد أو الأشخاص على التفكير".<sup>1</sup>

## 2- الوعي الديني

يعرف الوعي الديني بأنه: "تزويد أفراد المجتمع بمبادئ الشريعة وقيمها العليا التي تعمل على حفظ الدين وترجمته ترجمة علمية في حياة الإنسان".<sup>2</sup>

الوعي الديني هو معرفة وفهم تعاليم الأديان في الجوانب العقائدية والعبادات والمعاملات والآداب والأخلاقيات وانعكاس هذه المعرفة على سلوكيات الفرد ومعاملته مع الناس في الحياة اليومية بصورة مستمرة، تكسيها شكل العادة وتجعلها تتحكم في السلوك، وهو معرفة الفرد بحقوقه وواجباته بما ينظم علاقته بربه وعلاقته بالمسلمين، ويتضمن الوعي بوسيلة الإسلام ومرونته وعدالته وموازنته بين الدين والدنيا.<sup>3</sup>

الوعي الديني يحتوي على أشكال معرفية وقيمية متنوعة ومتعددة حول أبعاد العلاقات بين البشر، وبين البشر والطبيعة وبين البشر والكون، وصولاً إلى علاقة الفرد بالخالق عز وجل حتى لو تعددت أشكال الربط وهو يتألق من وعي الفرد للمعارف والقيم والأحكام الدينية.<sup>4</sup>

## إجرائياً:

الوعي الديني هو إدراك واستيعاب الطالبات الجامعيات للحقائق الإسلامية ومبادئ الشريعة والعمل بها حياتهم وفقاً لأحكام دينهم.

<sup>1</sup> إسماعيل سليمان أبو جلال: مرجع سبق ذكره، ص 15.

<sup>2</sup> عمر صالح بن عمر: مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها، ندوة الحج الكبرى، د. ط، الإمارات، د. س، ص 40.

<sup>3</sup> سالي صلاح عنتر قاسم: فاعلية برنامج إرشادي لتنمية الفكر الناقد والوعي الديني لتحقيق الأمن الفكري لدى الطلاب الموصول بالجامعة، مجلة الإرشاد النفسي، العدد 51، الجزء الثاني، مصر، 2017، ص 78.

<sup>4</sup> شاكراً المحاميد: علم النفس الاجتماعي، مركز النشر والتوزيع، د. ط، د. ب، 2003، ص 24.

## 6. أدوات جمع البيانات

تعد مرحلة جمع البيانات خطوة هامة من خطوات البحث العلمي ومدى نجاحه مرتبط بحسن اختيار الأدوات المناسبة حسب طبيعة موضوع الدراسة، ومن هنا قمنا باختيار أداة من أدوات جمع البيانات وهي الاستبيان حيث اعتمدنا عليها في جمع المعلومات والبيانات حول مشكلة الدراسة، إضافة إلى أنها تساعدنا في الإجابة عن تساؤلات الدراسة، وتحقيق الهدف والغاية التي تم تحديدها لهذه الدراسة.

## الاستبيان

يعرف الاستبيان على أنه: مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها البعض بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث وذلك في ضوء موضوع البحث والمشكلة التي اختارها.<sup>1</sup>

ويعرف كذلك على أنه: وسيلة فنية تستخدم لجمع معطيات أو حقائق أو بيانات من عدد معين من الأفراد بهدف مسألة من المسائل أو موضوع من الموضوعات بقصد التعرف على واقعها وأفكار لهؤلاء الأفراد عنها أو آراءهم فيها ومواقفهم منها ثم تحلل هذه المعطيات أو الحقائق أو البيانات بعد تصنيفات ليتسنى للباحث تفسيرها "أي أنه الوسيلة التي تستعمل لجمع بيانات أولية وميدانية حول مشكلة أو ظاهرة البحث العلمي".<sup>2</sup>

كما يعرف أيضا بأنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث معين عن طريق استمارة تجري تعبئة فقراتها من المستجيب.<sup>3</sup>

تحتوي استمارة الاستبيان الخاصة بموضوع دراستنا على 27 سؤال، معتمدين فيها على الأسئلة المغلقة المفتوحة، والأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة والأسئلة المحددة الإجابات، حيث تم تقسيم هذه الاستمارة إلى خمسة محاور كل محور يضم مجموعة من الأسئلة وتمثل هذه المحاور في:

<sup>1</sup> عامر قنديلجي، إيمان السامرائي: البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية، عمان، 2009، ص288.

<sup>2</sup> لحسن عبد الله باشيوة، نزار عبد المجيد البرداوي، عدنان هاشم السامرائي: البحث العلمي مفاهيم-أساليب-تطبيقات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط.1، عمان، ص395.

<sup>3</sup> محسن علي عطية: البحث العلمي في التربية، مناهج-أدواته وسائله الإحصائية، دار المناهج، عمان، 2010،



**المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي.

**المحور الثاني:** دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي.

**المحور الثالث:** الموضوعات الدينية التي تقبل عليها الطالبات الجامعيات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

**المحور الرابع:** الإشباعات المحققة من استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي.

**المحور الخامس:** إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني.

حاولنا أن تكون صياغة هذه الأسئلة سهلة وواضحة معبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها بالتنسيق مع الأستاذ المشرف، حيث قمنا بعرضها على أستاذة بغرض التحكيم ذو خبرة من جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل، وإجراء التعديلات اللازمة بعد كل تحكيم للاستفادة قدر الإمكان من الملاحظات والتوجيهات المقدمة من طرف الأستاذة المحكمين.

- د. ناجي بولمهار: أستاذ بقسم علوم الإعلام والاتصال.

- د. عبد الحكيم الحامدي: أستاذ بقسم علوم الإعلام والاتصال

- د. توفيق بوخد وني: أستاذ بقسم علوم الإعلام والاتصال.

## 7. أساليب تحليل البيانات

عادة ما يستخدم الباحثين أسلوبين في تحليل بيانات الدراسة، وهما التحليل الكمي والكيفي.

### 1.7. التحليل الكمي:

تعرف البحوث الكمية بأنها:

"البحوث التي تعتمد على الأساليب الكمية والإحصائية في معالجة موضوع البحث ووصف نتائجه".

حيث طبقنا في دراستنا هذه الأسلوب الكمي لتحليل البيانات من أجل التعبير عن الإحصاءات والأرقام والنسب المئوية الموضحة في الجداول من أجل التحقق من مدى صحة أسئلة الاستمارة مبدئياً.

### 2.7. التحليل الكيفي:

تعرف البحوث الكيفية على أنها:

"هي التي تعتمد على الأساليب الكيفية او النوعية في معالجة موضوع البحث ووصف نتائجه".<sup>1</sup>  
استعنا في دراستنا هذه على الأسلوب الكيفي بغرض جمع المعلومات من المبحوثات المستخدمات لمواقع التواصل الاجتماعي مع إبراز الدور الذي تؤديه هذه المواقع، ومحاولة الكشف عن مدى ثقة العينة المبحوثة في المضامين الدينية المنشورة عبر هذه المواقع.

## 8. المنهج المستخدم في الدراسة:

يعتبر المنهج في البحث العلمي العمود الفقري لكل دراسة فهو بمثابة الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة، إذ يوجه الباحث أثناء مساره عمله للوصول نتيجة معينة فقد تعددت تعريفات واختلفت وجهات نظر الباحثين نحوه.

نقصد بالمنهج في اللغة: بأنه الطريق الواضح كقولنا نهج فلان الطريقة أي سلكه.<sup>2</sup>

أما المنهج بمعناه العلمي فيقصد به البرنامج الذي يحدد مسبقاً سلسلة من المعطيات من أجل القيام بها، وبذلك فإن المنهج يوحى باتجاه محدد المعالم ومتبع بانتظام في عملية ذهنية.

المنهج هو الوسيلة والطريقة التي تستخدم للوصول إلى الحقيقة ويسلكها العقل البشري للاقترب من الحقائق والوصول إليها.<sup>3</sup>

وأنسب منهج لدراسة موضوعنا هو المنهج الوصفي.

إذ يندرج موضوع دراستنا المعنون بـ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات ضمن الدراسات الوصفية، فهدف الدراسة هو إبراز الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات، لذا اعتمدنا على المنهج الوصفي كونه أنسب المناهج لدراسة موضوعنا.

<sup>1</sup> ابراهيم عبد العزيز الدعياج: مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص 69.

<sup>2</sup> فاضلي إدريس: الوجيز في المنهجية والبحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط.2، 2010، ص 9-10.

<sup>3</sup> عبد الرحمان سيد سليمان: مناهج البحث، دار الكتب، ط.1، 2014، ص 21.

يعرف المنهج الوصفي بأنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كميًا عن طريق جمع البيانات ومعلومات معينة عن ظاهرة أو مشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.<sup>1</sup>

يعرف أيضا بأنه المنهج الذي يصف الظاهرة بذكر خصائص وصفات الشيء الموصوف وتحديدتها بدقة، مع بيان الظروف والعلاقات ذات الصلة بالواقع.<sup>2</sup>

وهناك من يعرفه بأنه طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.<sup>3</sup>

ويعرف المنهج الوصفي بأنه دراسة شاملة مستعرضة ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين.

هو ذلك النوع من البحوث التي يتم بواسطة استجواب جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منهم وذلك بهدف دراسة الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط، دون أن يتجاوز دراسة العلامة أو استنتاج الأسباب.<sup>4</sup>

## 9. مجتمع البحث وعينته:

### 1-مجتمع البحث:

مجتمع البحث هو مصطلح علمي منهجي يراد به كل من يمكن أن تعمم عليه نتائج البحث سواء أكان مجموعة أو كتب.....إلخ وذلك طبقا للمجالات الموضوعية لمشكلة البحث.<sup>5</sup>

"هو جميع المفردات التي تكون في إطار البحث المراد دراسته، وهو جميع الأشخاص المكونين للدراسة".<sup>6</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة نور، 2020، ص163.

<sup>2</sup> مبروك بن عيسى: مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار الخلدونية، ط.1، الجزائر، 2019، ص72.

<sup>3</sup> عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط.2، الجزائر، 2019، ص86.

<sup>4</sup> محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط.3، صنعاء، 2019، ص51-52.

<sup>5</sup> عبد الله محمد الشريف: مناهج البحث العلمي، مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر، ط.1، الإسكندرية، ص14.

<sup>6</sup> أحمد عارف العساف، محمود الوادي: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارية مفاهيم وأدوات، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص221.

يعرف أيضا بأنه جميع المفردات التي يدرسها الباحث، فإذا كان الباحث يدرس مشكلات الأسرة الريفية في الأردن فإن مجتمع البحث هو طلاب الثانوية وإذا كان يدرس مشكلات طلاب مرحلة ثانوية فإن مجتمع البحث هو طلاب الثانوية، وإن كان يدرس الأمثال الشعبية فإن مجتمع البحث هو الأمثال الشعبية وإذا كان يدرس الشبكات السياحية فإن مجتمع البحث هو جميع الأفراد أو الأشخاص الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.<sup>1</sup>

يشمل مجتمع البحث في دراستنا فئة طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير -جيجل- بلغ عددهم خلال السنة الجامعية 2022-2023 حدود 2025 طالبة.

## 2- عينة الدراسة:

بما أنه من الصعب على الباحث أن يتصل بعدد كبير من المعنيين بدراسته لكي يطرح عليهم الأسئلة والحصول على الأجوبة، فإنه لا مفر من اللجوء إلى أسلوب أخذ العينات التي تمثل المجتمع الأصلي حتى يستطيع أخذ صورة مصغرة عن التفكير العام وتعرف العينة على أنها:

جزء من المجتمع يتم اختيارها وفق قواعد خاصة بحيث تكون العينة المسحوبة ممثلة قدر الإمكان لمجتمع الدراسة.<sup>2</sup>

وهي الجزء الذي يمثل مجتمع الأصل أو النموذج الذي يجري الباحث مجمل ومحور عمله عليه، ولا يمكن أن ينجح البحث إلا إذا كان الباحث يستعمل أساليب خاصة باختيار العينات، وأن الباحث عند دراسته للأفراد والمجمعات لا يستطيع أن يأخذ كافة أفراد مجتمع الدراسة، لأنه يتطلب المزيد من الجهد والوقت وتكاليف وإمكانات مادية كبيرة جداً، لهذا يختار الباحث عينة محددة من هذا المجتمع لدراسته، فكلما زاد المجتمع الأصلي كلما قلت النسبة والعكس كلما قلت النسبة زاد المجتمع الأصلي للبحث.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>محمد جلال العندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للطباعة والنشر والتوزيع، ط.1، القاهرة، ص82.  
<sup>2</sup>محمد عبد العالي النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط.1، عمان، 2009، ص80.

<sup>3</sup>خالد أحمد فرحان المشهداني، رائد عبد الخالق عبد الله العبيدي: مناهج البحث العلمي، دار الأيام، عمان، 2015، ص229.

تمثل العينة مجموعة جزئية من المجتمع الأصلي للبحث، يتم اختيارها بطريقة علمية منظمة من جميع عناصر ومفردات المجتمع الأصلي وبنسبة معينة، بحسب طبيعة البحث وحجم المجتمع الأصلي، بحيث تحمل نفس الصفات أو الخصائص المشتركة وتعمل على تحقيق أهداف البحث.<sup>1</sup>

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة العشوائية البسيطة باعتبارها الأنسب لدراستنا كونه مجتمع متجانس وتعرف على أنها:

أحد أنواع العينات الاحتمالية حيث تعتمد على نظرية الاحتمالات في اختيار وحداتها وتقدير معالمها، وتعد هذه العينة من أكثر العينات شيوعاً وأبسطها، كما أن المعاينة التي يكون فيها احتمال اختيار أي وحدة مساوي لاختيار الوحدة الأخرى.<sup>2</sup>

تعرف أيضاً على أنها أبسط العينات العشوائية ولكنها أصدق أنواع العينات وأكثرها صلاحية، ويجري اختيارها وفق طرق سحب معينة تسمى طرق السحب العشوائي ولا تتيح هذه الأساليب للباحث بالتدخل الشخصي في اختيار الوحدات التي يريد إدخالها للعينة، وتستخدم العينة العشوائية البسيطة عندما يكون مجتمع البحث أو المجتمع الإحصائي متجانساً.<sup>3</sup>

لجأنا إلى هذا النوع من العينات لأنها ساعدتنا في اختصار الوقت والجهد إذ قمنا باختيار 4% من مجتمع البحث الأصلي للدراسة المتمثل في 2025 طالبة، وبمساعدة من الأستاذ المشرف تم اختيار حجم العينة، وقد تحصلنا على عدد أفراد العينة وفقاً للعملية الحسابية التالية:

$$2025 = 100\%$$

$$80 = \text{؟}\%$$

$$80 * \frac{100}{2025} = 4\%$$

<sup>1</sup> حسين محمود جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، دار صفاء، ط.1، عمان، 2013، ص126.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص82

<sup>3</sup> موفق الحمداني وآخرون، مناهج البحث العلمي الكتاب الأول أساسيات البحث العلمي، مؤسسة الوراق، ط.1، عمان، 2006، ص199.

**10. مجالات الدراسة:**

تعد مجالات الدراسة في البحوث الإنسانية والاجتماعية من أنواع المعطيات التي تمد الباحث بمؤشرات تساعد على التفسير والتحليل، على اعتبار أن البيئة الجغرافية والمجال البشري والزمني من شأنها أن تعطي معاني مختلفة للمعطيات التي يتم جمعها من الميدان ولكل دراسة مجالات رئيسية تختلف باختلاف أنواع البحوث والدراسات، وعليه فإن مجالات هذه الدراسة كالآتي:

**أ-المجال المكاني:**

يقصد به المكان الذي أجريت فيه الدراسة ويتمثل المجال المكاني لدراستنا في الإقامة الجامعية بن ناصر بشير -تاسوست-2.

**ب-المجال البشري:**

يقصد به كل الأشخاص والفئات التي ستجري عليهم الدراسة الميدانية وتطبيق الأدوات البحثية عليها، ويتمثل المجال البشري لدراستنا في طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير.

**ج-المجال الزمني:**

امتد المجال الزمني لإنجاز هذه الدراسة ما بين 24جانفي إلى 30ماي، حيث تم إنجاز الجانب المنهجي أولاً المتمثل في ضبط الإشكالية وتساؤلاتها وفرضياتها إلى غاية الدراسات السابقة والمقاربة النظرية المفسرة للدراسة في الفترة الممتدة من 24جانفي إلى 27فيفري، بعد الانتهاء من الجانب المنهجي باشرنا العمل في الجانب النظري المتكون من فصلين متمثلين في مواقع التواصل الاجتماعي، والوعي الديني بكل عناصرهما الذي استغرقنا فيه قرابة الشهر ونصف أي الفترة من 15فيفري إلى 30مارس، تم الانتقال بعدها إلى الجانب الميداني أين تم إعداد وصياغة استمارة الاستبيان وتحكيمها من طرف ثلاث أساتذة بالكلية، دامت مدة تحكيمها أسبوع من الزمن، بعدها قمنا بطباعتها وتوزيعها على عينة الدراسة بداية شهر ماي، تمت معالجة البيانات وتفريغها وتحليلها وقد دامت هذه الفترة من 08أفريل إلى 28ماي.

**11. الدراسات السابقة:**

تعتبر الدراسات السابقة والمثابرة خطوة مبدئية لها أهمية كبيرة قبل الشروع في أي بحث علمي، فهي تساعد في اختيار الإطار العام والمفاهيمي لموضوع الدراسة وتكوين خلفية نظرية عنه، ولهذا وجب علينا الاطلاع على دراسات سابقة ومثابرة لدراستنا تتمثل في دراسات وطنية وأخرى عربية.

**-الدراسات الوطنية:****الدراسة الأولى:**

دراسة بعنوان " الصحافة الجزائرية وتنمية الوعي الديني لدى القراء " دراسة تحليلية ميدانية، بحث مقدم لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، من إعداد هند عزوز، 2013/2012، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

عالجت هذه الدراسة إشكالية تبلورت في تساؤل رئيس مفاده:

- ما طبيعة الدور الذي تؤديه الصحافة الجزائرية في زيادة الوعي الديني لدى القراء؟

اندرجت ضمنه مجموعة من التساؤلات الفرعية تمثلت في:

- ما هي خصائص المواضيع الدينية التي ركزت عليها الصحف الجزائرية محل الدراسة في فترة من فترات التعددية الإعلامية؟

- هل التزمت الصحف الجزائرية بالمرجعية الدينية المتبعة في الجزائر؟

- ما هي مساهمة الصحف الجزائرية في تنمية الوعي الديني لدى القراء؟

- ما هي الاقتراحات التي يقدمها القراء لتحسين مستوى المواضيع الدينية المطروحة؟

وجاءت هذه الدراسة بهدفين رئيسيين هما:

- الأول: يتعلق بالاستعانة بنتائج التحليل على فهم ومقارنة نتائج الدراسة الميدانية محل الدراسة.

- الثاني: يتعلق بمحاولة تشخيص واقع المحتوى الإعلامي المتعلق بالصحف والمتصل بالمواضيع الدينية.

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج المسحي الاجتماعي كونها اندرجت ضمن الدراسات

الوصفية التي ترتبط بدراسة واقع الأحداث والظواهر والآراء وتحليلها، في حين تمثلت أدوات جمع البيانات



في استمارة الاستبيان وأداة تحليل محتوى القائم على ركيزتين رئيسيتين هما التحليل الكمي والكيفي، أما عن عينة الدراسة التي اختارتها الباحثة فهي العينة العمدية والعشوائية بالنسبة لمنهج تحليل المضمون والعينة العنقودية بالنسبة لأداة الاستبيان، حيث قدرت مفردات البحث ب 260 مفردة.

توصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تساهم الصفحات الدينية في تشكيل وتنمية الوعي لدى القراء.
- أغلب القراء قراءة المواضيع ذات العلاقة بالوعي الديني في البيت ولعل ذلك راجع إلى أن البيت أنسب فضاء للقراءة المتأنية والبطيئة.
- يعتقد جزء معتبر من المبحوثين أن الصحف الجزائرية ساهمت في تحسين حالتهم النفسية عن طريق الإقرار بدورها في تعزيز الثقة بالنفس وتخفيف ضغط الحياة بجعل المواضيع الدينية وسيلة من وسائل الترفيه على النفس والابتعاد عن العمل وصخب الحياة.

### التعقيب على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في المتغير التابع المتمثل في الوعي الديني، حيث ركزت الباحثة على المسائل الدينية بالتحديد الدور الذي تلعبه الصحافة الجزائرية في زيادة الوعي الديني لدى القراء، بينما ركزت دراستنا على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات وبالخصوص طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير-ولاية جيجل.

تختلف هذه الدراسة عن موضوعنا في المتغير المستقل حيث اعتمدت هذه الدراسة على الصحافة الجزائرية، أما دراستنا فركزت على أحد الوسائط الحديثة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، كما تختلف من حيث أدوات جمع البيانات فقد اعتمدت الباحثة على أداتين هما استمارة الاستبيان وتحليل المحتوى أما دراستنا فاعتمدت على أداة واحدة هي استمارة الاستبيان وأفادتنا هذه الدراسة في بناء الإطار المنهجي والنظري.

### الدراسة الثانية:

تحت عنوان " الوعي الديني وعلاقته بكل من التفكير الإيجابي والصراع النفسي الاجتماعي لدى التلميذ" دراسة ميدانية ببعض ثانويات مدينة قمار، من إعداد أسماء لشهب، تمثل في مقال منشور في مجلة الدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 11، العدد3، الصادرة في 2022/06/16، جامعة وهران.

تمحورت إشكالية الدراسة في الكشف عن مستوى الوعي الديني وعلاقته بكل من التفكير الإيجابي والصراع النفسي لدى تلاميذ مرحلة التعليم الثانوي، ولتحقيق الهدف من هذه الدراسة طرحت الباحثة التساؤل الرئيسي التالي:

- ما العلاقة بين الوعي الديني وكل من التفكير الإيجابي والصراع النفسي الاجتماعي لدى التلاميذ؟ وقد تفرعت عنها مجموعة من الأسئلة الفرعية تمثلت في:

- هل توجد علاقة بين مستوى الوعي الديني والتفكير الإيجابي لدى تلميذ مرحلة التعليم الثانوي؟  
- هل توجد علاقة بين مستوى الوعي الديني والصراع النفسي الاجتماعي لدى تلميذ مرحلة التعليم الثانوي؟  
جاءت هذه الدراسة بمجموعة من الأهداف أهمها:

- الكشف عن مستوى الوعي الديني لدى عينة من تلاميذ بعض ثانويات ولاية الوادي.  
- الكشف عن مستوى التفكير الإيجابي لدى عينة البحث من تلاميذ بعض ثانويات ولاية الوادي.  
- الكشف عن مستوى الصراع النفسي الاجتماعي لدى عينة من تلاميذ بعض ثانويات ولاية الوادي.  
- الكشف عن علاقة الوعي الديني والتفكير الإيجابي والصراع النفسي الاجتماعي لدى عينة من تلاميذ بعض ثانويات ولاية الوادي.

وقد استعانت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الارتباطي مستعينة باستبيانين الأول لقياس مستوى الوعي الديني والثاني لقياس مستوى الصراع النفسي الاجتماعي، وتمثل مجتمع الدراسة في تلاميذ بثانويتي الشهيد علي محمد والشهيد عبد القادر الياجوري بدائرة قمار ولاية الوادي الجزائر، الذي بلغ عددهم 260 تلميذ وتلميذة، أما العينة فتم اختيارها بطريقة طبقية عشوائية.

وتلخص نتائج هذه الدراسة فيما يلي:

- وجود ارتباط قوي بين درجات الوعي الديني وكل من التفكير الإيجابي والصراع النفسي الاجتماعي لدى تلاميذ مرحلة التعليم الثانوي.

- تبين قيمة معامل الارتباط المتحصل عليها والتي بلغت (0.79) الارتباط الإيجابي والذال إحصائياً بين الدرجات التي تحصل عليها التلاميذ أفراد عينة الدراسة على مقياس الوعي الديني والتفكير الإيجابي أي أنه كلما ارتفع مستوى الوعي الديني للتلميذ كلما كان مستوى تفكيره الإيجابي مرتفعاً.

- وجود علاقة عكسية قوية بين الوعي الديني والصراع النفسي الاجتماعي لدى التلميذ، أي أنه كلما زاد مستوى الوعي الديني للتلميذ انخفض مستوى الصراع النفسي الاجتماعي لديه.

### التعقيب على الدراسة:

تمثلت الدراسة السابقة المعروضة بعنوان الوعي الديني وعلاقته بكل من التفكير الإيجابي والصراع النفسي الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، وتعد من أحد الدراسات المشابهة لدراستنا السالفة الذكر، حيث تشابهت معها من حيث الأداة وهي الاستبيان للحصول على المعلومات واختلفت من حيث المنهج حيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي الارتباطي، كذلك نوع العينة حيث اعتمدت على العينة الطبقية العشوائية، أما فيما يخص متغيرات الدراسة فقد تشاركت مع دراستنا في متغير واحد تمثل في الوعي الديني.

### الدراسات العربية:

#### الدراسة الأولى:

جاءت الدراسة تحت عنوان " دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب" (دراسة ميدانية)، من إعداد أميرة محمد محمد سيد أحمد، عبارة عن مقال منشور في المجلة العلمية لبحوث الصحافة الصادرة عن مدرسة الصحافة، كلية الآداب، العدد الثالث.

تمحورت إشكالية الدراسة حول دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب المنتمي لفصيل سياسي ديني وغير المنتمي، ومن خلال الإطار العام للدراسة سعت الباحثة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب.

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

ما معدل استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والصفحات الدينية بصفة خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما مدى ثقة الباحثين في تلك الصفحات كمصدر للمعلومة الدينية؟

- ما ملامح الدور الذي تقوم به الصفحات الدينية في توعية الشباب دينياً؟

- ما تقييم الباحثين للمضمون الديني المثار على الصفحات الدينية؟

- كيف يمكن تطوير مضمون الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي لتنمية الوعي الديني لدى الشباب؟

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والصفحات الدينية بصفة خاصة.

- الدور الذي تؤديه الصفحات الدينية في عملية التوعية الدينية.

- المجالات التي ساهمت الصفحات الدينية في تنميتها لدى المبحوثين ووسائل تنميتها.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الإعلامي ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة مستعينة بأداة الاستبيان، وتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الشباب المصري الذين تتراوح أعمارهم ما بين 17 سنة إلى أقل من 35 سنة، وقد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية وتمثل في 420 مفردة، تم استبعاد 21 استمارة لعدم استكمال بياناتها، وبالتالي يصبح العدد الإجمالي 399 مفردة.

- ارتفاع معدل استخدام المبحوثين سواء من المنتمين لفصيل سياسي ديني وغير المنتمين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والصفحات الدينية بصفة خاصة، وأن أعلى معدل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي هو أقل من ساعة ومن أكثر المناسبات لزيادة التعرض عند وقوع الأحداث التي تهم العالم الإسلامي، ومتابعة الصفحة الرسمية لبعض الدعاة أهم الطرق لكيفية متابعة المضمون الديني المنار على الصفحات الدينية.

- زيادة أعداد المبحوثين الذين يثقون في المعلومات المنشورة على الصفحات الدينية وتراوحت درجات الثقة ما بين درجة كبيرة وبدرجة متوسطة، وجاءت درجة الثقة بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى لدى كل من المنتمين لفصيل سياسي ديني وغير المنتمين، وهذا مؤشر يدل على أن تلك الصفحات بما تنشره من معلومات وأخبار تحظى بمصداقية لدى متصفحها لاعتمادها على الوسائل الإقناعية من الأدلة والبراهين النبوية وعلى القرآن الكريم في شرح التي تتناولها وربطها بواقع الحياة المعاصر.

- الاتجاه العام للبحوث لدى كل من المنتمين لفصيل سياسي ديني وغير المنتمين نحو المضمون على الصفحات الدينية بمواقع التواصل يميل إلى التقييم الإيجابي.

## التعقيب على الدراسة:

تناولت الباحثة في دراستها دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب.

وأفادتنا هذه الدراسة في بناء الجانب النظري والمنهجي لدراستنا حيث تشابهت معها من حيث الأداة المستخدمة في جمع البيانات المتمثلة في استمارة الاستبيان للحصول على المعلومات ونوع العينة المدروسة، واختلفت من حيث المنهج المستخدم باعتمادها على منهج المسح الإعلامي ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة والأهداف والنتائج التي توصلت إليها الدراسة.

## الدراسة الثانية:

بعنوان "الوعي الديني عند طلاب المرحلة الابتدائية وعلاقته ببعض متغيرات التنشئة الاجتماعية بمنطقة الباحة (دراسة ميدانية)"، بحث مكمل لنيل درجة الدكتوراه في تخصص الأصول الإسلامية للتربية 1437-2017، المملكة العربية السعودية وزارة التعليم، كلية التربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، للباحث عبد الله سعد الغامدي.

عالجت هذه الدراسة موضوع الوعي الديني عند طلاب المرحلة الابتدائية وعلاقته ببعض متغيرات التنشئة الاجتماعية بمنطقة الباحة حيث سعت هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

- ما مستوى الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية في ظل متغيرات التنشئة الاجتماعية وما العلاقة بينهما؟

ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما مستوى الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية بمنطقة الباحة؟
- ما مستوى تأثير متغيرات التنشئة الاجتماعية على طلاب المرحلة الابتدائية؟
- ما العلاقة بين درجة الوعي الديني ومتغيرات التنشئة الاجتماعية المتبعة في المجتمع؟
- هل يوجد اختلاف بين درجتي الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الصف الخامس والصف السادس من المرحلة الابتدائية؟

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف أهمها:

- تحديد مستوى الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية بمنطقة الباحة.

- تحديد أهم المتغيرات التي تسهم في تشكيل هذا الوعي لدى الطلاب.

- بيان أهمية دراسة الوعي الديني في المرحلة الابتدائية بتنشئتهم الاجتماعية.

- توضيح مزايا الوعي الديني وأثره على الطلاب والمجتمع ككل.

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي الارتباطي مستعينا على أداة الاستبيان، وتمثل مجتمع الدراسة في طلاب الصفين الخامس والسادس بالمرحلة الابتدائية من التعليم الأساسي بالمدارس الابتدائية بمنطقة الباحة، وقد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية من خلال اختيار عدد عشوائي من مدارس التعليم الابتدائي للباحة وتمثل في 400 طالب.

وقد توصل الباحث إلى عدة نتائج أهمها:

- وجود واضح لمستوى الوعي الديني بأبعاده الثلاثية (العقيدة، العبادات، المعاملات) لدى طلاب المرحلة الابتدائية بمنطقة الباحة.

- وجود تأثير واضح لمتغيرات التنشئة الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الابتدائية بمنطقة الباحة.

- وجود علاقة ارتباطية وإيجابية ذات دلالة إحصائية بين درجة الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية.

- كان هناك تأثير لمتغيرات التنشئة الاجتماعية على درجة الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية الصفين الخامس والسادس، حيث أن الطلاب المرتفعين في درجة الوعي الديني كانوا أكثر تأثرا بمتغيرات التنشئة الاجتماعية، في حين الطلاب أقرانهم المنخفضين في درجة الوعي الديني كانوا أقل تأثرا بهذه المتغيرات.

- لم توجد أية اختلافات في درجة الوعي الديني بين طلاب الصف الخامس وطلاب الصف السادس بالمرحلة الابتدائية.

### التعقيب على الدراسة:

تناول الباحث الوعي الديني عند طلاب المرحلة الابتدائية وعلاقته ببعض متغيرات التنشئة الاجتماعية بمنطقة الباحة وتتشابه مع دراستنا في أداة جمع البيانات المتمثلة في استمارة الاستبيان ونوع العينة المدروسة،

واختلفت من حيث مجتمع البحث والمنهج المستخدم باعتماده على المنهج الوصفي الارتباطي والأهداف والنتائج المتوصل إليها، إضافة إلى الموضوع المدروس.

### الدراسة الثالثة:

بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي " دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق " على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت للفترة من 1-3-2013 لغاية 1-6-2013، من إعداد رافت مهند عبد الرزاق، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام.

تمثلت إشكالية الدراسة في:

- هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي متمثلة في TWITTER ، YOUTUBE،FACEBOOK على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العربية في كل من الموصل والأنبار وتكريت في طرح القضايا المعاصرة التي تهمهم، وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لديهم لا سيما ما يطلق عليه اليوم بالحراك الشعبي في العراق؟

وقد تفرع عن التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- ما طبيعة استخدام طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت لمواقع التواصل الاجتماعي FACEBOOK، TWITTER،YOUTUBE وأثرها في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات والفكر السياسي لديهم؟

- كيف يقيم طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت لمواقع التواصل الاجتماعي من بين وسائل الإعلام الأخرى؟

- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت؟

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف أهمها:

- معرفة مدى مشاركة الإعلام الجديد ممثلاً بمواقع التواصل الاجتماعي ، FACEBOOK ، YOUTUBE، TWITTER في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين في كل من جامعات الموصل والأنبار وتكريت.

- معرفة درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في طرح القضايا المعاصرة التي تهم المجتمع العراقي.



تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث اعتمدت على المنهج الوصفي، أما أداة جمع البيانات فتمثلت في الاستبيان، كما تمثل مجتمع الدراسة في طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت لقياس مدى تأثير وعيهم السياسي بمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرهم على الرأي العام، وقد تم اختيار عشوائياً وتمثلت في 430 مفردة.

توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- أن مواقع التواصل الاجتماعي FACEBOOK، YOUTUBE، TWITTE تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين في جامعات الموصل والأنبار وتكريت.

- تسهم واقع التواصل الاجتماعي FACEBOOK، YOUTUBE، TWITTER في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي وفي التأثير على السلوكيات السياسية لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي.

- أظهرت نتائج الدراسة استخدام ثلاثة مواقع للتواصل الاجتماعي وهي الفيسبوك بنسبة 75.5% وتويتر بنسبة 11.75% ويوتيوب بنسبة 12.75%.

- أظهرت نتائج الدراسة بأن ما نسبته 59.0% من أفراد العينة مقتنعين بأن شبكات التواصل الاجتماعي كانت محرضاً أساسياً على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية، بينما كانت نسبة 41.0% من أفراد العينة مثلت الرفض.

- أظهرت نتائج الدراسة بأن ما نسبته 70.0% من أفراد العينة هم من زاد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة لما يحدث بالعراق، في حين كانت نسبة 29.5% من أفراد العينة لم تتأثر أفرادها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بينما كانت نسبة 10.5% من أفراد العينة الذين قل استخدامهم لهذه المواقع نتيجة لما يحدث بالعراق.

- توصلت النتائج أن نسبة 62.8% من أفراد العينة زاد وعيهم السياسي نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بينما كانت نسبة 37.2% من أفراد العينة التي لم يتأثر وعيهم السياسي.

### التعقيب على الدراسة:

تطرق الباحث في دراسته إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق، وتتشابه مع دراستنا من حيث:

المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي وكذلك أداة جمع البيانات والمتمثلة في استمارة الاستبيان، واختلفت من حيث مجتمع الدراسة وعدد الأفراد المبحوثين، وتطرق الباحث في دراسته إلى الوعي السياسي أما دراستنا فشملت الوعي الديني.

### الدراسة الرابعة:

تمثل هذه الدراسة مقال منشور في المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، الصادرة عن المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، العدد 16، الصادر في 2021، تحت عنوان "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية الفايسبوك" أنموذجاً" دراسة على طلاب كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، من إعداد هبة إسماعيل عبد الله وعبد الله النبي سليمان حسن يعقوب.

عالج الباحثان في هذه الدراسة الإشكالية التالية للتعرف على إسهام الفايسبوك في نشر الوعي الديني بين الطلاب وتوضيح المضامين الدينية التي يتم تناولها عبر صفحات الفايسبوك وكيفية تلقي المواد الدينية؟

وتتفرع منها الأسئلة التالية:

- كيف يساهم الفايسبوك في نشر الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية؟

- ما الدوافع من نشر وتلقي المواد الدينية على الفايسبوك؟

- إلى أي مدى أسهم الفايسبوك في التعريف بتعاليم الدين الإسلامي؟

جاءت هذه الدراسة بمجموعة من الأهداف أهمها:

- التعرف على مدى مساهمة الفايسبوك في نشر الوعي الديني.

- توضيح المضامين الدينية التي يتم نشرها عبر صفحات الفايسبوك.

- التعرف على دوافع نشر وتلقي المواد الدينية على صفحات الفايسبوك.

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، أما مجتمع البحث فتمثل في طلاب الجامعات السودانية، وقد تم اختيار طلاب كلية الإعلام بجامعة أم درمان الإسلامية كعينة للدراسة، حيث تتكون من 206 مبحوثاً باستخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات لدراسة أفراد عينة البحث في جامعة أم درمان الإسلامية.

توصل الباحثان من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أثبتت الدراسة أن تصفح الفايسبوك من قبل المبحوثين في كل الفترات وهذا ما يؤكد تصفحهم له كلما أتيحت لهم الفرصة.

- أثبتت الدراسة أن أغلبية المبحوثين ينتمون لصفحات دينية على الفايسبوك ويفضلون المنشورات في شكل منشورات وفيديوهات وصوتيات.

- أثبتت الدراسة أن الفايسبوك أسهم في تعريف الطلاب بتعاليم الدين الإسلامي واكسابهم معلومات دينية جديدة.

- كشفت الدراسة أن أكثر الصفحات الدينية متابعة من المبحوثين صفحة الفتاوى وقصص الأنبياء إضافة إلى صفحة السيرة النبوية، وذلك لزيادة ثقافتهم الدينية.

### التعقيب على الدراسة:

تناول الباحثان في دراستهم مدى اعتماد طلاب الجامعات السودانية على وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الديني وأفادتنا هذه الدراسة في بناء الجانب النظري والمنهجي لدراستنا حيث تشابهت من حيث الأداة المستخدمة في جمع البيانات المتمثلة في استمارة الاستبيان للحصول على المعلومات وكذلك المنهج، واختلفت من حيث نوع العينة المدروسة واختلفت من حيث الموضوع المدروس.

### 12. المقاربة النظرية للدراسة:

تعتبر المقاربة النظرية ضرورية في أي بحث علمي كونها تساعد الباحث صياغة مشكلة الدراسة وفرضياتها وفي تفسير نتائج البحث في ضوء النظري، ويجب عند اختيار نظرية لتطبيقها على دراسة ما أن تتناسب مع موضوع الدراسة حتى يستفيد منها الباحث بشكل صحيح.

وتعرف النظرية بأنها كل شيء وأهم شيء في العلم لأن مداها أبعد من المعارف المجموعة أو المنقولة، وهي ضرب من الاقتصاد الذهني يسهل جمع المعارف والاستغناء أحيانا عن بعضها.<sup>1</sup>

وحتى لا تتطرق دراستنا هذه من فراغ نعتقد أنه ومن الأنسب أن نستند على نظرية محددة، ونظرا إلى موضوعنا حول "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات" فإننا رأينا أنه

<sup>1</sup> بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، د. ط، عمان، 2015، ص142.

من الأنسب الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع، أملا في الوصول إلى نتائج أكثر شموخا وخدمة للموضوع.

## نظرية الاستخدامات والإشباع:

### 1-تعريف النظرية:

انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.<sup>1</sup>

كما ركزت هذه النظرية على توقعات الجمهور وتطلعاته واستخداماتها، وهي نظرية جديدة ومختلفة وديمقراطية تنظر إلى الاعلام من وجهة نظر المتلقي وليس من وجهة نظر القائم بالإعلام أو الاتصال أو السلطة.

وتسمى هذه النظرية أيضا نظرية الاستعمالات والرضا، وتهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وهي ترى أن الجماهير فعالة في انتقاء أفراد الرسائل ومضمون مفصل من وسائل الاعلام، وهيا جاءت كرد فعل لمفهوم قوة الاعلام الطاغية.

تقول هذه النظرية أن جزء هاما من استخدام الناس لوسائل الإعلام م لتحقيق أهداف يحددها الافراد وهم يقومون باختيار وسائل اعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم.<sup>2</sup>

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباع ثلاثة أهداف رئيسية هي:

1-السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الافراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2-شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتواصل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3-التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>إيسام عبد الرحمان المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص84.

<sup>2</sup> بشير العلاق: نظريات الاتصال (مدخل متكامل)، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص65.

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، 2007، ص364.

## 2-فروض النظرية:

لقد وضع كل من "كاثر" و "غور فيتش" مجموعة من الفروض التي يعتمد عليها منظور الاستخدامات والإشباعات وهي:

- جمهور الملتقين جمهور ناشط واستخدامه لوسائل الاعلام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- تتدخل العوامل الخاصة بحالة الفرد وميوله بخلق توقعات لإشباع حاجاته والتي تلبّيها وسائل الاعلام.<sup>1</sup>
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الافراد.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه واهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الاعلام.<sup>2</sup>
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.
- ومن بين هذه الأهداف التي يحققها منظور الاستخدامات والإشباعات من خلال الفروض السابقة هي تحقيق الأهداف الاتية:
- الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاعلام.
- الكشف عن الإشباعات المطلوبة التي يسعى إلى تلبّيها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام.<sup>3</sup>

## 3-الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

وجه الباحثون مجموعة من الانتقادات لنظرية الاستخدامات والإشباعات من أبرزها:

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ص222.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص241.

<sup>3</sup> مراد خورشيد: الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور، الخصائص والنظريات)، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص146.

- لا تصلح النظرية للتعميم لأن الاستخدامات والإشباعات من وسائل الاتصال تختلف باختلاف الثقافات وباختلاف العوامل السكانية.
  - لا تستطيع النظرية تفسير السلوك الاتصالي بدقة، فالمحتوى الاتصالي يحقق وظائف لبعض الأفراد في حين يسبب اختلالاً وظيفياً لأفراد آخرين.
  - هناك مشكلة تتعلق ببحوث الإشباع التي تركز على المحتوى حيث أنها تقوم بالنسبة إليهم على افتراض أن المضمون يشبع حاجات معينة لدى الجمهور.
  - وصف بعض النقاد نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنها مدخل فردي مما يصعب ربطها بالبناءات الاجتماعية الأكبر.
  - يعتقد بعض النقاد أن النظرية يشوبها غموض في بعض عناصرها ومحدداتها، ويصفون النظرية أنها مجرد أسلوب لجمع البيانات.<sup>1</sup>
  - يمكن أن يكون لمصطلح الوظيفة التي تترجمه نظرية الاستخدامات والإشباعات أكثر معنى فقد يعني هدفاً أو نتيجة أو توقع، مما يؤدي إلى مزيد من الالتباس في مفاهيم النظرية ذاتها، وفي أهدافها.
  - قد لا تصلح النظرية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ووسائلها.<sup>2</sup>
- اعتمدنا على نظرية الاستخدامات والإشباعات كونها الأنسب لخدمة موضوع بحثنا، فهي تنظر لجمهور وسائل الإعلام على أنه جمهور نشط و إيجابي في استخدامه لهذه الوسائل، وعليه فإننا ننظر إلى الطالبات الجامعيات على أنهم جمهور نشط وإيجابي في تصفحهن لمواقع التواصل الاجتماعي ويتابعن المواضيع الدينية ويتفاعلن معها لإشباع رغبات وحاجيات شخصية، إضافة إلى أن فروض و أهداف هذه النظرية تساعد على بناء منطق علمي منظم، وذلك للوصول إلى معرفة دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما تتمحور حوله دراستنا وذلك انطلاقاً من فروضها.

<sup>1</sup>كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، ص103.

<sup>2</sup> مراد خورشيد: مرجع سبق ذكره، ص147.

**خلاصة الفصل:**

من خلال ما سبق في هذا الفصل يمكن القول إن الإطار المنهجي للدراسة ساهم بشكل كبير في تحديد المسار الصحيح لنا، من خلال صياغة وضبط إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها وكذلك الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع والأهداف العلمية والعملية المرجوة من هذه الدراسة والإشارة إلى أهميتها باعتبار هذه المرحلة تعمل على تسهيل عمل الباحث وإزالة الغموض الذي يسود موضوع دراسته، إضافة إلى تحديد منهج الدراسة ونوع العينة وأدوات جمع البيانات التي تعتبر أهم النقاط التي يجب على الباحث اتباعها، إضافة إلى عرض مفصل للدراسات السابقة والمثابرة والنظرية المفسرة لها وإسقاطها على موضوع دراستنا.

# الفصل الثاني





## الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

### تمهيد

- 1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
- 5- أهم مواقع التواصل الاجتماعي
- 6- مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- 7- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- 8- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

### خلاصة الفصل

**تمهيد:**

أحدثت تكنولوجيا المعلومات تطورًا كبيرًا في مجال الاتصال، كما ارتبطت بشبكة الانترنت ووسائلها، مما لا شك أن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماط كثيرة في حياة الناس، فتكنولوجيا الانترنت بلغت درجة متقدمة من التطور، وبرز عنها تقنية الجيل الثاني للانترنت، فتولدت منها مواقع التواصل الاجتماعي التي قدمت العديد من الخدمات للأفراد، فهي تعتبر من أشهر المواقع وأوسعها، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى فهذه الأخيرة فتحت أبوابها للفرد للتعرف والانفتاح على العالم، وقدمت العديد من الخدمات الإيجابية للمستخدم، وما سنتطرق إليه في هذا الفصل هو التعرف على نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، خصائصها، أنواعها، نماذجها، بالإضافة إلى سلبيات وإيجابيات هذه المواقع.

## 1. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

تعتبر أوائل التسعينات من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لظهور مواقع التواصل الاجتماعية أو التي تسمى بشبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، حيث صمم "راندي كونرادز" موقعا اجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام 1995م، وأطلق عليه اسم classmates.com وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس<sup>1</sup>، وركز هذا الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك لم تستطع أن تحقق ربحاً لمالكيها وتمّ إغلاقها<sup>2</sup>، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999م و2001م، في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002م، مع بداية العام ظهرت friendster التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003م، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007م وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008م إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين، ومع بداية عام 2005م ظهر موقع MYSPACE الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس، حتى قام فيسبوك في عام 2007م بإتاحة تكوين التطبيقات للمطوّرين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير، ويُعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.<sup>3</sup>

## 2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها بعدة مميزات وهي كالآتي:

<sup>1</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مرجع سبق ذكره، ص ص 18-19.

<sup>2</sup> ياس خضير البياتي: الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، ط.1، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص 376.

<sup>3</sup> ماهر عودة الشمالية وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 201.

• العالمية:

حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب في بساطة وسهولة.

• التفاعلية:

فالفرد فيها كما أنها مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيّنة في الإعلام القديم -التلفاز والصحف الورقية- وتعطي حيّزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

• التنوع وتعدد الاستعمالات:

فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبحث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء ... وهكذا.

• سهولة الاستخدام:

فالمواقع الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

• التوفير والاقتصادية:

اقتصادية الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى.<sup>1</sup>

• الترابط:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا.

<sup>1</sup>صالح لعللي: مهارات التواصل الاجتماعي (أسس ومفاهيم وقيم)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ص ص 147-148.

## • المجتمع:

تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال ومن ثم ربط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.<sup>1</sup>

وتتنوع الخصائص الاتصالية في مواقع التواصل الاجتماعي، فالبعض يمتلك تقنية تبادل الملفات المرئية والصور، والبعض الآخر يوفر خاصية المراسلة الفورية " instant messaging «والتدوين "bloging" كما تمتلك بعض المواقع بعض خصائص الرسائل والبريد الإلكتروني وخدمات الدردشة " chat " عن طريق الصوت والصورة ومجموعات النقاش " groups " ويشارك المستخدمون في العديد من الأنشطة الإبداعية في مواقع التواصل الاجتماعي مثل: الكتابة والتدوين وإبراز المواهب الفنية والمشاركة في مشروعات جماعية.<sup>2</sup>

## 2. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من المواقع الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي منها المواقع الصغيرة والمواقع المتوسطة وبعض المواقع التي تصل خدماتها إلى جميع أنحاء العالم، ويمكن تقسيم هذه المواقع الاجتماعية إلى:

### 3.1. التقسيم حسب الاستخدام والاهتمام:

#### - مواقع شخصية:

لشخصيات محددة وأفراد أو مجموعة أصدقاء وأنشاء صداقات بينهم، يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عام مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة ومرتبطة بالدراسة العمل النطاق الجغرافي مثل موقع فايسبوك ماي سبيس هاي فايف.

<sup>1</sup> خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط.1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص27.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص27.

- مواقع ثقافية: تختص هذه الشبكات بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين.<sup>1</sup>

- مواقع مهنية:

تهتم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة في خلق بيئة تعليمية تدريبية فاعلة، مثل موقع LinkedIn الذي جمع أكثر من مئة مليون مستخدم وأكثر من 150 حرفة مختلفة في أكثر من 200 دولة، حيث تسمح هذه الشبكات للمستخدم بكتابة سيرته الذاتية في مجال تعليمه وعمله، كما تركز هذه الشبكات على التفاعل والعلاقات في مضمون أعمال دون الشؤون الشخصية والمعاملات غير تجارية، وتهتم بالمسلك المهني في المقام الأول.<sup>2</sup>

### 2.3. التقسيم حسب الخدمات وطريقة التواصل:

- شبكات تتيح التواصل الكتابي.

- شبكات تتيح التواصل الصوتي.

- شبكات تتيح التواصل المرئي.

### 3.3. التقسيم الثالث يقسمها إلى قسمين:

- مواقع داخلية خاصة:

تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص، يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة، ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول والمشاركة في أنشطته من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة linkedin.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>بسملة اللدعة، ندى الخزندار: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإعلان، بحث مقدم لنيل شهادة البكالوريوس، 2011، ص38.

<sup>2</sup>فوزية سعايدية: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بالعلامة التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد العربي بن مهيدي، الجزائر، 2015-2016، ص40.

<sup>3</sup>سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، المملكة العربية السعودية-المدينة المنورة، ص10.

- مواقع خارجية عامة:

شبكات متاحة للجميع بل وصممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة، ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه له مثل شبكة الفايبيوك.<sup>1</sup>

4- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

- مواقع التواصل الاجتماعي أهمية بالغة في التواصل بين الأشخاص باختلاف أماكن تواجدهم وعاداتهم وتقاليده، حيث تخطت الحواجز والحدود الجغرافية، وتكمن هذه الأهمية في:
- تسمح للأشخاص بإمكانية مشاركة الآخرين في أي مكان في العالم مناسباتهم الخاصة، الأمر الذي كان صعبا في السابق لبعده المسافات.
- تتيح العديد من شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية البحث عن عمل لمن يرغب في ذلك ضمن مجال تخصصه واهتمامه.
- تبحث الكثير من الشركات والمؤسسات عن موظفين مؤهلين عبر هذه الشبكات.
- تتيح للإنسان تطوير نفسه في مجال عمله وتخصصه، إذ يمكن لأي شخص البحث في المجموعات المتخصصة في مجاله والتي تحتوي على أفراد يمتلكون الخبرة ليستفيد منهم.<sup>2</sup>
- تشجيع الأفراد خاصة الشباب على المشاركة في الأعمال الخيرية والحملات التطوعية.
- تنمي العديد من الأخلاق الحميدة والخصال الجيدة في نفس الفرد، حيث أنه بانفتاحه على الآخرين يستفيد من تجاربهم ويتعلم من أخطائهم.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سورية بوجريو، مليكة كروش: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا-دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية -جيجل، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، 2021-2022، ص52.

<sup>2</sup> علي خليل شقرة: الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص58.

<sup>3</sup> طيب بن صادق: أسامة بن يحيى القبلاطي: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية نحو مجتمع المعرفة، مركز الدراسات الاستراتيجية، السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، 2012، ص62.

## 5- نماذج لمواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة بسبب الانتشار المتواصل لهذه الفضاءات، ولعل أبرز هذه المواقع نذكر:

## 1.5. الفاييبوك: FACEBOOK

يعرفه " مصطفى يوسف كافي " بأنه أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية الانتشار والتوسع، فقد سهّل المهمة للمبرمجين بإنشاء api-أكواد برمجية مساعدة -تختصر الكثير عليهم وتساعدهم في الوصول إلى ملفك الشخصي وبناء تطبيق تستفيد منه، ويعرفه أيضا على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي بين المستخدمين والمستخدمين حيث يتبادلون فيه الملفات وكذلك يتبادلون فيها الحديث.<sup>1</sup>

ويعتبر موقع الفاييبوك من أكبر وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق، فهو يسمح لأي شخص التسجيل فيه مجانا ويستطيع أي شخص أن يستخدمه، حيث يعدّ هذا الموقع آلة إعلامية ومساحة ضخمة يستخدمها الكثيرون.<sup>2</sup>

يقدم هذا الموقع مجموعة من الخدمات، كلوحة الحائط لوصف اليوميات وإرسال الرسائل، وخدمة تحميل الصور والألبومات والتعليق على الصور والفيديوهات، وامتدت شهرة الموقع لتصل إلى المجال الاقتصادي والخدمات كوسيلة ناجحة للتسويق، كما دخل المجال الاجتماعي والسياسي بقوة من خلال المجموعات الكثيرة التي وجدت فيه ضالتها من خلال اهتماماتها المشتركة، عن طريق تبادل وجهات النظر وصولا لضرب المواعيد والدعوة لحضور مكثف للتظاهرات المختلفة أيّا كانت طبيعتها ولولا الانترنت بطبيعتها الحال لما تمكنت الشبكات الاجتماعية ومختلف قنوات الإعلام الجديدة من الازدهار والرقى.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص 155.

<sup>2</sup> وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفاييبوك على المجتمع، شمس النهضة، ط.1، السودان، 2010، ص 14.

<sup>3</sup> دليلة غروبة: الانترنت (الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصال، عنابة، العدد 15، 2013، ص 304.



## 2.5. تويتر: TWITTER

وهو من مواقع الشبكات الاجتماعية، يقدم خدمة تدوين مصغر وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المداخلات بحد أقصى مائة وأربعين حرفاً أو على شكل رسائل SMS وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال، ظهر موقع تويتر عام 2006 م كمشروع بحثي قامت به شركة obvious الأمريكية ثم أطلق للمستخدمين رسمياً في نفس العام.

وبالرغم من أن تويتر يقتصر على مائة وأربعين حرفاً فهو لديه طرق بسيطة وقوية لربط التغريدات بموضوعات أكبر، وأفراد ومجموعات معينة، ويعد هذا مظهراً فريداً لهذا الوسيط.<sup>1</sup>

يتميز موقع تويتر بعدة مميزات منها:

- ✓ يسمح بنشر الخبر أو الفكرة بسرعة وسهولة وتركيز على طريقة خير الكلام ما قلّ ودلّ....
- ✓ السرعة في نشر الخبر على الانترنت فبمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين المشتركين في الانترنت قراءة ما كتب والاستفادة منه.
- ✓ إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طريق رسائل SMS حيث يمكن استقبال آخر أخبار أصدقائك أينما كنت وفي أي وقت من خلال رسالة قصيرة.
- ✓ متابعة آخر أخبار المدونات والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية وخلصات RSS دون الحاجة إلى زيادة كل موقع منها على حدة.<sup>2</sup>

وقد اشتهر تويتر بشكل سريع عالمياً حتى وصلت عدد تغريداته يومياً 200 مليون تغريدة، ويصفه البعض بأنه موقع رسائل الانترنت النصية القصيرة، وفي عام 2007م بلغ عدد تغريداته 400 ألف تغريدة منشورة، وخلال عام 2010م بلغ عددها 50 مليون تغريدة يومياً، هذا ما حول تويتر إلى وسيلة تدوين مصغرة فائقة القوة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>ديراج ميرثي: التواصل الاجتماعي في عصر تويتر، ط.1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص16.

<sup>2</sup> علي خليل شقرة: مرجع سبق ذكره، ص ص75-76.

<sup>3</sup> جواد علي سليمان: الإعلام والمجتمع، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط.1، 2015، ص ص 143-144.

## 3.5. يوتيوب YOUTUBE

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (جوجل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من البشر يوميًا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها، تأسس موقع يوتيوب عام 2005 م في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق " تشاد هرلي " و"ستيف تشين" و "جاود كريم" وهم موظفون سابقون في شركة " pay pal "، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وقامت جوجل بشراء الموقع مقابل الويب 2.0، وأصبح اليوتيوب عام 2006م شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة ( تايم ) الأمريكية.

ويعتبر موقع اليوتيوب موقعا غير ربحي لخلوه تقريبا من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعدّ مكسبا كبيرا لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه، بحيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، وأصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي التي تحتل موقعا مهما على شبكة الانترنت.<sup>1</sup>

ومن مميزات هذا الموقع نجد:

- ✓ عام ومجاني: يسمح هذا الموقع بتحميل وتنزيل الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن يلتزم المستخدم بشروط التحميل.
- ✓ داعم لتحميل الأفلام:

فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة يتم من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع أو الأغاني وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.

<sup>1</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مرجع سبق ذكره، ص 65.

✓ سهل الاستعمال من قبل العامة:

فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة لغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.

✓ سهل المشاهدة:

فبمجرد الضغط على وصلة الفيلم، فإنه يعرض مشاهدة البث حياً ومباشرة من الموقع، كما يمكن الاحتفاظ به من خلال برنامج موسيقى.

✓ أداة للترويج: فأفلام يوتيوب مجانية، يعد أبرز وسيلة لترويج الأفلام في قالب سمعي -

بصري، كما يتيح مشاهدتها عالمياً.<sup>1</sup>

#### 4.5 لينكدان LINKEDIN

موقع اللينكدان هو من مواقع التواصل الاجتماعي ذات التخصص بالأعمال business related وتسهيل تواصل من يعملون بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع، فهو للاتصال المحترف professionnel networking بين من يعملون في قطاعات مختلفة أو ضمن القطاع نفسه أو ضمن المؤسسة أو الشركة نفسها.

وقد تم إنشاء هذا الموقع من قبل "ريدهوفمان" من حجرة الجلوس في بيته، وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته عام 2003م للعامة في كاليفورنيا، وقد اشترك في عامه الأول 4500 شخص، كوّنا شبكة المعارف من المحترفين بمجال الأعمال، وقد تطوّر الموقع وزاد من خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعرف المحترف، بل من أهم مواقع التوظيف على شبكة الانترنت، أصبح عدد المشتركين ببداية شهر 8 من عام 2011م يقدر بحوالي 120 مليون مشترك عبر 200 دولة حول العالم، ليصبح أكبر شبكة تعارف للأعمال عبر التاريخ الحديث.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ربيعة بوزيدي: الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال بيئي، ط.1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، 2014-2015، ص 92-93.

<sup>2</sup> خالد غسان، يوسف المقدادي: مرجع سبق ذكره، ص47.

يعتبر موقع اللينكدان من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي احترافية بالاستخدام، وذلك لكونه موجهاً إلى المحترفين في قطاعات الأعمال، وهو يتوفر على مزايا متعددة من بينها خلق هوية محترفة، توفير منصة تطبيقات خاصة، إمكانية إنشاء المجموعات، يقدم الموقع وسائل لتيسير التقدم بطلبات التوظيف عقب إيجاد عبر قوائم الوظائف على الموقع، الترويج في محركات البحث.

لموقع اللينكدان ثلاث خصائص مميزة له:

**أولاً:** للبقاء على اتصال مع مجالك المهني والعاملين ضمن هذا القطاع.

**ثانياً:** لكي تقوّي من مسيرتك المهنية وتعزز من تواجدك المهني عبر الانترنت.

**ثالثاً:** لتجد الإجابات عن تساؤلات عن تساؤلات المهنية من قبل خبراء على الشبكة لم يكن لك لتلتقي بهم إلا عبر هذا الابتكار.<sup>1</sup>

### 5.5. ماي سبيس: MY SPACE

وهو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية، ويتيح التفاعل بين الأصدقاء إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو.

ويعتبر ماي سبيس سادس أكبر موقع على الويب الإنجليزية شعبية في العالم، وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية.

وكان موقع ماي سبيس أقوى مواقع الشبكات الاجتماعية، قد حاز على اهتمام الكثيرين عام 2006م، ولكن شعبية الموقع بدأت بالتراجع بعد أن قامت شركة نيوز كويب بشرائه بمبلغ 580 مليون دولار.

واستمرت شعبية الموقع بالتراجع خاصة بعد ظهور موقع الفايسبوك الذي جذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد اضطرت شركة نيوز كويب إلى بيع موقع ماي سبيس بسعر زهيد جداً قياساً بالمبلغ الذي اشترته به، حيث قامت ببيع هذا الموقع بمبلغ 35 مليون دولار.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> خالد غسان، يوسف المقدادي: مرجع سبق ذكره، ص 48-49.

<sup>2</sup> علي خليل شقرة: مرجع سبق ذكره، ص 80.

## 6.5. المدونات WEHLOGS

يشير مصطلح المدونين إلى الأشخاص الذين يكتبون المدونات وينفّذون برامج التدوين، ويشار إلى عالم المدونات بالمجتمع الذي يربط كل المدونين والمدونات المتاحة على الانترنت في أجزاء العالم كله، ولأن أدوات التدوين بسيطة ومتاحة ومجانية فإن المستخدمين يستخدمون يستطيعون الاتصال بسهولة مع الآخرين في شبكاتهم الاجتماعية ومجتمعاتهم الجغرافية، حيث تمثل المدونات أنظمة اجتماعية منظمة ذاتياً تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة والتعلم عبر تبادل الأفكار والمعلومات، فضلاً عن حل المشكلات الاجتماعية والسياسية، ومن أهم ما يميّز المدونات إنها توفر حالة من التفاعلية غير الموجودة في وسائل الإعلام الأخرى، إذ تسمح المدونات لقراءها بالتعليق على ما يطرحه المدون من رؤى وأفكار وموضوعات بشكل آني دون قيود.<sup>1</sup>

وظهرت المدونات في عام 1997م وكان جون بارغر هو أوّل من صاغ هذا المصطلح، إلا أن المدونات لم تنتشر على الانترنت إلا بعد عام 1999م، إذ بدأت خدمة الاستضافة في السماح للمستخدمين بإنشاء المدونات المختصة بهم بصورة سريعة وسهلة نسبياً، وذلك عندما طوّر بيرلا لابس برنامجاً مختصاً بالتدوين وجعله متاحاً مجاناً لمستعملي الانترنت، مما أتاح لأي فرد إمكانية الدخول على موقع الكتروني معين، ويعمل على إنشاء مدونة مختصة به، وطبقاً لمعظم التقديرات المختصة بتاريخ التدوين عدّة أحداث الحادي عشر من أيلول 2001م، هي السبب الرئيس وراء تحول الأفراد إلى ظاهرة التدوين على شبكة الانترنت.<sup>2</sup>

وهي تطبيق من تطبيقات الانترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة ويب تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤخّرة ومرتبّة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان دائم لا يتغيّر منذ لحظة نشره يمكن القارئ من الرجوع إلى مدونة معيّنة في وقت لاحق عندما لا تكون متاحة في الأولى للمدونة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صدف حسام الساموك: لإعلام الجديد (التطور الإداري الوسيلة والوظيفة)، ط.1، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، بغداد، 2011، ص30.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص30.

<sup>3</sup> رضا أمين: الإعلام الجديد، ط.1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص124.

## 7.5. جوجل Google وجوجل بلس Google+

هو شركة أمريكية عامة متخصصة في مجال الإعلان المرتبط بخدمات البحث على الأنترنت، أما موقع جوجل بلس دشنته شركة جوجل العالمية عام 2011 كمنافس للفايسبوك، وتعمل على تكامله مع خدمات آخر تقدمها كالبريد الإلكتروني، ومحرك البحث المعرب الذي يحمل اسم جوجل هو عبارة عن شبكة ومحرك بحث مهم على شبكة الأنترنت العملاقة، حيث يعتبره العديد من الكتاب والمهتمين هذا الموضوع شبكة وموقع منافس للفايسبوك من حيث التوسع والخدمات، وقد كان جوجل ولايزال يقدم خدماته المختلفة والتي يصنفها العديد على أنها خدمات للتواصل الاجتماعي والإعلامي، أنشأه طالب دكتوراه في جامعة ستانفورد الأمريكية عام 1998، وهو محرك البحث الذي يعتبره البعض الأكبر على شبكة الأنترنت الذي يستقبل على الأقل 200 مليون طلبات بحث يوميا ويعمل الآن في شركة جوجل ما يزيد عن خمسة آلاف موظف، ويعمل برنامج الفهرسة في جوجل بشكل تلقائي، بحيث ينتقل بين المواقع ويبرجها تلقائيا في قائمة الفهرسة.<sup>1</sup>

### أهم الخدمات التي يقدمها جوجل:

- خدمة معايير تقويم البحث المتميز على شبكة الأنترنت.
- خدمة البحث في الصور.
- خدمة البحث فيما يسمى مجموعات النقاش.
- خدمة البحث في الأخبار.
- مترجم جوجل من وإلى اللغة العربية.

## 8.5. التيك توك:

هي شبكة اجتماعية صينية لمقاطع الفيديو الموسيقية تم إطلاقها في سبتمبر 2016 بواسطة مؤسسها تشانغ بيمينغ، وهو نظام أساسي للفيديو حيث يمكن للمستخدمين من تحميل مقاطع الفيديو التي تكون مدتها 15 ثانية، أو عمل قصة مدتها دقيقة واحدة.

يرتكز التطبيق على الموسيقى، وقد تم تصميمه في البداية للأشخاص لتسجيل مقاطع الفيديو لأنفسهم، ثم مزمنة الشفاه مع الأغاني. يمكن للمستخدمين من إنشاء مقاطع فيديو فردية أو duets وهما مقطعان فيديو منفردان في شاشة منقسمتين، الهدف هو أن تصبح في النهاية "ميم" كما فعلت العديد من أشرطة الفيديو،

<sup>1</sup> عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة، عمان، 2015، ص 319.

وتتخذ الشركة الأم المالكة للتطبيق وهي شركة "ميوزكلي" من مدينة بيكي مقرا لها، وتشير المعلومات إلى أن الشركة أنفقت أموالا طائلة لاستقطاب المشاهير نظرا لعدم توافدهم إليه بشكل كبير كما كان متوقعا، وتمكن من استقطاب مشاهير كثر.<sup>1</sup>

## 9.5. الانستغرام:

يعتبر الانستغرام أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي تبادل الصور، أطلق في أكتوبر 2010 في مدينة سان فرانسيسكو الأمريكية، فهو يتيح للمستخدمين التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي لها، ومن ثم مشاركتها في شبكة الانستغرام، وتضاف الصور على شكل مربع على غرار كوداك وصور بولا رويد، وفي يونيو 2013 تم وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين لمدة 15 ثانية، وفي أبريل 2012 استحوذت شركة الفاييبوك على تطبيق الانستغرام بصفقة بلغت مليار دولار نقدا وكذلك في الأسهم، كانت الصفقة تتميز بأنها مصدر الضجة حتى قبل الكشف عنها، وكتب مارك زوكر بريك على حائطه في الفاييبوك عن ما يحصل بعد الاستحواذ *committed to building and grwing Instagram indesendently* سنلتزم بتطوير وإنما الانستغرام بشكل مستقل، ففي البداية كان دعمه على الأيفون والأيباد وفي أبريل 2012 إضافة انستغرام دعما لمنصة الأندرويد.<sup>2</sup>

### خصائصه:

- كان التطبيق في بداية إطلاقه لمشاركة الصور فقط، إلا أنه في 2013 أضيفت له ميزة تصوير مقاطع فيديو ومشاركتها لمنح المستخدمين المزيد من الخدمات والخيارات.
- يعتبر التطبيق من أفضل الوسائل التي تمنح للمستخدمين إمكانية التفاعل مع الأصدقاء من خلال نشر التعليقات على الصور ومقاطع الفيديو وتسجيل الإعجاب بها.
- يسمح الانستغرام بالمشاركة والإشارة إلى الأصدقاء في الصور وهذا ما يزيد التفاعل بين المستخدمين.
- يعمل على كافة أنظمة الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية فضلا عن الحواسيب المكتبية.

<sup>1</sup> عائشة الهيوبي، نهاد مفتاح: الانحراف عبر مواقع التواصل الاجتماعي -التيك توك نموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الجريمة والانحراف، جامعة الجليلي بونعامة، الجزائر، 2018-2019، ص10.

<sup>2</sup> فريال موهون وآخرون: دور الانستغرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، 2018-2019، ص 15.

- يسمح التطبيق للمستخدمين بمشاركة الصور عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر .

- يحتوي التطبيق على خيار يمكن للمستخدم من حجب ألبومات معينة وجعلها خاصة لمن يرغب بإعطائه خاصية الاطلاع على الصور.<sup>1</sup>

## 6. مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

تقدم شبكات التواصل الاجتماعي أو صفحات الويب خدمات عديدة لمتصفحها منها:

- تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة معهم في اهتماماتهم.
- إمكانية تبادل المعلومات في كل مجالات الحياة، كما تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها.
- تمكن المستخدم من التحكم في المحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء، من كتابات وصور ومقاطع الفيديو.
- إتاحة المجال للأفراد للدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم اهتمامات مشتركة.<sup>2</sup>

ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر يوتيوب توسعت مجالات استخدامها وقدمت لمتصفحها خدمات عديدة إذ منحتهم إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات مختلفة، وهذه الشبكات عبارة عن مواقع الكترونية ومن بين الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي نجد:

### - التعارف والصدقة:

وهي أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية، وهي بداية كل مستخدم من إقامة علاقات اجتماعية من خلال هذه الشبكات.

<sup>1</sup> فريال موهون وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص17.

<sup>2</sup> العريشي بن حسن، سلمى بن عبد الرحمان الدوسري: الشبكات الاجتماعية، 2015، ص 23-33.



**- إنشاء مجموعات اهتمام:**

وهي متاحة على الأنترنت منذ وقت بعيد وكذلك مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجاناً بعدما كانت تقدم بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة، فمن خلال الشبكات الاجتماعية يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للاشتراك في تلك المجموعة.

**- إنشاء صفحات خاصة بالأفراد:**

وهي من خلال الإمكانيات الجديدة التي أضافتها الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب 2.0 فيمكن للمشاهير والشخصيات المتميزة وكذلك الجهات والمؤسسات ويقوم صاحب السلطة باشتراك فيها للتعرف على أخباره وأنشطته.

**- وسائل الاتصال بين الأفراد داخل المجتمع:**

توفر الشبكات الاجتماعية سبل مختلفة للتواصل بين أفراد المجتمع الإلكتروني، ومن أشهر تلك الوسائل الرسائل الإلكترونية وهي تدار عبر الشبكة الاجتماعية، وليس لها برنامج خاص لإدارتها مثل البريد الإلكتروني المتعارف عليه وكذلك المحادثات المتاحة الفورية بين الأعضاء.<sup>1</sup>

**- استخدام ترفيهي:**

تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، إلا أنها تعمل بفكر الويب 2.0 حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.

**- الدعاية والإعلان:**

يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج؛ كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الاجتماعية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ياس خضير البياتي: مرجع سبق ذكره، ص 379-381.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 381.

## 7- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حساباً واحداً له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصاً الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

## ❖ المشاكل الأسرية:

تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلاً في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

## ❖ الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة مثلاً لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيس بوك خاصة ومواقع التواصل الاجتماعي عامة أحد وسائل ملئ الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم.<sup>1</sup>

## ❖ البطالة:

تعتبر من عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصاً ناقماً على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وأيديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيال والنصب.

<sup>1</sup> أحمد علي الدروبي: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية، علم اجتماع، العلوم التربوية والإنسانية، جامعة الكويت، asjp، العدد الأول، 2018، ص 4

❖ **الفضول:**

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالماً افتراضياً مليئاً بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها واستعمالها الفرد لتجربتها بها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب، وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

❖ **التعارف وتكوين الصداقات:**

سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.

❖ **التسويق أو البحث عن وظائف:**

في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها. فتجربة التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من التواصل مع المستهلكين مع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات، فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد الإقبال الكبير للاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنفس عن الذات.<sup>1</sup>

8- **إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:**1.8. **إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:**

❖ تلبية حاجة إنسانية واجتماعية طبيعية وفطرية للتواصل حيث حلت مواقع التواصل الإلكتروني مشكلة ضعف التواصل الاجتماعي والمدني والإنساني في المدن والتجمعات السكنية المكتظة ولهذا نجد أن نسبة التواصل الإلكتروني الاجتماعي في الضواحي والمدن المكتظة تزيد بأضعاف عنها في القرى البنائية، حيث التواصل الاجتماعي والإنساني الطبيعي متوفر وميسر بصورة أكبر.

<sup>1</sup> أحمد علي الدروبي: مرجع سبق ذكره، ص 05-06.

- ❖ تكوين الصداقات والبحث عن الأصدقاء، فالتواصل مع الأصدقاء والأقارب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يساعد الشخص على توطيد علاقاته الاجتماعية من خلال التهئة بالمناسبات والنجاح وبت كلمات المودة، والتعبير عن المكنونات وغيرها وقد أثبتت الدراسات أن التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني يساعد على تدعيم التواصل وجها لوجه مع الأصدقاء والأقارب.<sup>1</sup>
- ❖ منبرا للرأي العام عبر حرية التعبير والفكر والمعتقدات.
- ❖ فرصة لتعزيز الذات عند التسجيل بهدف المواقع وتعبئة البيانات الشخصية يصبح للشخص كيان مستقل ويبدأ بالشعور بذاته الافتراضية.
- ❖ نافذة حرية مطلقة على العالم للاطلاع على أفكار ومعتقدات العام بأسره، فقد وفرت هذه المواقع مخرجا لأبناء الأسر الفقيرة للتعرف على الآخرين حول العالم دون الحاجة للسفر.<sup>2</sup>
- ❖ سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تبادل التعامل التجاري والاستيراد والتصدير ومتابعة أعمال الشركات عن بعد.
- ❖ بإمكان استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمرکز للإعلان التجاري من خلال خاصية الصفحات التي تتوفر في مختلف الشبكات، وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية، لأنها مجانية.
- ❖ - أصبحت وسيلة يمكن من خلالها استطلاع آراء فئات مجتمعية معينة مثل استطلاع آراء الشباب عبر الفاييسبوك تويتر وغيرها.
- ❖ تلعب الشبكات الاجتماعية دورا مهما في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الالكتروني، حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له والمشاركة في منظومة التعليم.<sup>3</sup>

## 2.8. سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

على الرغم من حجم الإيجابيات لمواقع التواصل الاجتماعي إلا أنه من ناحية أخرى يظهر الجانب السلبي لهذه الشبكات، وهو أنها قد عززت بعض السلوكيات السلبية على مستوى الأفراد بشكل مقلق كمنشور

<sup>1</sup> مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي منصات الحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة المؤمن، ط.1، تريش، بيروت، 2016، ص59-61.

<sup>2</sup> طلال سعد الحارثي، عايض الشهراني: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على النزاعات الزوجية في الأسرة السعودية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثامن، المجلد 2، 2018، ص ص 8-9.

<sup>3</sup> تيسير بوعرجة: وسائل الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص334.

الإشاعات ومتابعة أخبار الآخرين بشكل مبالغ فيه إلى حد ما مما دفع البعض مؤخراً للانسحاب من هذا العالم الوهمي، ومن هذه السلبيات نجد:

- ❖ انعدام الخصوصية التي تؤدي إلى أضرار معنوية نفسية ومادية.
- ❖ إهمال الشعائر الدينية وإجراء علاقات غير شرعية.<sup>1</sup>
- ❖ قلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للأغراض العلمية والمفيدة، فقد أصبح الغرض من الاشتراك في هذه المواقع هو التواصل مع الأهل والأقارب والترفيه فقط، بغض النظر عن فوائدها الجمة في التواصل عبر كافة الأصعدة والمجالات.
- ❖ ضياع الهوية الثقافية والعربية واستبدالها بالهوية الغربية، فالعولمة الثقافية هي من أبرز الآثار السلبية للمواقع، حيث ينظر الكثير إلى هذه المواقع وفقاً لمبدأ طغيان ثقافة الأمة السائدة، وهذا ما ساهم بشكل كبير في الضياع التجريبي للهوية الثقافية العربية، وهذا واضح إذا نظرنا إلى لغة التواصل المستخدمة بين المشتركين في هذه المواقع، هذا كله يهدد مستقبل الثقافة العربية.<sup>2</sup>
- ❖ إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات من القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية، وهذا يعني إمكانية وصول بعض الأشخاص لمعلوماتك بل وسجل مراسلاتك الخاصة.
- ❖ الإدمان على هذه المواقع حيث تخلق نوعاً من المتعة والإثارة والتي تجعل الشخص يرتبط بها، حيث اعترفت الكثير من الفئات بأنها تقضي أكثر من 6 ساعات يومياً على هذه المواقع، لذلك يجب على المستخدم أن يكون حريصاً عند استخدام هذه الشبكات من الوقوع في شرك الإدمان.
- ❖ نشر الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
- ❖ النقاشات التي تبتعد عن الاحترام وعدم تقبل الرأي الآخر.
- ❖ عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري ومشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
- ❖ إضاعة الوقت فمواقع التواصل الاجتماعي مع خدماتها الترفيهية الجذابة.<sup>3</sup>
- ❖ قلة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض التعليم، حيث تستعمل للتسلية والترفيه والتواصل مع الأهل والأصدقاء.

<sup>1</sup> سميرة عمار حركات: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الإيجابيات والسلبيات، رسالة دكتوراه، علم الاجتماع، كلية الآداب جامعة سيوط، 4 جانفي 2021، ص 204.

<sup>2</sup> سامية حمدي، حنان مالكي: تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على التنشئة الأسرية، الملتقى الدولي السادس، جامعة بسكرة، الجزائر، 2012، 52.

<sup>3</sup> مجمع البحوث والدراسات الأكاديمية: الجريمة الإلكترونية في المجتمع الخليجي وكيفية مواجهتها، مجلس التعاون لدول الخليج العربية، قابوس لعلوم الشرطة، عمان، 2016، ص 54.

- ❖ عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء، والتحايل الابتزاز والتزوير.
- ❖ القلق حالة وجدانية سلبية تعكس مدى العصبية والتوتر وزيادة الحساسية لدى الفرد.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> سليمان بكركران: مرجع سبق ذكره: ص 163-164.

### خلاصة الفصل:

ختاماً لهذا الفصل يمكننا القول إن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت نقلة نوعية في مجال التكنولوجيا، وهذا راجع إلى الخدمات المتنوعة التي تقدمها والخصائص والمميزات التي تمتاز بها، حيث أصبحت منبرا للتعبير وتبادل المعلومات والأفكار والآراء، فقد أتاحت عصراً جديداً من الاتصالات التفاعلية بين الأفراد والمؤسسات.



# الفصل الثالث



## الفصل الثالث: الوعي الديني

### تمهيد

- 1- أبعاد الوعي الديني
- 2- خصائص الوعي الديني
- 3- أهمية الوعي الديني
- 4- عوامل تشكيل الوعي الديني
- 5- فوائد الوعي الديني
- 6- مصادر تشكيل الوعي الديني
- 7- الوسائل المستخدمة في تشكيل الوعي الديني
- 8- دور المجتمع في تشكيل الوعي الديني
- 9- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني

### خلاصة الفصل

**تمهيد:**

لا يختلف اثنان أن الوعي الديني له تأثير كبير على حياة الإنسان في مختلف المجالات، حيث أنه كلما كان الإنسان أكثر وعياً كانت حياته أرقى وأفضل، وينعكس ذلك على سلوكه وتصرفاته، فالوعي الديني المبني على الفهم والإقناع يهد الأساس الجوهري والمهم الذي يساعد في بناء الإنسان اجتماعياً ونفسياً وأخلاقياً، ما أنه يمنحه القدرة على مواجهة تحديات العصر ومحاولات الاستغلال والتضليل. وفي هذا الفصل سنتطرق إلى الوعي الديني أبعاده وخصائصه وأهميته، إضافة إلى عوامل ومصادر تشكيله كما نعرض على استخدامات وإسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وتنمية الوعي الديني.

## 1. أبعاد الوعي الديني

تنقسم أبعاد الوعي الديني إلى وجدانية معرفية وسلوكية وذلك لأن الوعي الديني ذو فعالية في نفس الفرد والمجتمع.

## 1.1. البعد الوجداني:

ويتمثل هذا البعد من شخصية الفرد في المشاعر والعواطف والانفعالات مثل الميول والتقدير والاتجاهات والقيم والتكيف،<sup>1</sup> كوعي المسلم بانفعالاته وتوجهها ويقصد بها إدراك المسلم لانفعالاته وتوظيف مبادئ الشريعة في حركاتها الذاتية والاجتماعية،<sup>2</sup> فالفعالية أمر مطلوب من أجل النهوض بأعباء الحياة والقيام بالواجبات وهي كذلك قيمة عامة يجب مراعاتها من أجل الخروج من حالة التخلف في المجتمعات حيث تدخل مرحلة التخلف تخدم حركتها الدافعة ويصبح الفرد فاقد الفاعلية، لأنه لا يمتلك النفس التي تمنحه الفاعلية والتي تؤثر بها في محيطه، فأحكامه وسلوكياته هي الترجمة الواقعية لما انطبع في نفسه من انفعالات ومشاكل وأفكار.<sup>3</sup>

ومن الشواهد القرآنية الدالة على اعتناء القرآن الكريم بالجانب الوجداني من أهميته قوله تعالى: "قَدْ نَعْلَمُ إِنَّهُ لَيَحْزَنُكَ الَّذِي يَقُولُونَ فَإِنَّهُمْ لَا يُكَذِّبُونَكَ وَلَكِنَّ الظَّالِمِينَ بِآيَاتِ اللَّهِ يَجْحَدُونَ (33) وَلَقَدْ كُذِّبَتْ رُسُلٌ مِنْ قَبْلِكَ فَصَبَرُوا عَلَىٰ مَا كُذِّبُوا وَأَوْدُوا حَتَّىٰ أَتَاهُمْ نَصْرُنَا وَلَا مُبَدِّلَ لِكَلِمَاتِ اللَّهِ ۗ وَلَقَدْ جَاءَكَ مِنْ نَبِيِّ الرُّسُلِينَ (34) سورة الأنعام الآية 33-34، إذ تتمحور معاني الأديان حول الحالة الوجدانية التي ألم بها النبي صلى الله عليه وسلم حيث كذبه قومه فجاءت آياته تخبره حقيقة هذا التكذيب، ولأن الكفار لا يهتمونه بالكذب بل هم مرتبين بصدقه ولكنهم يعاندون الحق وأن هذا الذي حدث له قد حصل مع أنبياء آخرين قبله فصبروا إلى أن جاء معهم النصر، وهذا تعزیه النبي صلى الله عليه وسلم ودعوة له بالصبر لله تعالى قد أخبره بأنبياء المرسلين من قبله ليكونوا قدوة له، وتدل الدلالات التربوية في النص على أهمية تجاوز لحظات الحزن وعدم البقاء في الانشغالات السالبة بل الواجب الخروج منها من خلال تحفيز الذات أداء أهدافها في

<sup>1</sup> حسن شحات، زينب النجار: معجم المصطلحات التربوية والنفسية، الدار المصرية اللبنانية، د. ط، القاهرة، 2003، ص 256.

<sup>2</sup> سعاد جبر سعيد: سيكولوجية التفكير والوعي بالذات، دار الكتاب العالي، د. ط، عمان، 2008، ص 169.

<sup>3</sup> الطاهر سعود: التخلف والتنمية في فكر مالك بن نبي، مركز دراسات فلسفة الدين، د. ط، دار الهادي، بيروت، 2006، ص 214-215.

الحياة، ويساهم الوعي الديني في بعده الوجداني في تحقيق التوازن والاطمئنان النفسي لشخصيته الإسلامية وتوطيد الشعور بالانتماء إلى الأمة والعقيدة الواحدة.<sup>1</sup>

فالوعي الديني يلعب دور فعال في معالجة الاضطرابات النفسية التي يعيشها الإنسان كالإحساس بالخوف ولوم الذات والشعور بالذنب وغيرها من خلال التفريغ الانفعالي المؤدي إلى شعوره بالاطمئنان والاستقرار.<sup>2</sup>

ومما سبق يتضح أن الجانب الوجداني في الوعي الديني مرتبط بشخصية الفرد والصلة التي تربطه بالله عز وجل، ويتجلى هذا بوضوح من خلال وعي الإنسان بانفعالاته وحتى التحكم فيها وتوجيهها حتى لا يصطدم بالانفعالات السلبية التي تحد من فعاليته وتدفعه إلى الجهل والتخلف، لهذا يجب عليه التحلي بالصبر والأخذ بمبادئ الشريعة، أما بالنسبة إلى الاضطرابات النفسية يلعب الجو الديني دور هام من خلال تحقيق التوازن النفسي للفرد وإشاعة جو من الراحة والهدوء وإدراك الفرد لحقوقه وواجباته من خلال المصابين التي عرجت على مكانة الانسان في الوجود عند الله عز وجل إضافة إلى حفظ الدراما الإنسانية ومن هنا فالجانب الوجداني يختص بالبعد الروحي في شخصية الانسان التي يكون أشياءها عن طريق توثيقا الصلة بالله سبحانه وتعالى.

### 2.1. البعد المعرفي:

والمقصود به الأفكار والمعلومات والمعارف التي يحملها الفرد المسلم في تصوره الكلي حول الخالق والوجود بما فيه الانسان والحيوان والجماد وله علاقة بالمبادئ الإسلامية التي يعتقدونها وتشكل العقيدة الإسلامية القاعدة لشخصية المسلم وهي بمثابة الروح من الجسد وتتعلق بالإيمان بالله تعالى وصفاته وأسمائه وعالم الغيبيات تم المعارف والمعلومات التي ينبغي على المسلم الامام بما يجعله قادرا على التفريق بين ما هو صواب وخطأ ليكون عمله موافق لروحه والمبادئ التي يتبناها وفي التصور الإسلامي فإن الغاية من خلق الانسان هي العبادة قال تعالى " وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ " سورة الذاريات الآية 56، وأن الإنسان خليفة الله في الأرض " وإذ قال ربك للملائكة إني جاعل في الأرض خليفة" البقرة الآية 30، مما يقتضي أن يقوم الإنسان بواجب عبوديته لله تعالى، فالجانب المعرفي الذي يهتم الوعي

<sup>1</sup> لؤي صاف: العقيدة السياسية معالم نظرية عامة للدولة الإسلامي، دار الفكر، د. ط، دار الفكر، دمشق، 2001، ص81.

<sup>2</sup> عبد الرحمان آل العيسوي: جنوح الشباب المعاصر، منشورات الحلبي الحقوقية، د. ط، د ب، د.س، ص36.

الديني بتنميته يتمثل في العقيدة الإيمان وأركانه وكذلك العبادات والمعاملات على غرار العلاقات الاجتماعية كصلة الرحم والتكافل وأحكام الأسرة....، والعلاقات المالية البيع والشراء والكرام والهبه، والدين الإسلامي يتمثل في شخصية الفرد المسلم وهي:<sup>1</sup>

-الاعتقاد الجازم بأن الله واحد في ذاته وأسمائه وصفاته.

-التوجه إليه وحده بالشعائر الدينية التي افترضها على عباده.

-الالتزام بأحكام الحلال والحرام والإباحة والمنع.

والملاحظ في استعمال مصطلح التوجه بشأن العبادات والالتزام بالأمر الإلهي فرع من العلم، وأثر من آثاره وعليه فإن معرفة أحكام العبادات والمعاملات يدخل في الجانب المعرفي والإحساس بها والتوجه إلى الله تعالى بمشاعر الإخلاص والمحبة والخوف والرجاء (أعمال القلوب) تدخل ضمن الجانب الوجداني، كما نلاحظ أن هذه الجوانب شديدة الصلة ببعضها البعض، والذي يميزها عن بعضها هو النظر في طبيعتها والأثر المترتب عنها، فالعبادة سلوك واقعي مبني على المشاعر (الجانب الوجداني) ومنبثق عن الاعتقاد (الجانب المعرفي).

ويقصد بالجانب المعرفي اكتساب الفرد لمعارف صحيحة حول الإسلام والمنظومة العقائدية (المعارف التي لها علاقة بالعقيدة الإسلامية) وكذلك المنظومة الفقهية، والمنظومة الأخلاقية والقيمية (كالصبر والصدق والوفاء) إضافة إلى الثقافة الإسلامية من خلال معرفة الإنسان بالتاريخ الإسلامي والشخصيات الإسلامية.<sup>2</sup>

### 3.1. البعد السلوكي:

ويقصد بالسلوك الاستجابات الحرة التي تصد عن الكائن الحي، وهناك جهود علمية لوصف السلوك إذا يقسم إلى سلوك فطري وسلوك مكتسب وسلوك مكتسب متعلم، وهناك سلوك سوي وسلوك مرضي.... ويعرف بعض العلماء النفس السلوك على أنه السلوك الخارجي الذي يمكن ملاحظته ومشاهدته.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد قطب: واقعنا المعاصر، مكتبة رحاب، ط.2، الجزائر، د.س، ص.34.

<sup>2</sup> محمد قطب: مرجع سبق ذكره، ص 35.

<sup>3</sup> عبر الرحمان آل عيسوي: مرجع سبق ذكره، ص.113.

ويعد السلوك بهذا أثر من آثار الجانب الوجداني والجانب المعرفي إذا كانت المكومات الشخصية المسلمة التي تميزها عن غيرها وهو منبثق عن النظرة الكلية إلى وجود العقيدة الإسلامية كما أنه يقتضي معرفة لأحكام التشريع الإسلامي ومبادئه وروحه العامة ليكون متسقاً معاً غير متناقضاً، فالمسلم المحكوم بوعي ديني لا يسلك سلوكاً عشوائياً غير موزون، بل يمنع كل قول أو فعل أو موقفاً أمام أحكام الشريعة الإسلامية قبل الأقدام عليه.<sup>1</sup>

ويعد تحقيق معاني العبودية لله تعالى وتهذيب النفس بالأخلاق الفاضلة وتحسين أوامر العلاقات الاجتماعية بين الناس كل ذلك من الأهداف التي يطمح إلى تحقيقها الوعي الديني وهي الأهداف المستمدة من روح الدين الإسلامي. وإن كان المجال هاهنا لا يتسع للحديث عنها بشيء من البسط والتفصيل إلا أننا نتطرق إليها بالفكر الذي يجعلنا نقف عند مفهوم الوعي وأبعاده في النفس الإنسانية وفي المجتمع إذا ينظر الإنسان إلى العبادة كلون كم ألوان السكر لله تعالى لأنه صاحب النعمة ووجود الإنسان وجعله حياً يرتقب تصرفاته ويعدل سلوكياته، مما يؤدي إلى صلاح النفس واكتسابها الفضائل، فالدين يدعو إلى مكارم الأخلاق ويمجدها ولا يكتفي بذلك بل يرسى قواعدها ويضبط مقاييسها، ووضع الأمثلة للكثير من جزئيات السلوك يعرف بالاستقامة ويحذر من الانحراف ويضع الجزاء نصب العين على سلوك مثوبة وعقوبة<sup>2</sup> وفي المجال الاجتماعي يهتم الدين الإسلامي بتنظيم علاقات الإنسان ببعضهم البعض بدءاً بالعلاقات الإسلامية من حيث الأسس الصحيحة التي يقوم عليها اختيار الزوجين وكفالة حقوق الأبناء وعظم حقوق الأبناء ثم أحكام الأسرة الكبيرة التي نظمها في سياق من المعلومات التي تحميها، ثم علاقة الناس مع بعض الأقارب قال تعالى: "وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا (٣٦)"

إضافة إلى المعلومات المالية التي شرعت من أجل العمل على تداول الأموال وعدم تكديسها أو جعلها حكرًا على طبقة الأغنياء فمال قد منحه الله تعالى وديعة في أيدي بعض الناس انتبار الهم وامتحان على الدعوة إلى اتفاقية وبذله (وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ) (الحديد 07)، فما عند الفرد ينفد وما عند الله باق من خلال هذا البعد يتبنى الفرد مجموعة من السلوكيات والتعامل كالعبادات والأعمال الحسنة وتنبيه هذا العمل وتحسينه، كما أن هذا الجانب هو أثر للجانبين السابقين (الوجداني والمعرفي) فهو من مكومات الشخصية المسلمة و منبثقاً من العقيدة الإسلامية ومدى ومبادئها .

<sup>1</sup>سعاد جبر سعيد: مرجع سبق ذكره، ص182.

<sup>2</sup>يوسف القرضاوي: الصحو الإسلامية الجحود والتطرف: كتاب الأمة، ط.3، قطر، 1402، ص108.

والملاحظ على هذه الابعاد الثلاثة للوعي الديني أنها متداخلة ومتصلة ببعضها البعض ولا يمكن التطرق لجانب دون ذكر الجانب الذي سبقه أو يليه.<sup>1</sup>

## 2. خصائص الوعي الديني:

ومن خصائص الوعي الديني ما يلي:

### التوعية الدينية:

توعية شاملة متوازنة تهتم بالعبادات والمعاملات اهتماما كبيرا لان الوعي الديني يشمل الدنيا والاخرة على حد سواء وفي هذا يقول حذيفة قال رسول الله صلى الله عليه وسلم (ومن لم يهتم لأمر المسلمين فليس منهم) صححه ابن باز.

والتوعية الدينية تقوم على النصوص الشرعية في مشروعيتها وأساليب تنفيذ وقد تكوسن سرا وتكون جهرا وقد تكون بالكلمة الطيبة وقد تكون بالمجادلة العلمية وقد تكون للحاكم وقد تكون للمحكوم قال تعالى: (أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ" (سورة النحل: 125).

وقال أيضا قَالَ رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا (٥) فَلَمْ يَزِدْهُمْ دُعَائِي إِلَّا فِرَارًا (٦) وَإِنِّي كُلَّمَا دَعَوْتُهُمْ لِتَغْفِرَ لَهُمْ جَعَلُوا أَصْبَعَهُمْ فِي آذَانِهِمْ وَأَسْتَعْشِرُوا نِيَابَهُمْ وَأَصْرُوا وَاسْتَكْبَرُوا وَاسْتَكْبَرُوا (٧) ثُمَّ إِنِّي دَعَوْتُهُمْ جَهَارًا (٨) ثُمَّ إِنِّي أَعْلَنْتُ لَهُمْ وَأَسْرَرْتُ لَهُمْ إِسْرَارًا (٩) سورة نوح الآية 5\_9.

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: ( الدين والنصيحة، قلنا لمن يا رسول الله؟ قال: لله وكتابه ولرسوله ولأمة المسلمين وعامتهم) صحيح المسلم.

والتوعية الدينية تقوم على الوسطية فلا إفراط فيها ولا تفريط لأنها إذا أكثر التآثر في القلوب فيسقط في الإكثار الوعظ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عمر صالح بن عمر: مرجع سبق ذكره، ص55.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص55.

## 3. أهمية وأهداف الوعي الديني:

## 1.3. أهمية الوعي الديني:

للوعي الديني أهمية كبرى وتبرر فيما يلي:

- إبراز القضايا الفقهية الإسلامية واستيعاب العضات والعبور من الحوادث الإسلامية في الماضي والتعلم منها في الحاضر.

- ربط المسلمين جميعهم في الحاضر.

الوعي الديني دعوة إلى الفطرة الإسلامية التي تحتاج إلى تنوير الدعاة وتركيز الضوء على ذلك.

- الوعي الديني يجعل الشباب متجهين وجهة دينية سليمة، وإن من يمتلك وعياً دينياً صحيحاً يتمكن من البعد من المعاصي وكل ما يغضب الله ويخلص في عمله.<sup>1</sup>

- الوعي الديني يعد الأساس الجوهر الذي يشكل العنصر المهم الذي يساعد في بناء الإنسان اجتماعياً ونفسياً وأخلاقياً والتي في مضمونها بلورة في مجملها لمعنى الحياة.

- الوعي الديني بما يحمل معنى التدين هو: الحصن المنيع الذي يقى الأفراد من الضغوط والانحرافات السلوكية المختلفة.<sup>2</sup>

- الوعي الديني يعطي الفرد أهمية كبرى وهي التحلي بالقيم المرشدة الهادية للخير (المؤمن القوي حير وأحب إلى من المؤمن الضعيف) وفيه اصلاح أمر المسلم ولقد قال الغزالي "إن أمر الدين مؤسس على أمر صلاح أمر الدنيا".

- الوعي الديني الصحيح هو ضمانة الاستقامة وتجاوز الاستغلال والتضليل.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فهد يحي السميح: تأثير الإعلام الاجتماعي على الوعي الديني لدى الشباب في المجتمع السعودي، المجلة التربوية لتعليم الكبار، جامعة أسيوط، المجلد الأول، العدد الثالث، 2019، ص180.

<sup>2</sup> عبد الله عائض سعد الغامدي: الوعي الديني عند طلاب المرحلة الابتدائية وعلاقته ببعض متغيرات التشئة الاجتماعية، بحث مكمّل لنيل درجة الدكتوراه، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، 2017، صص 27-28.

<sup>3</sup> فاطمة محمد فتح الله أبوراس، رويدار رمضان الفتني: الوعي الديني وعلاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 22، 2011، ص643.



-يمثل الدين إطار عام وهو مرشد وموجة تطبيقي لأفراد المجتمع وكافة أمور الحياة.<sup>1</sup>

### 2.3. أهداف الوعي الديني:

تتبين أهداف الوعي الديني في عدو جوانب نذكر منها:

- بين العقيدة الإسلامية الصحيحة للمسلم وتحريره من الخرافات والتقليد وترسيخ هذه العقيدة في نفسه، بحيث يكون قادرا على مواجهة الأفكار العصرية بالتحدي والثبات، ويتخذ مكانه الصحيح على خريطة العالم والحياة.

- وقوف المسلم على ثروة المسلم الفكرية والخلقية، من خلال القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ومن خلال ما خلفه العلماء المسلمون من ممرات الفكر والعلم والسلوك، كي يدرك أن الإسلام نظام متكامل وشامل لجميع نواحي الحياة قادر على البقاء والعطاء والاستمرار على خلاف العصور والبيئات فقواعده ثابتة وفروعه المتحركة بالشورى والاجتهاد.<sup>2</sup>

- ترجمة الأفكار والتعاليم الإسلامية إلى واقع عالمي وقانون سلوكي، فقد جاء الإسلام ليكون نظاما تطبيقيا في الحياة ولم يضعف المسلمون إلا بعد أن خضعوا لتطبيق النظام الإسلامي وأحكامه إلى المزاج والرغبات.

- تكوين المسلم الواعي الذي يمتلك القدرة على التوفيق بين حقائق العلم وحقائق الدين والعمل على توحيدهما لترشيد العلوم الإنسانية نحو عمارة الأرض بالخير والسعادة البشرية في الحياة الدنيا والآخرة.<sup>3</sup>

### 4. عوامل تشكيل الوعي الديني:

تعدد طرق تشكيل الوعي الديني بتعدد منابع الدين ومصادره حيث يبدأ الوعي الديني انطلاقا من المكسب الثقافي لدى الفرد، ثم الاسرة بعد ذلك مروراً بوسائل الاعلام.

<sup>1</sup> محمود عزات أحمد النمرات: دور الإدارة التربوية في تعزيز الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الأساسية، مجلة الإنسانية والطبيعة، المجلد 3، العدد 4، 2022، ص 09.

<sup>2</sup> حسان محمد الحسن: علم الاجتماع الديني، دار وائل للنشر، ط.1، عمان، د.س، ص 23

<sup>3</sup> محمد عبد السلام: دراسات في الثقافة الإسلامية، مكتبة الفلاح، ط.5، 1987، ص ص 24.25.

## 1\_ الإرث الثقافي:

يعتبر التراث الحضاري الثقافي من أهم العوامل التي تؤثر في تشكيل الشخصية الإنسانية، إذ يتأثر الفرد بقوى العادات والتقاليد والقيم السائدة في مجتمع معين، كما أن الخصائص المستمدة من الثقافة السائدة في المجتمع تقف وراء العلاقات القائمة بين الافراد والأسر والجماعات والمذاهب والمبادئ، والثقافة كما عرفها بريسرانت "لكل المعتقد التي يتكون من السبل أو الطرق التي نفكر بها ونعمل بها وكل شيء نملكه كأعضاء في المجتمع".<sup>1</sup>

وينظر علماء الاجتماع الى الثقافة على أنها تتشكل من مجموعة من المحددات تتمثل في السلوك المكتسب والميراث الاجتماعي وما فوق العضوي وطريق للحياة، ويشير المصطلح الأول (السلوك المكتسب) إلى أن الثقافة تعلم مكسب لكنها لا تقبل فكرة الملكية لأحد الافراد دون سائر المجتمع، ويشير المصطلح الثاني (الميراث الاجتماعي) إلى انتقال الثقافة من جيل إلى جيل، كما يفيد المصطلح الثالث (ما فوق العضوي) أن لها استقلالاً نسبياً عن مكوناتها المادية والبيولوجية ويؤكد المصطلح الرابع (طريق للحياة) على التباين الكائن بين الثقافات بحسب الاطار المكاني والزمني.<sup>2</sup>

ومن المفكرين المعارضين الذين اهتموا بمسائل الثقافة والعلاقة بينها وبين الحضارة نجد مالك بن نبي الذي عرف الثقافة على أنها: «المحيط الذي يصوغ كيان الفرد، كما أنها مجموع من القواعد الأخلاقية والجمالية .... إلخ».<sup>3</sup>

فقد يساهم المجتمع في تشكيل شخصيات الافراد الذين يعيشون في إطاره، فإن ذلك يتم عبر كيان ومؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تعني عملية تعلم وتعليم وتربية وتقوم على التفاعل الاجتماعي وتهدف إلى اكساب الفرد طفلاً ومراهقاً فراشداً أو شيخاً، سلوكاً ومعايير واتجاهات مناسبة الأدوار اجتماعية معينة. ونجد في المقدمة المؤسسات التي تساهم في تشكيل الوعي الديني، الاسرة، المدرسة، المساجد، الزوايا الجمعيات ووسائل الاعلام.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> هند عزوز: الصحافة الجزائرية وتنمية الوعي الديني لدى القراء، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2010، ص 137.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 137.

<sup>3</sup> مالك بن نبي: ميلاد مجتمع-شبكة العلاقات الاجتماعية، دار الفكر، ط.3، دمشق، 1986، ص 32.

<sup>4</sup> مراد زعيمة: مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، ص 11.

## 2- الأسرة:

تمثل الأسرة النواة الأولى التي يقتبس منها الطفل المعاني وطرق التعامل مع الغير وأساليب التكيف الاجتماعي، ومرد الأفكار والمبادئ بالدرجة الأولى إلى الأسرة، وقد يعرفها الباحثون في علم الاجتماع بأنها "الوحدة الاجتماعية القاعدية" في المجتمع والتي تقوم أساساً على العلاقة الزوجية لتلبية حاجات فطرية والقيام بوظائف شخصية واجتماعية،<sup>1</sup> فالأسرة المسلمة لبنة في بناء المجتمع الإسلامي الكبير لهذا احرص ديننا الحنيف على الاهتمام بها اهتماماً بالغ الشأن، وعد ذلك من أمهات الأمور التي يجب يهتم بها المسلمون ويكرسوا لها جهودهم، ولم يمكن لإعداد الرجال القادة والعلماء الدعاة في الاسر المسلمة ويكرسوا لها جهودهم ولم يكن لإعداد الرجال القادة والعلماء ودعاة في الأسر المسلمة إلا من قبيل هذا الاهتمام لهذا كله نبرى المربون الإسلاميون بكل جدية وإخلاص في إعداد مناهج منظورة وفق المنظور العلمي السليم لتربية وبناء الأسرة المسلمة، فاهتم بعضهم وتربيتهم الافراد حصراً وصنف تناول مرحلة من مراحل التكوين الشخصي والنفسي للمسلم، والأخر أهتم بالأسرة بصورة عامة.

فوضع كل واحد من هؤلاء منهاجاً يتناسب والمرحلة التي يعيشها المسلم، منها المختصر ومنها المختصر ومنها المطول، حرصاً منهم على إصفاء الصبغة الإسلامية علا الأسرة وإعدادها إعداداً يتلاءم وواقعها الذي تعيش فيه فتقنوا بالأسلوب وطريقة العرض فاختروا لها الوسائل الإيضاحية والجدول البيانية، وكذلك انتقوا العبارات المرغبة البسيطة، كل هذا لأجل أن يتناولها المسلمون بسهولة ويسر فيحسنون تربية أسرهم ويحفظونها من الانتكاس والارتكاس، وتكون لهم وقاية وحماية حصينة ضد الزحف الأخلاقي المدمر الشرقي أو الغربي.<sup>2</sup>

إن تدهور الأسرة وانحطاطها في مجتمعنا المسلم يرجع لأسباب شتى منها:

- جعل المربي بالإسلام ومبادئه وتعاليمه وجهله بمخططات أعداء الإسلام التي يوجهونها ضد الأسرة المسلمة.

- عدم إدراكه للتربية المجدية الملائمة التي يجل أن يسير عليها في توجيه أبنائه.

- الاختيار السيء لزوجته رغم تشدده الإسلامي ومعرفته لمبادئه وتعاليمه ومن الأسباب المهمة ترك الحبل على الغارب فيأن يتصرف الأبناء كيفما شاءوا من غير مراقبة ومتابعة، لهذا كان من الأولى أن يتصف

<sup>1</sup> هند عزوز: مرجع سبق ذكره، ص 139.

<sup>2</sup> حامد شاكر العاني: دليل هداية الأسرة المسلمة، مكتبة الألوكة، ص 03.

المربي بصفات النبي صلى الله عليه وسلم في تعامله مع نسائه كما هيا في سيرته، إن كان حريصا على بناء أسرة إسلامية طيبة متماسكة.<sup>1</sup>

### 3- وسائل الاعلام:

اذ يتعامل الانسان في حياتنا المعاصرة مع وسائل الاعلام المتعددة، فلا يكاد يمر يوم دون أن يكون على مقربة من مذياع في بيته أو في سيارته أو في الشارع، ولا يكاد يمر يوم دون أن يشاهد إعلانا عن قيم أو حصة ثقافية أو دينية أو برنامج في التلفزة، كما يستمع إلى التعليمات ومكبرات الصوت وتجذبه القنوات الفضائية بتنوع برامجها وتعدد أساليب تشويقها، كما تتجلى الثورة الإعلامية فيما تقدمه من تنوع شديد في المعلومات، وما تفرزه من اتجاهات في عقول البشر ويعتمد نجاح الإعلام في قدرة وسائله على استغلال عواطف الإنسان وانفعالاته.<sup>2</sup>

كما تعود أهمية الإعلام إلى تحول مؤسساته وعملياته ووسائله إلى شق اجتماعي يتحكم في حياة المجتمع، إضافة إلى كونه أحد مكونات المجتمع الصناعي المتميز بإنتاجه واستخدامه لكميات كبيرة من الطاقة الميكانيكية، إضافة إلى اتسامه بسيادة الثورة الاتصالية الجديدة التي لها يد في صياغة أنماط التفكير والسلوك، والتأثير في شبكة العلاقات الاجتماعية المستخدمة في ذلك مجموعة من الآليات المبنية نفسية ومعرفية تساهم في برمجة الوعي.<sup>3</sup>

إن أهمية وسائل الإعلام الحديثة ودورها في تشكيل الوعي الديني نابع من أهمية التعرض لها من جهة، وقدرتها على الجذب الناتج عن استخدام وسائل إعلامية متعددة في وقت واحد من جهة ثانية، ومع التطورات المتلاحقة وخاصة ما يتعلق بالتقنيات الحديثة مثل الأنترنت التي أحدثت نقلة غير تقليدية في عالم الاتصال والتواصل بوسائله المختلفة مثل: الصحف والمواقع والإذاعات الإلكترونية المسموعة والمرئية والمدونات والمنتديات والبريد الإلكتروني والمجموعات ومواقع التواصل الاجتماعي، فإن الدعوة إلى الدين الإسلامي أحوج ما تكون إلى استخدام هذه الوسائل وبفاعلية لشرح المبادئ والقيم، وموقف الإسلام من

<sup>1</sup> حامد شاكرا العاني: مرجع سبق ذكره، ص 3-4.

<sup>2</sup> أحمد برقواوي: الدولة الوطنية وتحديات العولمة في الوطن العربي، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2004، ص 201.

<sup>3</sup> سامي أحمد الموصلي: برمجة الوعي، شعار للنشر والتوزيع، د. ط، سوريا، 2008، ص ص 56-57.

القضايا المطروحة على الساحة في مختلف المجالات الدينية والسياسية والاقتصادية والأخلاقية والعسكرية والإنسانية وغيرها.<sup>1</sup>

## 5. فوائد الوعي الديني:

وبصورة عامة فإن الوعي الديني يترك أروع الآثار الإيجابية في حياة الإنسان، فهو يدفع صاحبه إلى اكتساب أسمى الصفات الرائعة والتحلي بأفضل السمات النبيلة التي تعين صاحبها على نيل الأهداف السامية، ومن بين الآثار الإيجابية نذكر:

### 1.5- عدم الاغترار بالدنيا:

إن الإنسان المتمتع بالوعي الديني لا تلهيه زخارف الحياة ولا يغتر بزينتها لأنه ينظر إليها على حقيقتها فيدرك أنها فانية وأنها ممر وسوق ومزرعة للآخرة، ولهذا لا يركن إليها ولا يفسح المجال لمتعتها ولذاتها أن تلهيه عن ذكر ما هو أهم منها، لأنه يعي أن الله سبحانه وتعالى قد خلقه لمسيرة طويلة، وقد جرت سنته تعالى أن يكدح الإنسان من أجل نيل السعادة في المستقبل.

فالدنيا عند الإنسان الواعي تمثل مرحلة عابرة لا بد أن يتزود منها ليوم مياعده، وقد أبلغ الإمام علي عليه السلام في وصفه للدنيا حيث قال: "إن الدنيا دار صدق لمن صدقها ودار عافية لمن فهم عنها ودار غنى لمن تزود عنها، ودار موعظة لمن اتعظ بها، مسجد أحياء الله ومصلى ملائكة الله ومهبط وحي الله، ومنجر أوليا الله".<sup>2</sup> نهج البلاغة: الحكمة رقم 132.

### 2.5. عدم الانخداع بالأفكار الباطلة:

إن الوعي الديني يحصن صاحبه بالأفكار الباطلة والآراء المزيفة والحقائق المشوهة التي يلقيها المنحرفون ولا سيما منهم الشخصيات الضالة التي تمتلك القدرة الفائقة في كسب الآخرين والتأثير فيهم وإقناعهم بمختلف الأفكار، لأن الإنسان الواعي بوعيه الميزان الذي يقيم به الأفكار، ولهذا يكون في غنى عن التقليد الأعمى والسير الهمجي وراء الهتافات البراقة.

<sup>1</sup> رفاس الوليد: دور الفايبيوك في تشكيل الوعي الديني لدى الأفراد، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 06، العدد 02، ديسمبر 2022، ص 255.

<sup>2</sup> علاء الحسون: تنمية الوعي، دار الغدير، ط.1، إيران، 2003، ص ص 157.155.

ومن هنا نستنتج أن أصحاب الشخصيات الواعية التي تتمتع بوعي ديني كاف مصانة من الانخداع بالفتن والشبهات والأفكار الباطلة التي ينشرها المنحرفون لأنهم يمتلكون قدرة فائقة على التمييز بين الخطأ والصواب.<sup>1</sup>

### 3.5. سلامة الباطن والنية:

إن الإنسان بارتقاء مستوى وعيه الديني يدرك أن الملاك في تقييم الأعمال التي يقوم بها هو مقدار مساعدتها له في تطهير قلبه وتنقية سريره وتهذيب نفسه وتأهيلها للتقرب إلى الله سبحانه وتعالى.

كما يعلم الإنسان الواعي بأن الناس يحشرون يوم الميعاد على نياتهم وأن العمل الصالح ينبغي أن يطلب من الله ليترك مفعوله الإيجابي في النفس وأن الرياء والازدواجية والتوجه للعمل العبادي لنيل رضا الناس يفسد القلب، لهذا يندفع صاحب الشخصية الواعية في أعماله إلى نيل اللب وعدم الاكتفاء بالقشور والظواهر، ومن هنا فإن حسن النية هي من مستويات الوعي الديني التي يدركها الإنسان.<sup>2</sup>

### 4.5. الإيمان والحياة الطيبة:

إن الإيمان يبحث دائماً على القلوب الطاهرة والسرائر النزيهة ليجعلها مستقراً ومستوطناً له، لأن الوعي الديني لا يسمو ولا يرتقي إلا بمقدار طهارة القلب وخلوه من جنود وشوائب الهوى وبهذا يكون القلب أكثر استعداداً لقبول الحق وأكثر إيماناً وأكثر انفتاحاً لله سبحانه وتعالى.

ومن منطلق الإيمان يدخل الإنسان في رحاب الحياة الطيبة التي قال عنها تعالى "مَنْ عَمِلَ صَالِحاً مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْتَى وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً". النحل 97، ويفسر الإيمان للفرد علاقته بمن حوله من الناس والأحداث والأشياء، ويوضح له غايته واتجاهه وطريقته، ومن هنا تمتلئ روح الإنسان الواعي على قدر إيمانه بالأمان والسكينة والرضا والسعادة والرفعة والاستقرار وبهذا يعيش المؤمن في كنف الله سبحانه وتعالى آمناً مطمئناً بعيداً عن الاضطراب والقلق والانهيار والاكتئاب والملل وفقدان التوازن وجميع الحالات السلبية الناتجة من ضعف الإيمان وعدم التوكل على الله عز وجل.

<sup>1</sup> علاء الحسنون: مرجع سبق ذكره، ص 158.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 160.161.

ومن هنا نستنتج أن الإنسان المؤمن هو الإنسان الذي يتمتع بالسكينة والاستقرار والرضا والسعادة والرفعة والاستقرار والاطمئنان وهي سمات الحياة الطيبة التي يحصل عليها الإنسان نتيجة ارتقاء مستوى وعيه الديني.<sup>1</sup>

## 6. مصادر تشكيل الوعي الديني:

إن مصادر التشريع الإسلامي هي القرآن الكريم وسنة نبينا محمد عليه الصلاة والسلام لقوله تعالى: "يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا (٥٩)" النساء الآية 59.

### 1.6. القرآن الكريم:

هو كتاب الله الذي نزل عن النبي صلى الله عليه وسلم بألفاظه ومعانيه ليكون حجة للرسول على أنه رسول الله تعالى ودستورا للناس يهتدون بهداه يتعبدون بتلاوته، وهو المدون في المصحف الشريف المبدوء بسورة الفاتحة المختوم بسورة الناس، المنقول إلينا بالتواتر كتابة ومشافهة جيلا عن جيل محفوظا من أي تغيير أو تعديل، وهو المصدر الأساسي للإلزام الخلقي إذ أن آياته تنتظم على النحو التالي:

- آيات الاعتقاد وهي تتعلق بما يجب على المكلف أن يعتقد في الله تعالى وملائكته وكتبه ورسله واليوم الآخر والقدر خيره وشره حلوه ومره.

- آيات تتعلق بما يجب على المكلف أن يتحلى به من الفضائل ويتخلى عنه من الرذائل.

- آيات تتعلق بما يصدر عن المكلف من أعمال وأقوال وتصرفات وهي على نوعين:

أ-العبادات: ويقصد بها تنظيم علاقة لإنسان بربه.

ب-المعاملات: ويقصد بها تنظيم علاقات الناس ببعضهم بعض سواء كانت أفراد أو أمم أو جماعات وهذه تضم أخلاقا تتصل بالأسرة والقضاء ونظام الحكم ومعاملات الدولة الإسلامية ومعاملات غير المسلمين

<sup>1</sup> علاء الحسنون: مرجع سبق ذكره، ص 161.162.

كما تضم أخلاقا تتصل بالنواحي المادية والاقتصادية<sup>1</sup>، والقرآن الكريم هو أكبر وسيلة من وسائل الإعلام منذ ظهور الإسلام إلى يومنا هذا.<sup>2</sup>

## 2.6. السنة النبوية:

السنة في اللغة: الطريقة المعتادة التي يتكرر العمل بمقتضاها، كما ورد في قوله تعالى: "أَسْتَكْبَرُوا فِي الْأَرْضِ وَمَكْرَ السَّيِّئِ وَلَا يَحِيقُ الْمَكْرُ السَّيِّئُ إِلَّا بِأَهْلِهِ فَهَلْ يَنْظُرُونَ إِلَّا سُنَّتَ الْأَوَّلِينَ فَلَن تَجِدَ لِسُنَّتِ اللَّهِ تَبْدِيلًا وَلَن تَجِدَ لِسُنَّتِ اللَّهِ تَحْوِيلًا (٤٣)" فاطر 43.

وقول الرسول صلى الله عليه وسلم من سن في الإسلام سنة حسنة فله أجرها وأجر من عمل بها بعده من غير أن ينقص من أجورهم شيء، ومن سن في الإسلام سنة سيئة كان عليه وزرها ووزر من عمل بها من بعده من غير أن ينقص من أوزارهم شيء.

والسنة في الاصطلاح الأصوليين -هي ما صدر عن النبي صلى الله عليه وسلم غير القرآن غير القرآن من قول أو فعل أو تقرير مما يصطلح أن يكون دليلا على حكم شرعي.

ومع هذا فالسنة أصل في الاستنباط قائم بذاته وقد أمرنا الله عز وجل باتباع الرسول صلى الله عليه وسلم في كثير من الآيات في القرآن الكريم، ويقول الحق تبارك وتعالى: مَن يُطِعِ الرَّسُولَ فَقَدْ أَطَاعَ اللَّهَ " سورة النساء الآية 80، وقوله أيضا: " وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ (١٣٢)" سورة آل عمران الآية 132. وقل جل ثناؤه: " أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَٰهٌ مُّحْشَرُونَ " (٢٤) الأنفال الآية 24.

فالسنة زاخرة بالأخلاق فهي حياة النبي صلى الله عليه وسلم والمجتمع الإسلامي المعاصر ومصدر تشريعي لهذه الحياة ومصدر الإلزام الخلقي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أيسر فائق جهاد الحسني الأوسلي: الأخلاق في الكتاب والسنة، المادة المقررة للمرحلة العربية/ الكورس الثاني قسم العقيدة والدعوة والفكر، جامعة الأنبار، ص ص7.8.

<sup>2</sup> عبد اللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ص44.

<sup>3</sup> أحمد محمد أحمد الجلي: دراسات في الثقافة الإسلامية (المصادر الخصائص-التحديات)، دار الكتاب الجامعي، ط.2، الإمارات، 2012، ص45.



## 3.6. الاجتهاد:

الاجتهاد في اللغة بدل الجهد واستفراغ في أي فعل كان.

وعند الأصوليين: بدل الوسع في نيل حكم شرعي بطريقة الاستنباط وهذا يستلزم أن يبذل من هو أهل الاجتهاد وسعه وطاقته في الوصول إلى حكم شرعي وأن يستخدم في ذلك طريقة الاستنباط.<sup>1</sup>

عرف العلماء الاجتهاد بأنه: " بدل الجهد في استنباط الحكم الشرعي بما اعتبره الشارع دليلاً.

والاجتهاد ثابت في الكتاب والسنة ويعمل النبي صلى الله عليه وسلم وتعامل محابته رضي الله عنهم أجمعين، فض دلائله في الكتاب قوله تعالى: " إِنَّا أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِتَحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ بِمَا أَرَاكَ اللَّهُ وَلَا تَكُنَ لِلْخَائِنِينَ خَصِيمًا (١٠٥)" النساء 105، ومن دلائله في السنة حديث معاذ بن جبل الذي رواه أبو داود والترمذي " كيف تقضي إذا عرض لك قضاء؟ قال: بكتاب الله، فال فإن لم تجد؟ قال بسنة رسول الله، قال فإن لم تجد، قال أجتهد برأيي"، ويذكر أن الشريعة الإسلامية باقية إلى يوم الدين وكذلك مصادر أحكامها والقرآن والسنة إلى الأبد والمسائل البشرية والقضايا المتنوعة تتجدد، فربما لا نجد ما يقضي في القرآن والسنة النبوية، فلا بد على علمائنا الاجتهاد بأرائهم، فالاجتهاد مصدر هام للقيم الأخلاقية نابع من مفكرين مسلمين ثقافت يجتهدون في التوصل إلى ما يحقق المنفعة العامة ونشر الخير والعدل والمساواة.<sup>2</sup>

## 4.6. الإجماع:

وهو اتفاق جميع المجتهدين من المسلمين في عصر من العصور بعد وفاة الرسول عليه الصلاة والسلام على حكم شرعي في واقعة ما.

ومعنى الاتفاق: الاشتراك إما في القول أو في الفعل أو الاعتقاد، والمقصود بأهل الحال والعقد المجتهدون في الأحكام، وإذا أجمعوا على فعل نحو أكلهم طعاما دل إجماعهم على إباحته كما يدل أكله عليه الصلاة والسلام على إباحته، مالم تقم قرينة دالة على النذب أو الوجوب والأدلة عليه في القرآن كثيرة منها قوله تعالى: " وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ " البقرة 143 وقوله تعالى: " كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ " وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ (110) سورة آل عمران الآية 110.

<sup>1</sup> أحمد محمد أحمد الجلي: مرجع سبق ذكره، ص54.

<sup>2</sup> عاهد محمود مرتجي: مدى ممارسة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمهم في محافظة غزة، رسالة ماجستير مقدمة، جامعة الأزهر، كلية التربية إلى قسم أصول التربية، غزة، 2004، ص61.

ومن النصوص النبوية قوله صلى الله عليه وسلم (لا تزال طائفة من أمتي ظاهرين على الحق لا يضرهم من خذلهم حتى يأتي أمر الله وهم كذلك)، وفي تفسير البخاري أن الطائفة هم أهل العلم، ودور الإجماع هو حسم مشكلة جديدة ذات طابع أخلاقي أو فقهي أو عادي أما الحياة المادية فليس له النظر فيها.<sup>1</sup>

### 5.6. القياس:

ويعرف اصطلاحاً بأنه: "مساواة محل لآخر في علة حكم لا تدرك مناصه بمجرد فهم اللغة، ولا خلاف بين جمهور الفقهاء أن القياس أصل من أصول التشريع ودليل من الأدلة الشرعية التي يرجع إليها من معرفة الأحكام الشرعية العلمية وللقياس أربعة أركان هي:

-الأصل: الذي ثبت الحكم فيه بالنص أو الإجماع ويسمى المقيس عليه.

-حكم الأصل: هو الحكم الشرعي الذي ثبت في الأصل نصاً أو إجماعاً ويراد تعديله إلى محل آخر.

-الفرع: هو المحل الذي لم ينص على حكمه ويراد تعديله حكم في الأصل إليه.

-العلة: وهي الوصف الجامع الذي من أجله شرع الحكم في الأصل.<sup>2</sup>

### 7. أهم الوسائل المستخدمة في تشكيل الوعي الديني:

توجد عدة وسائل يمكن استخدامها في تشكيل الوعي الديني ومن بينها نذكر:

#### 1.7: الندوات والمحاضرات الدينية:

الندوة هي النقاء مجموعة من الأشخاص لمناقشة موضوع محدد ويشترك في تقديم موضوع مجموعة من المحاضرين والمختصين أو المهتمين يعبرون عن وجهة نظرهم، ثم يمنحون الجمهور فرصة للنقاش ومن خلال الندوات يمكن تكوين وعي ثقافي مستنير عند الحاضرين حول قضية مهمة من القضايا التي تهم المجتمع المسلم توجيهها سليماً وتوسيع مداركهم وترسيخ القيم والمبادئ بما يدعم القيم الدينية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عاهد محمود مرتجي: مرجع سبق ذكره، ص54.

<sup>2</sup> فؤاد علي العاجز، عطية العمري: القيم وطرق تعلمها تعليمها، دراسة مقدمة إلى مؤتمر كلية التربية والفنون تحت عنوان "القيم والتربية في عالم متغير"، جامعة اليرموك، عمان، 1999، ص16.

<sup>3</sup> نورهان منير حسن فهمي: القيم الدينية للشباب من منظور الخوض الاجتماعية، المكتب الجامعي، د. ط، الإسكندرية، 1999، ص164.

### 2.7. الإطلاع على الكتب الدينية:

انتشرت المكاتب الدينية بطريقة واسعة وسهلة أدت إلى قدرة أي شخص الإطلاع على ما يحتويه دينه الإسلامي من تعليمات وقيم صحيحة وهذه القيم لا بد من أن تتناسب المستوى الفكري وتخليصه من الأوهام والخرافات والأفكار والعادات السيئة، فالأمية الدينية التي يعاني منها الشباب لا بد من مواجهتها بنشر مكاتب دينية بطريقة واسعة وسهلة، وعليه فإن الكتب الدينية وسيلة تقليدية تساعدنا على معرفة ديننا الحنيف ومعرفة مقاصد التشريع والحلال والحرام، وتقوم بتصحيح المفاهيم والأفكار الخاطئة حول الدين، فهي تعمق لدينا الوعي والحصول على معرفة واكتساب المهارات الأخرى.<sup>1</sup>

### 3.7. الأفلام الدينية:

تعد وسيلة ناجحة في دعوة الشباب للتمسك بالقيم الأصلية وتغيير اتجاههم، وهي من أهم وسائل الوعي والإرشاد، ومن خلال هذه الأفلام تنتج فرص أمام الشباب للتعرف على أهمية التمسك بالقيم الاجتماعية كالأمانة والتعاون والصدق وحسن المعاملة، وتعطي الأفلام السينمائية حين النتائج إذا كانت ضمن برنامج مخطط أو جملة منظمة للوصول إلى هدف معين يجب أن تتوفر فيها وسائل الإرشاد والتوعية مثل المحاضرات والملفات الاجتماعية وغيرها.

ومما سبق يمكن القول إن الأفلام الدينية وسيلة من الوسائل التعليمية والتوعوية الفعالة التي تهدف إلى ارتقاء المجتمع وعاداته ومعتقداته، لاعتبارها وسيلة للتوجيه والإرشاد والتطوير الديني، فهذه الأفلام اعتمدت على الروايات الدينية للشخصيات والأحداث مثل الكتب المقدسة، إضافة إلى الاعتماد على المصادر الدينية التي صادق عليها علماء الدين وعلى سبيل هذه الأفلام نذكر البعض منها الوصايا العشر الدينية، تهدف إلى تعمير وتوجيه وإرشاد المجتمعات المحافظة وخصوصا المسلمة وغير المسلمة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نورهان منير حسن فهمي: مرجع سبق ذكره، ص 166.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 167.

## 4.7. المناقشات الجماعية والدروس الدينية:

المناقشة عبارة عن حوار يدور بين عدد من الأشخاص بغرض الوصول إلى حالة من الفهم المتبادل لموضوع ما أو حل لمشكلة معينة، وتعرف أيضا بأنها وسيلة أساسية في طريقة العمل من الجماعات حيث أنها نشاط تعاوني يشترك فيه أعضاء الجماعة على أساس من الحرية والشعور بالمساواة.

وإذا كانت المناقشات الجماعية غالبا ما تكون من المكان الذي تحدده الجماعة فالدروس الدينية غالبا ما تعقد في المساجد وتقوم بدورها في التوجيه والإرشاد وتعمل على نشر الوعي الديني.

ومما نستنتج أن المناقشات الدينية والدروس نشاط تعاوني يشترك فيه أعضاء الجماعة تتيح لهم الفرصة للتعبير عن أفكارهم ومعتقداتهم وآرائهم، فهي وسيلة لصنع واتخاذ القرار، وكذلك الإرشاد والتوجيه ويتم من خلالها تحديد وتوضيح الموضوع أو المشكلة موضوع المناقشة، فالمناقشات الجماعية تعرف بأنها موقف تعليمي يتيح للأعضاء الفرصة للتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم ويحاولون بواسطتها حل مشكلاتهم.

- أهمية المناقشات الدينية: وتتمثل فيما يلي

- هي وسيلة لتغيير الاتجاهات والأفكار الخاطئة ووسيلة لصنع واتخاذ القرار.

- وسيلة لاكتساب السلوك الديمقراطي واكتساب المهارات الجماعية.

- وسيلة للإرشاد النفسي والعلاج الجماعي.

وعليه تكون المناقشة في أحسن صورها اجتماع عدد من العقول حول مشكلة من المشكلات أو قضية من القضايا ودراستها دراسة منتظمة، بقصد الوصول لحل المشكلة أو الاهتمام إلى رأي في موضوع القضية ومناقشة عادة القائم بالاتصال من مذيع أو داعية أو مختص هو الذي يقوم بعرض الموضوع ويوجه الجماعات إلى الفكرة التي تسير فيها المناقشة حتى تنتهي إلى الحل المطلوب.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أمينة طويجيني، صبرينة ساسي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر إعلام واتصال، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص سمعي بصري، أم البواقي، 2015/2016، ص 74.

**8. دور المجتمع في تشكيل الوعي الديني:**

يلعب المجتمع دور كبير في ترسيخ ونشر الوعي الديني بين أفراد المجتمع الواحد،<sup>1</sup> فإذا كامن المجتمع مسلماً يتبع حكم الله ورسوله في كل شؤون الحياة الاجتماعية كانت أو سياسية واقتصادية أو فكرية، فلا يمكن أن يخرج فرداً من هذا المجتمع غير صالح ومتشبع بهذه القيم.<sup>2</sup>

ولكي يقوم المجتمع بهذا الدور لا بد من أن يبدأ بنقطة مهمة وهي أن يعترف هذا الشخص بانتمائه للإسلام، فالفرد إذا صلح صلحت بيئته وإذا فسد كله.

ومنه إذا كان المجتمع صالحاً يقوم بجميع أموره الدينية ككلام الله ورسوله في كل المجالات فلا يمكن أن ينتج فرد واحد من هذا المجتمع إلا وهو متخلق ومؤمن بهذه القيم، ينتج عنه مجتمع صالح يعم بالخير وهنا يكمن دور المجتمع في تشكيل الوعي الديني بين أفرادهِ.

فالإسلام منهج متكامل للحياة يصيغها بصيغة الريانية ويوجهها وجهة أخلاقية، ويضع لها الإطار والمعالم والحدود التي تضبط سيرها وتربطها بغاياتها وتقيها من الانحراف أو السقوط في الحفر والضياع في مفارق الحياة.<sup>3</sup>

**9. دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني:**

تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة من وسائل التواصل العصري بين الأفراد والمجتمعات وأكبرها مقدرة على التأثير، ويلاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي سيطرت على عقول الناس وخاصة الشباب منهم، هذا ما جعلنا نستعين بهذه الوسيلة واغتنامها في تشكيل الوعي الديني، من خلال دعوة الشباب المسلم للتمسك بدينه ودعوة غير المسلمين إلى الدين الإسلامي العظيم، وذلك بإتقان لغة المخاطب وتوضيح صورة الإسلام الصحيحة التي شوهاها الغرب عبر إعلامهم، فقد تمكن داعية سعودي بالمكتب التعاوني للدعوة

<sup>1</sup>حسان محمد الحسن: مرجع سبق ذكره، ص175.

<sup>2</sup>يوسف القرضاوي، مرجع سبق ذكره، ص130.

<sup>3</sup>المرجع نفسه، ص131.

والإرشاد وتوعية الجاليات بغرب الدمام من إقناع عروس كندية في العقد الثان من عمرها بالإسلام عبر موقع فايسبوك وسكايب، وأعلنت إسلامها تزامنا مع حفل زفافها في بداية العام الميلادي 2014.<sup>1</sup>

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أقوى المواقع حيث من خلالها يتمكن أي إنسان من التواصل وفي أي مكان وزمان، لذلك يجب علينا أن نستخدمها في النهي عن المنكر والأمر بالمعروف ونشر الوعي الديني، من خلال عمل صفحات شخصية لمخاطبة الجماهير ونشر الدين والدعوة داخل العالم العربي والإسلامي وخارجه.

وعليه فإن لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في نشر وتشكيل الوعي الديني، لهذا تكمن أهمية هذه المواقع في نشر الدعوة الإسلامية وتثقيف المسلمين وتوعيتهم بأمور دينهم وقضايا أمهتهم، والأمر الثاني هو قدة هذه المواقع على مخاطبة الكثير من الأمم في وقت واحد لأن هذه الميزة الجديدة في هذه المواقع هي توصيل المعلومات دون جهد أو تكاليف وبالتالي يستفيد من هذا التطور الهائل في مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أن الرسالة الإسلامية هي رسالة عالمية ودعوة لكل البشر ولهذا لا بد على مواقع التواصل الاجتماعي أن تتسق مع بعضها البعض وتقف وقفة واحدة للدفاع عن الإسلام وتحقيق الهدف المرجو منها وهو انتشار الدعوة الإسلامية في جميع مراكز العالم.

فبواسطة هذه الوسيلة يمكن نشر كل ما يتعلق بالدين حيث أصبح الشخص يكتب أي شيء ويقوم بنشره على الانترنت ليراه كل البشر في مختلف أنحاء العالم، ومن هنا يمكن القول إن هناك دور كبير فعال لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اوعي الديني، ولهذا لا بد من استغلال هذه المواقع في الدعوة إلى الله.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>بوزيرة سوسن: علاقة مراكز إعادة التربية بالعودة لدى أحدث المنحرفين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2008، ص 80.

<sup>2</sup>حسان محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 23.

## خلاصة الفصل:

نستنتج من خلال ما تطرقنا إليه أن الوعي الديني قادر على منح الإنسان القوة الدافعة لتوجيه سلوكه بحيوية ونشاط نحو الأهداف السامية، فالوعي الديني يطهر القلب من الأمور الشائبة ويجعل للحياة معنى يعود على المسلم وعلى سلوكه ويحقق الاستقرار النفسي والاجتماعي كونه له دور كبير في توجيه الأفراد نحو الأفضل، كما يساعد على التنقيف الديني وتغيير مفاهيم المجتمع وتعديل سلوك الأفراد وكذا توسيع أفق الإنسان عن طريق إمداده بالمعرفة الدينية.

# الفصل الرابع





## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

### تمهيد

1- عرض وتفسير وتحليل بيانات الدراسة

2- النتائج العامة للدراسة الميدانية

3- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات

4- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

5- مناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية

### خلاصة الفصل

### خاتمة

### قائمة المصادر والمراجع

**تمهيد:**

بعد أن تطرقنا إلى الفصل المنهجي والفصول النظرية لدراستنا سنحاول في هذا الفصل اختبار مدى تطابق الفرضيات مع نتائج الدراسة ومدى تطابق الجانب النظري معها، إذ يعد الجانب التطبيقي من أهم جوانب البحث العلمي، ولإلمام أكثر بالجانب التطبيقي لدراستنا ارتأينا أن نتناول من خلال هذا الفصل عرض وتحليل وتفسير البيانات المتحصل عليها من استمارة الاستبيان، وصياغة النتائج العامة للدراسة ومناقشة هذه النتائج في ضوء الفرضيات والدراسات السابقة والمقاربة النظرية، خلصنا إلى وضع استنتاج عام حول دراستنا.

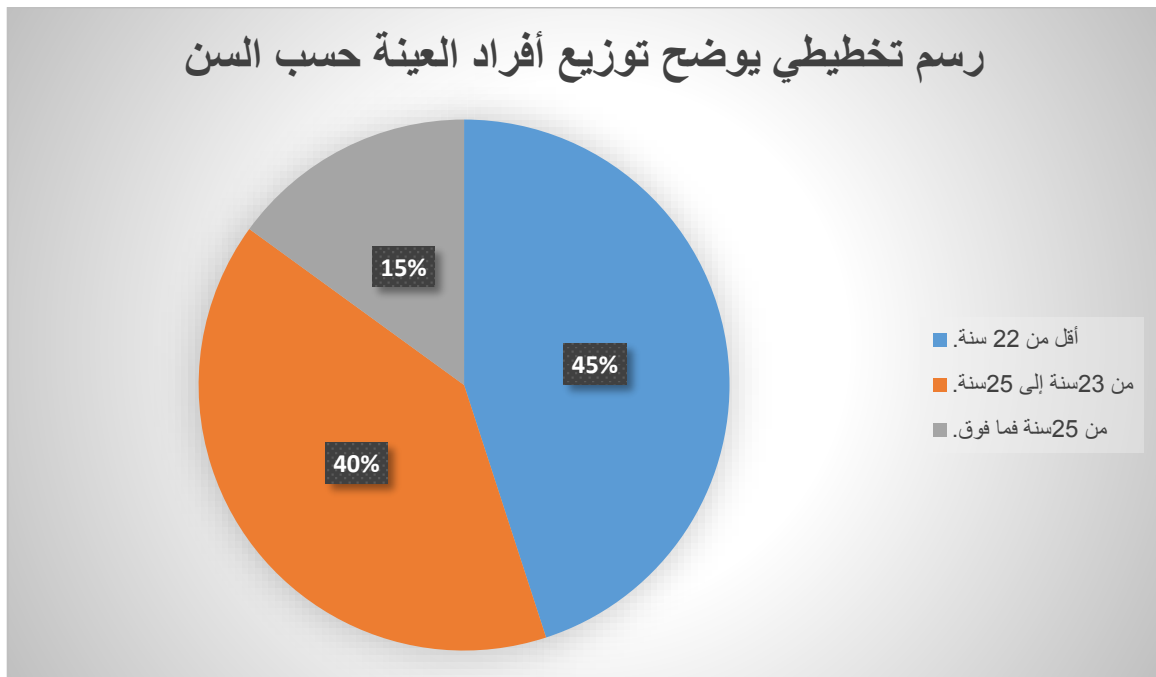
## وتفسير وتحليل بيانات الدراسة

## المحور الأول: البيانات العامة

جدول رقم(01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

الخيار	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من 22 سنة	36	45%
من 23 سنة إلى 25 سنة	32	40%
من 25 سنة فما فوق	12	15%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

تم توزيع استمارة الاستبيان على 4% من مجموع أفراد مجتمع الدراسة، ما يعادل 80 مفردة من طلبة القطب الجامعي تاسوست - جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، حيث نلاحظ توزيع أفراد العينة حسب السن من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه، إذ تحتل فئة أقل من 22 سنة المركز الأول من حيث

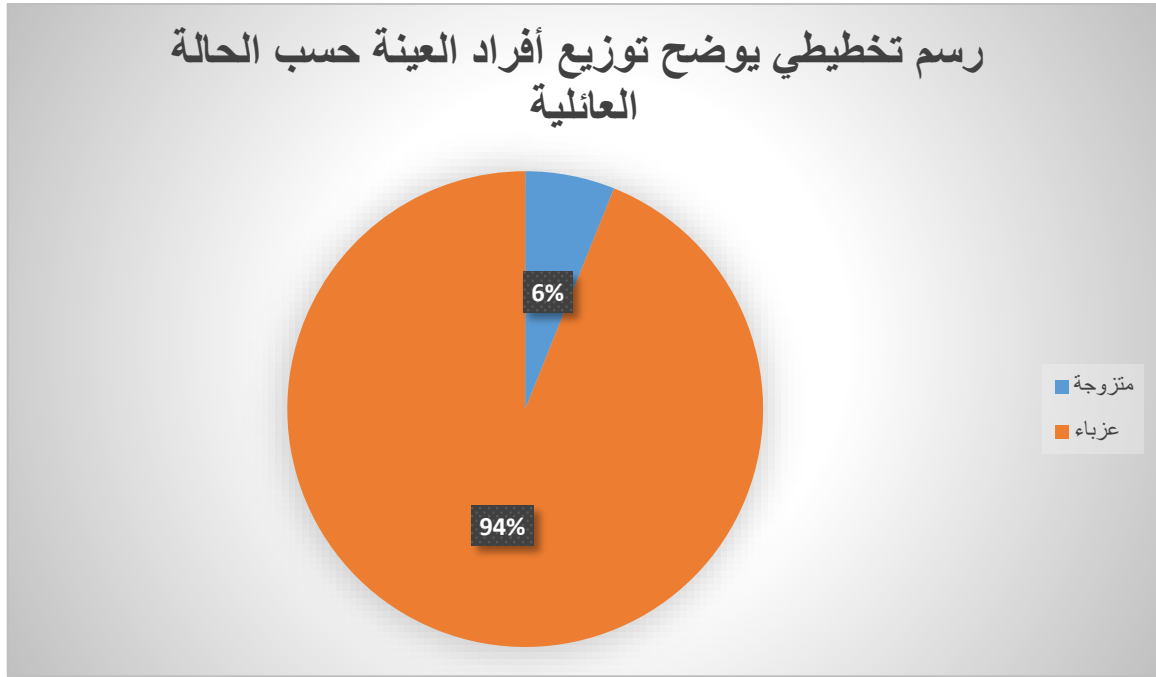
عدد التكرارات بنسبة 45% وهذا يعود إلى مختلف العوامل التي ساعدت على استقطاب أعداد كبيرة من الطلبة ذو الفئة العمرية أقل من 22 سنة منها تداعيات جائحة كورونا التي أسفرت على تقليص معدل النجاح في البكالوريا إلى 9، تليها فئة من 23 سنة إلى 25 سنة بنسبة 40% وهذه الفئة تخص الطلبة من السنة الثالثة إلى طور الماستر وكانت متقاربة نوعا ما مع الفئة الأولى، وأخيرا فئة من 25 سنة فما فوق جاءت هذه الفئة بنسبة 15% لأن هذا العمر يخص الطلبة المقبلين على التخرج أو طلبة في طور الدكتوراه.

نستنتج من الجدول أعلاه أن الفئة أقل من 22 سنة هم الأكثر ظهورا تليها فئة من 22 سنة إلى 25 سنة بنسب متقاربة بفعل عوامل ذكرناها سابقا، ضف إلى ذلك أن هذه الفئة العمرية تشهد إقبال كبير على شبكات التواصل الاجتماعي.

#### الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
7.5%	6	متزوجة
92.5%	74	عزباء
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



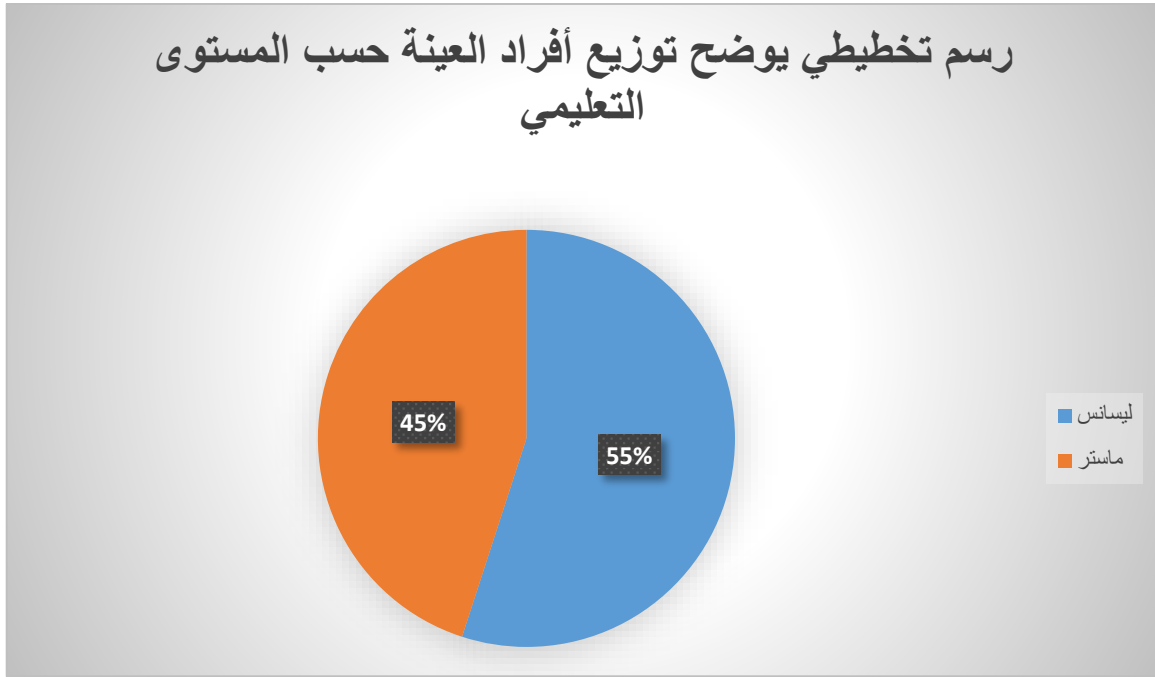
الشكل رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية

نلاحظ من خلال نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية أو الاجتماعية، إذ يتضح لنا أن أغلب المبحوثات كانت حاليتهن العائلية عزباء بنسبة 92.5%، يمكن تفسيرها بعامل صغر السن وعدم الرغبة في الزواج بغية إكمال الدراسة، ناهيك عن ظروف الطالبات اللاتي هن مجبرات على المبيت في الحي الجامعي بفعل عامل البعد عن السكن العائلي والذي لا يتناسب مع مسؤوليات الزواج، كما سجلنا نسبة قليلة من المتزوجات قدرت بـ 7.5%.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

الخيار	التكرار	النسبة المئوية %
ليسانس	44	55%
ماستر	36	45%
دكتوراه	00	00
المجموع	80	80%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



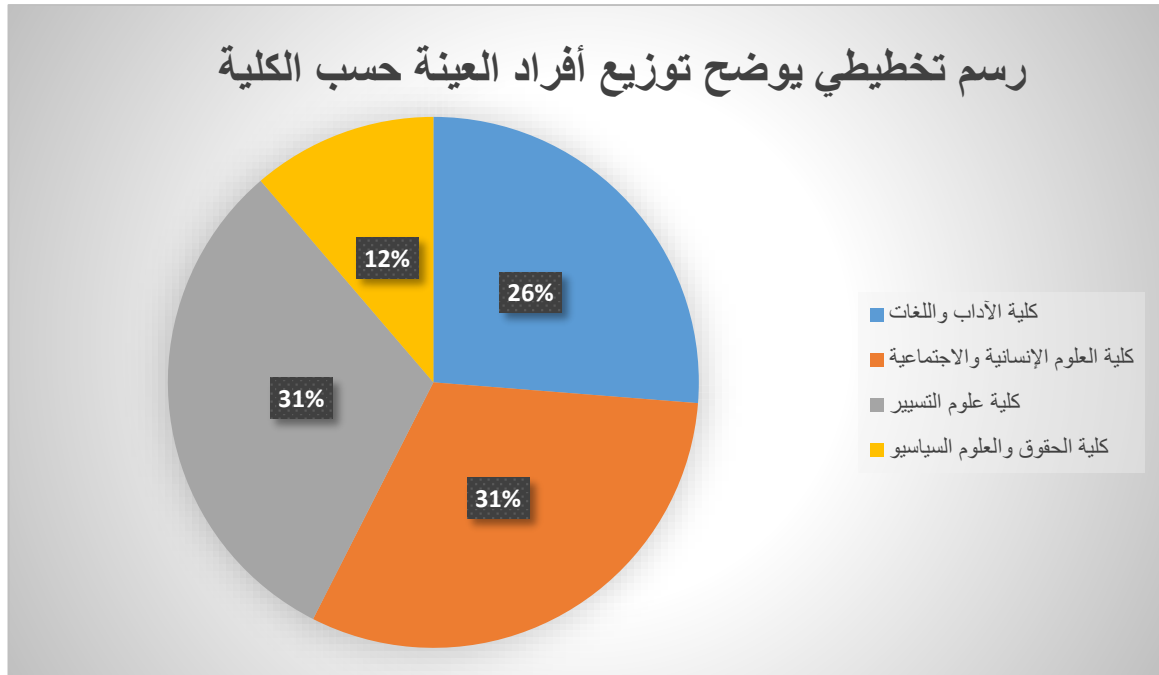
الشكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

يمثل الجدول رقم 03 توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، إذ نلاحظ أن طلبة الليسانس هم الأكثر نسبة حيث بلغت 55% من مجموع أفراد العينة على اعتبار أن طور الليسانس يضم ثلاث سنوات بمختلف الكليات والأقسام والتخصصات فمن الطبيعي أن نجد نسبتهم أكبر من الأطوار الأخرى، تليها فئة الماستر بنسبة 45% إذ تضم هذه الفئة كل من طلبة الماستر 1 والماستر 2، كما نلاحظ انعدام ظهور طالبات دكتوراه من خلال نتائج توزيع استمارة الاستبيان على الطالبات باعتبارهن قليلي الظهور في الجامعة خاصة في الإقامات الجامعية لانشغالهن بتحضير أطروحاتهن.

الجدول (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الكلية

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
26.3%	21	كلية الآداب واللغات
31.3%	25	كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
31.3%	25	كلية علوم التنسيير
11.3%	9	كلية الحقوق والعلوم السياسية
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الكلية

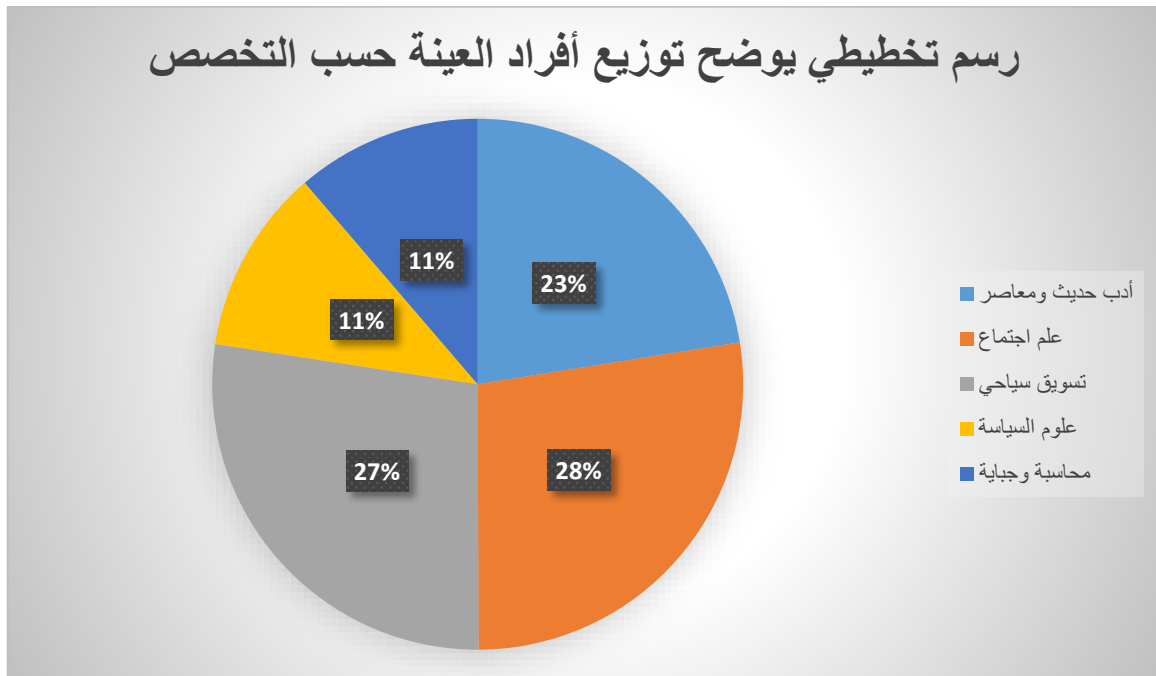
يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الكلية، إذ نلاحظ أن طالبات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير لهم نفس النسبة التي قدرت ب 31.3 %، تليها كلية الآداب واللغات بنسبة 26.3% وهذا يعود لإدارة الإقامة حيث تستقبل سنويا طلبة هذه الكليات المذكورة لذلك نفس ارتفاع نسبة الطالبات فيها، تليها كلية الحقوق والعلوم السياسية بنسبة قليلة قدرت ب 11.3%.

وعليه نستنتج أن الإقامات الجامعية للبنات في قطب تاسوست وقطب جيجل ككل تتبع نظام لاستقبال الطالبات حسب تخصصاتهن في الكليات.

الجدول رقم(05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
22.5%	18	أدب حديث ومعاصر
27.5%	22	علم اجتماع
27.5%	22	تسويق سياحي
11.3%	9	علوم السياسية
11.3%	9	محاسبة وجباية
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص

نلاحظ من خلال نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب التخصص فكل كلية تحتوي على عدة تخصصات وهذا ما يميز التنوع في معطياته، حيث نلاحظ ارتفاع نسبة التخصصات في الكليات الموزعة في الإقامة الجامعية بن ناصر بشير، إذ نسجل تنوع ملحوظ في التخصصات بين الأدب الحديث والمعاصر وعلم الاجتماع والتسويق السياحي ومحاسبة وجباية والعلوم السياسية.

وعليه نستنتج أن الإقامة الجامعية بن ناصر بشير تحتوي على عدة تخصصات متنوعة من كليات القطب الجامعي -تاسوست.

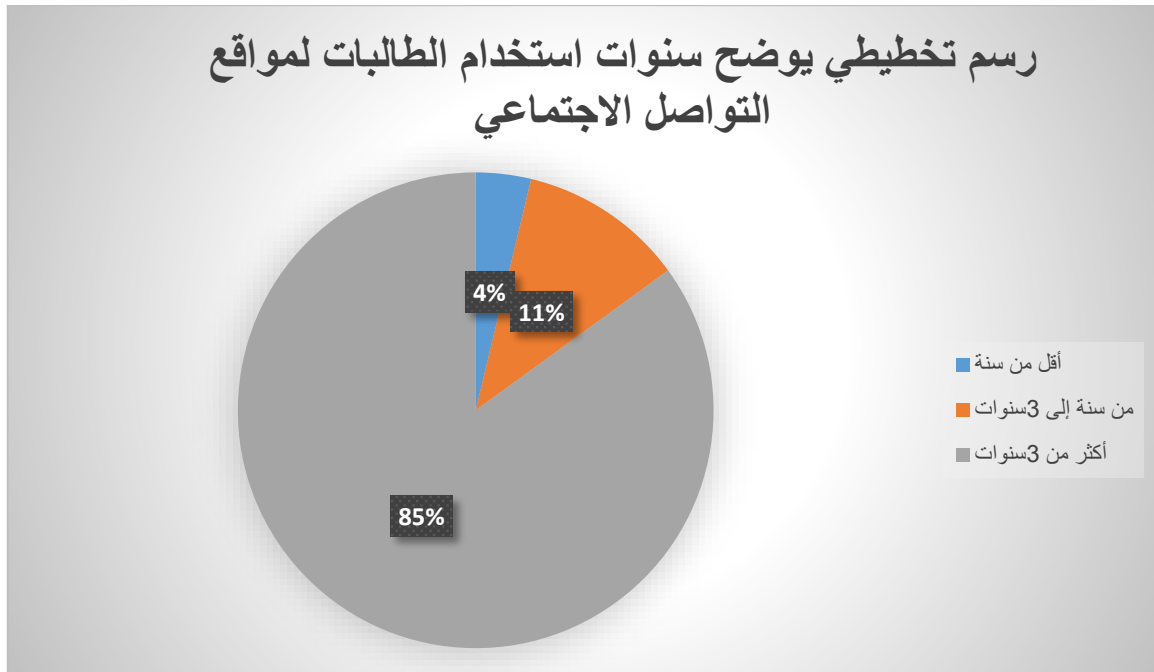


## المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم(06): يوضح سنوات استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي

الخيار	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من سنة	3	3.8%
من سنة إلى 3 سنوات	9	11.3%
أكثر من 3 سنوات	68	85%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (06): تخطيطي يوضح سنوات استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي

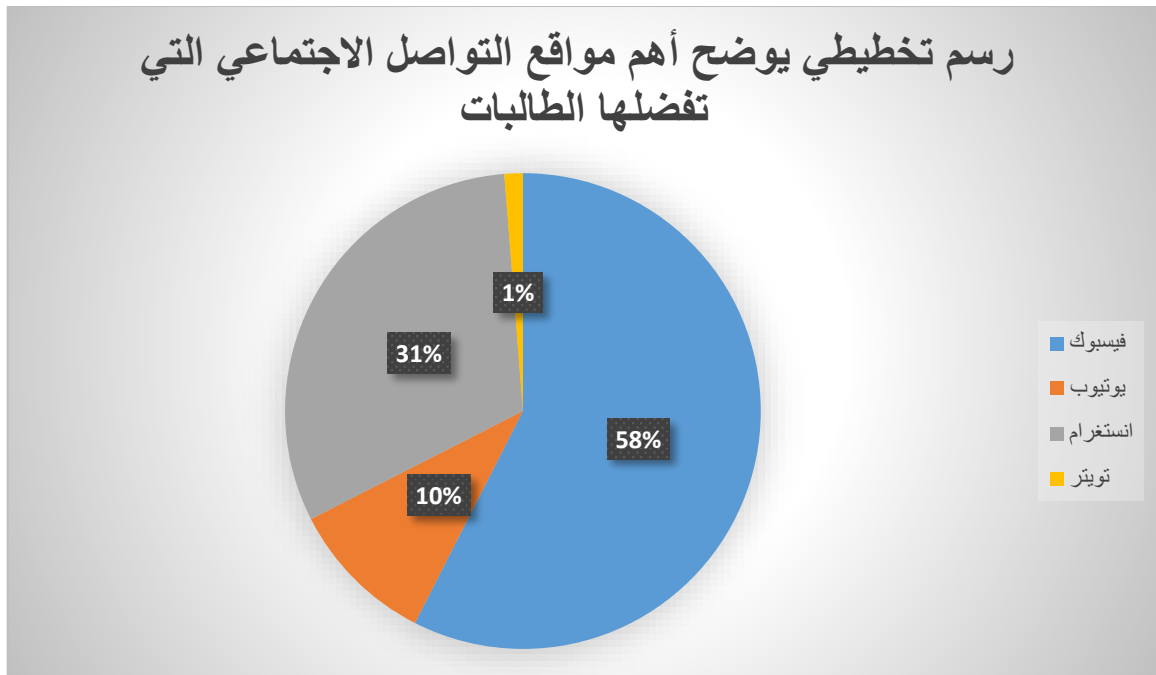
يوضح الجدول رقم 06 استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ نلاحظ أن 85% من أفراد العينة لهم أكثر من 3 سنوات وهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن تفسير ارتفاع هذه النسبة بفعل عدة أسباب أهمها متطلبات العصر والتطور التكنولوجي وتزايد استخدام هذه المواقع في السنوات الماضية واللجوء إليها كوسيلة للتعليم والترفيه وما شابه ذلك، تليها فئة من سنة إلى 3 سنوات بنسبة 11.3%، ثم فئة أقل من سنة والتي تبين من خلال نتائج الجدول أنها تواجدت بنسبة قليلة حيث بلغت 3.8% التي لا تزال في طور الولوج إلى العالم الافتراضي لم تسمح لهم الظروف بالدخول إليها من قبل.

وعليه نستنتج أن معظم أفراد العينة المبحوثة وعلى اختلاف تخصصاتهم ومستوياتهم على اطلاع دائم لما تبثه مواقع التواصل الاجتماعي مع فارق الوقت في سنوات الاستخدام.

الجدول رقم (07): يوضح أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلها الطالبات أفراد العينة

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
57.5%	46	فيسبوك
10%	8	يوتيوب
31.1%	25	انستغرام
0	0	واتساب
1.3%	1	تويتر
0	0	أخرى
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (07): يوضح أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلها الطالبات

يوضح الجدول رقم 07 أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلها الطالبات، ويحتل موقع فايسبوك المركز الأول بنسبة 57% كأكثر موقع مفضل لدى العينة المبحوثة، ويعود سبب هذا التفضيل بسبب الانتشار الواسع لهذا الموقع وشهرته وسهولة استخدامه وكذلك توفر خاصية الوضع المجاني التي استهوت

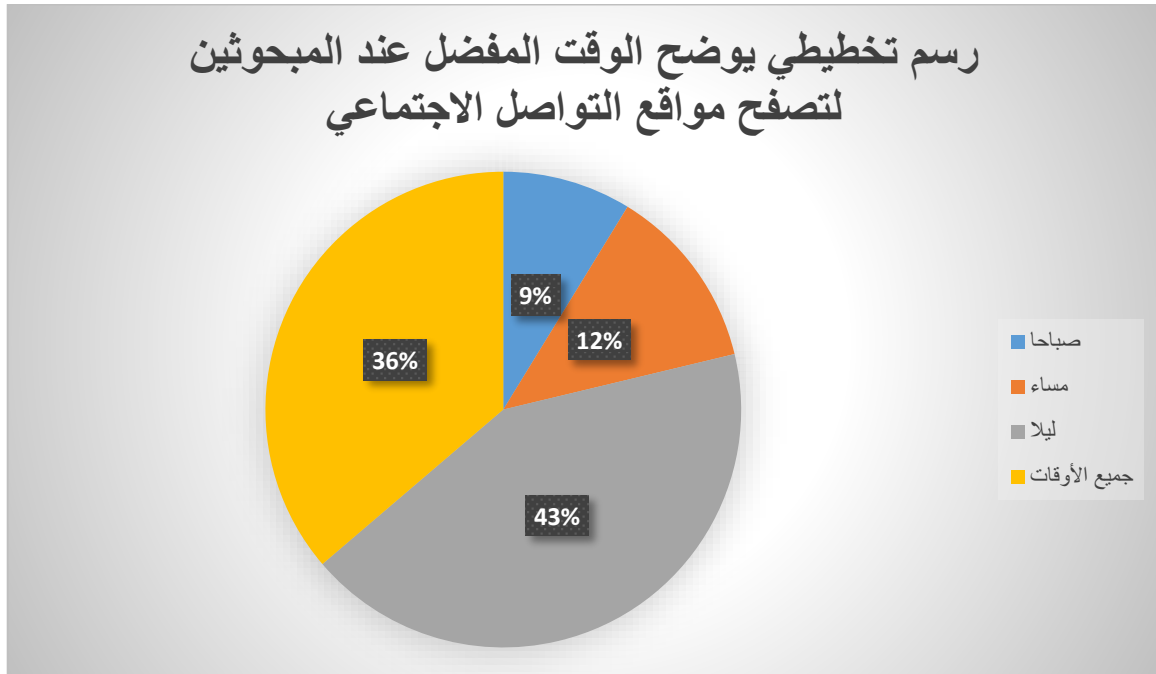
الطلبة محدودى الدخل، يليه موقع انستغرام الذي عرف تزايد في الاستخدام خاصة من قبل الطالبات لتوفره على ما تحتاجه المرأة من نصائح للجمال والموضة والطبخ وغير ذلك بنسبة 31.1%، يأتي بعدها موقع يوتيوب بنسبة 10% وتويتر ب1.3%، فيما لم نسجل أي استعمال للواتساب ومواقع أخرى.

وعليه نستنتج من خلال نتائج الجدول أن الفاييسبوك هو الموقع الأكثر استخداما وإقبالا من قبل الطالبات، وهذا بفضل الامتيازات التي يحتوي عليها والخدمات التي يقدمها.

الجدول رقم (08): يوضح الوقت المفضل عند المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
8.8%	7	صباحا
00	00	ظهرا
12.5%	10	مساء
42.5%	34	ليلا
36.3%	29	جميع الأوقات
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (08): يوضح الوقت المفضل عند المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

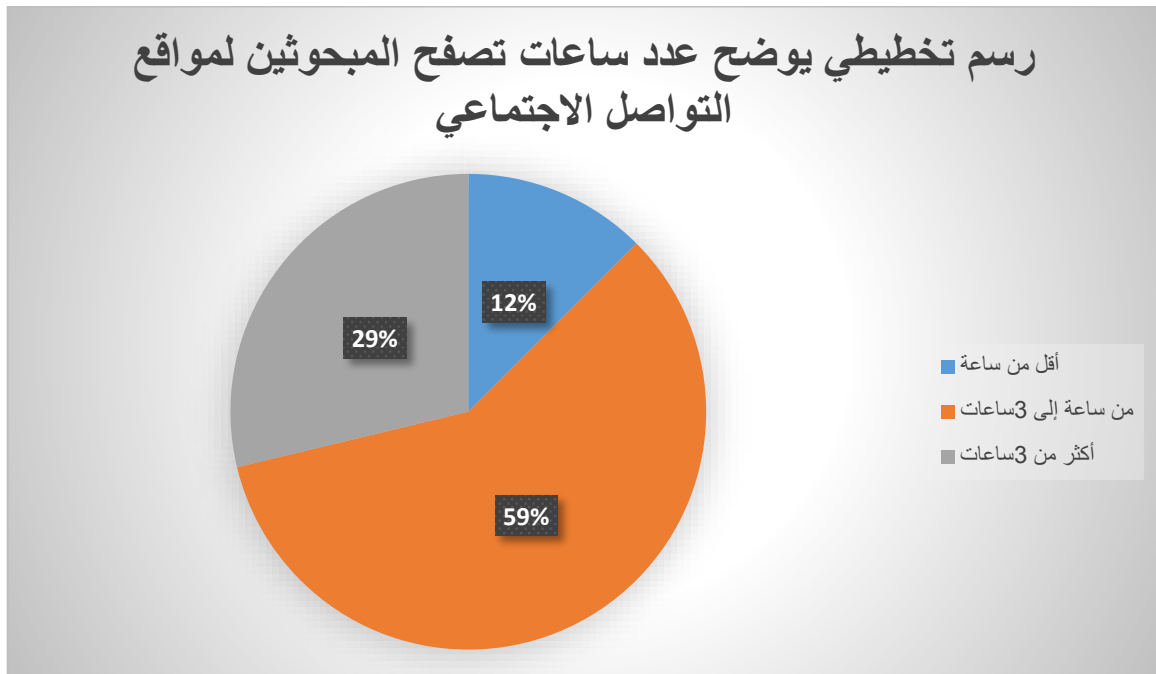
يوضح هذا الجدول الفترة الزمنية التي يفضل الطالبات تصفح واستخدام مواقع التواصل، إذ لاحظنا أن 42.5% منهن يفضلن استخدامها ليلاً فبعد الانتهاء من الدراسة وإعداد البحوث والواجبات المطلوبة منهن وانشغالاتهن يفضلن جل أفراد العينة على مواقع التواصل وبفعل الاحتياجات تلجأ نسبة منهم إلى استخدامها في جميع الأوقات بنسبة 36.3%، كما نجد نسبة 12.5% من مجموع أفراد العينة يتصفحونها مساءً و8.8% منهم يتصفحونها صباحاً.

وعليه نستنتج من خلال النتائج الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة من الطالبات يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي ليلاً نتيجة الفراغ وتناسب هذا الوقت مع ظروفهن.

**الجدول رقم (09): يوضح عدد ساعات تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي**

الخيار	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من ساعة	10	12.5%
من ساعة إلى 3 ساعات	47	58.8%
أكثر من 3 ساعات	23	28.7%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (09): يوضح عدد ساعات تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

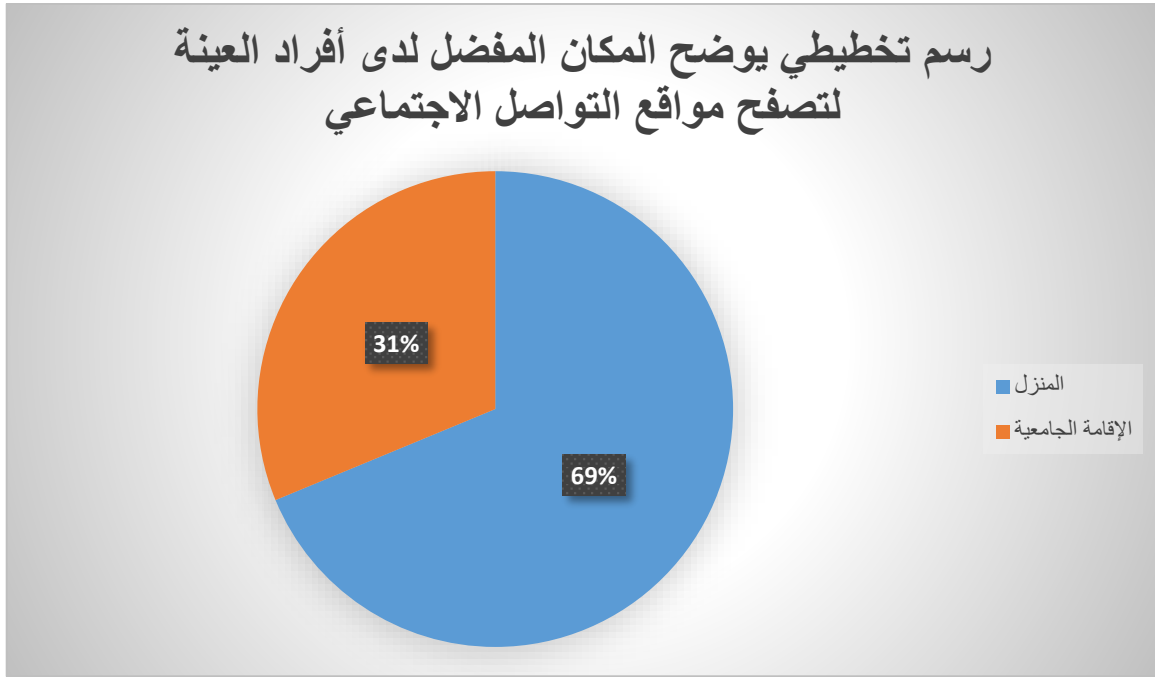
يوضح لنا الجدول رقم 09 الحجم الساعي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة، حيث تتصفح الطالبات هذه المواقع من ساعة إلى 3 ساعات بنسبة 58.8% وتعد نسبة كبيرة إذ تستغل الطالبات هذه المواقع في الدردشة والبحث وغير ذلك من الأمور التي تفيدهن، كما سجلنا نسبة 28.7% من الطالبات يستخدمن هذه المواقع أكثر من 3 ساعات بسبب الإدمان على استخدامها والاستعمال المفرط لها خاصة إذا ما تلقى منها المستخدم فائدة كبيرة، فيما نجد نسبة قليلة بلغت نسبتها 12.5% تستخدم مواقع التواصل لأقل من ساعة واحدة حيث تعاني هذه الفئة من ضيق الوقت والانشغال في أمور أخرى .

نستنتج أن الطالبات الجامعيات يستغرقن أوقاتا متفاوتة في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي، فأغلبهن يقضين أوقاتا طويلة في التعرض لمحتويات هذه المواقع.

**الجدول رقم(10): يوضح المكان المفضل لدى أفراد العينة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي**

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
68.8%	55	المنزل
00%	00	مقهى الانترنت
00	00	الجامعة
31.2%	25	الإقامة الجامعية
00	00	أخرى
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (10): يوضح عدد ساعات تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

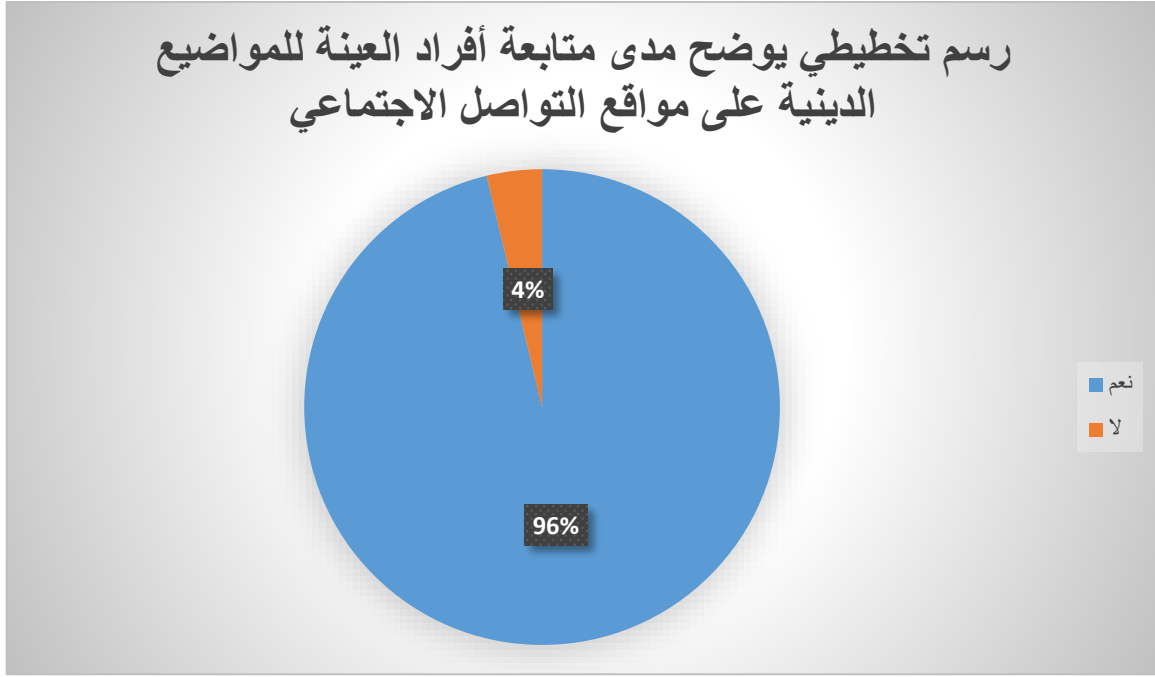
يتضح لنا من خلال نتائج الجدول رقم 10 المكان المفضل لدى الطالبات أفراد العينة المبحوثة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن 68.8% من الطالبات يفضلن تصفحها في المنزل بحيث لا يجدون الوقت الكافي لها في الجامعة أو في الأماكن العامة، وكذلك توفر شبكة التواصل الاجتماعي باعتبار أن أغلب المنازل مزودة بشبكة الانترنت، كما سجلنا نسبة 31.2% من الطالبات يتصفحن المواقع في الإقامة الجامعية هذا لأن الطالبات مقيمات فيها ولا بد من اللجوء لهذه المواقع من أجل الدراسة إضافة إلى كونها متنفس لهن من مختلف الضغوطات.

وعليه نستنتج أن أغلب الطالبات يفضلن استخدام وتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل بفعل سرعة تدفق الانترنت في المنازل.

الجدول رقم(11): يوضح مدى متابعة الطالبات أفراد العينة المبحوثة للمواضيع الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي

الخيار	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	77	96.3%
لا	3	3.7%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



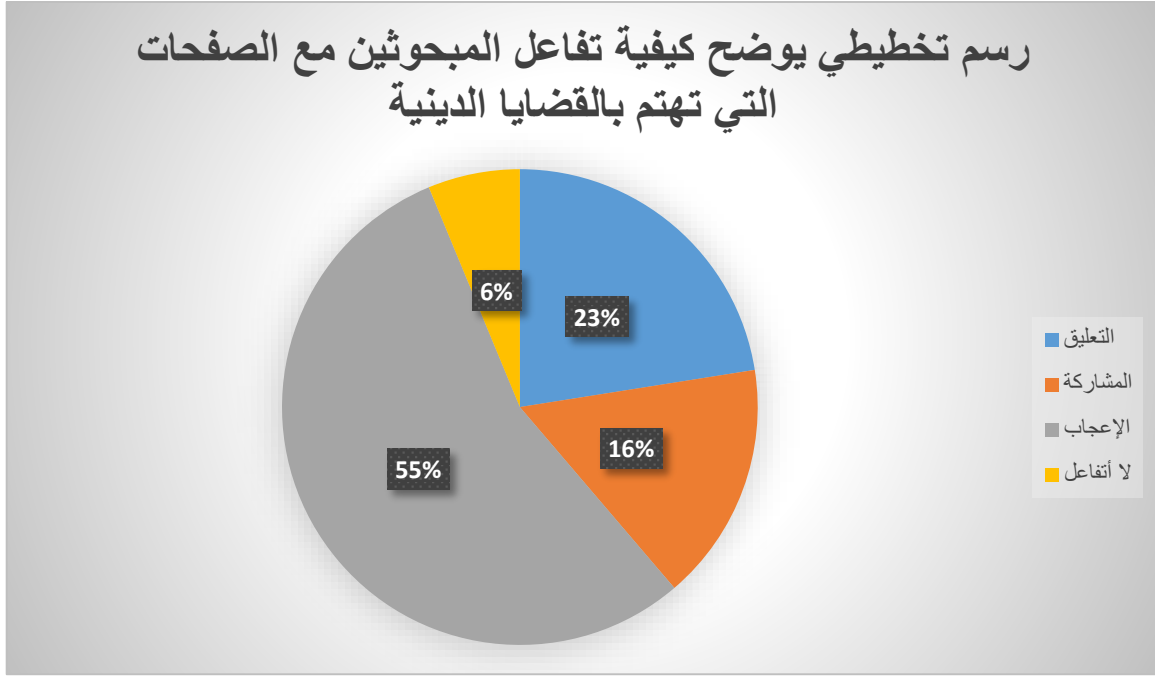
الشكل رقم (11): يوضح مدى متابعة أفراد العينة للمواضيع الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول أعلاه نتائج فيما إذا كانت الطالبات الجامعيات يتابعن المواضيع الدينية أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ لاحظنا أن 96.3% أجابوا بنعم وهو شيء طبيعي جداً لأي شخص يكون على اطلاع بأمور دينه خاصة بعض المناسبات الدينية كالحج والعمرة وغيرها وكذلك متابعة بعض الصفحات ذات المحتوى الديني والمؤثرين عبر هذه المواقع، بحيث أصبحت هذه الأخيرة مصدراً مهماً للمعلومات خاصة الصفحات الرسمية المعترف بها، في حين نجد نسبة 3.7% لا يتابعون المواضيع الدينية لأنهم لا يتقنون فيما يتم نشره على هذه المواقع ويلجئون إلى الحصول على المعلومات بأساليب وطرق أخرى.

الجدول رقم (12): يوضح كيفية تفاعل المبحوثين مع الصفحات التي تهتم بالقضايا الدينية

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
22.5%	18	التعليق
16.3%	13	المشاركة
55%	44	الإعجاب
6.3%	5	لا أتفاعل
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (12): يوضح كيفية تفاعل المبحوثين مع الصفحات التي تهتم بالقضايا الدينية

يوضح الجدول أعلاه كيفية تفاعل الطالبات مع الصفحات التي تهتم بالقضايا الدينية حيث نلتمس من خلال النتائج أن 55% منهم يتفاعلون من خلال خدمة الإعجاب وهذا من أجل رؤية المزيد من المعلومات والقضايا الدينية، كما نجد 22.5% منهم يلجئون إلى التعليق من أجل إعطاء الآراء والأفكار وتبادل لاكتساب المعارف أو الاستفسار عن مواضيع غامضة بالنسبة لهم، تليها نسبة 16.3% منهم يفضلون خدمة المشاركة من أجل اطلاع الأصدقاء على المعلومات والقضايا الدينية، كما نجد نسبة 6.3% لا يتفاعلون مع الصفحات التي تهتم بالقضايا الدينية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ربما يمكن تفسيرها بعدم الثقة في المعلومات المتوفرة عبرها، كذلك فئة سلبية أثناء تلقي المعلومات يستفيدون منها ولا يتفاعلون معها.

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن الطالبات يفضلن خدمة الإعجاب والتعليق على الصفحات التي تهتم بالقضايا الدينية بهدف الحصول على مزيد من المعلومات وتبادلها مع الأفراد من حولهن.

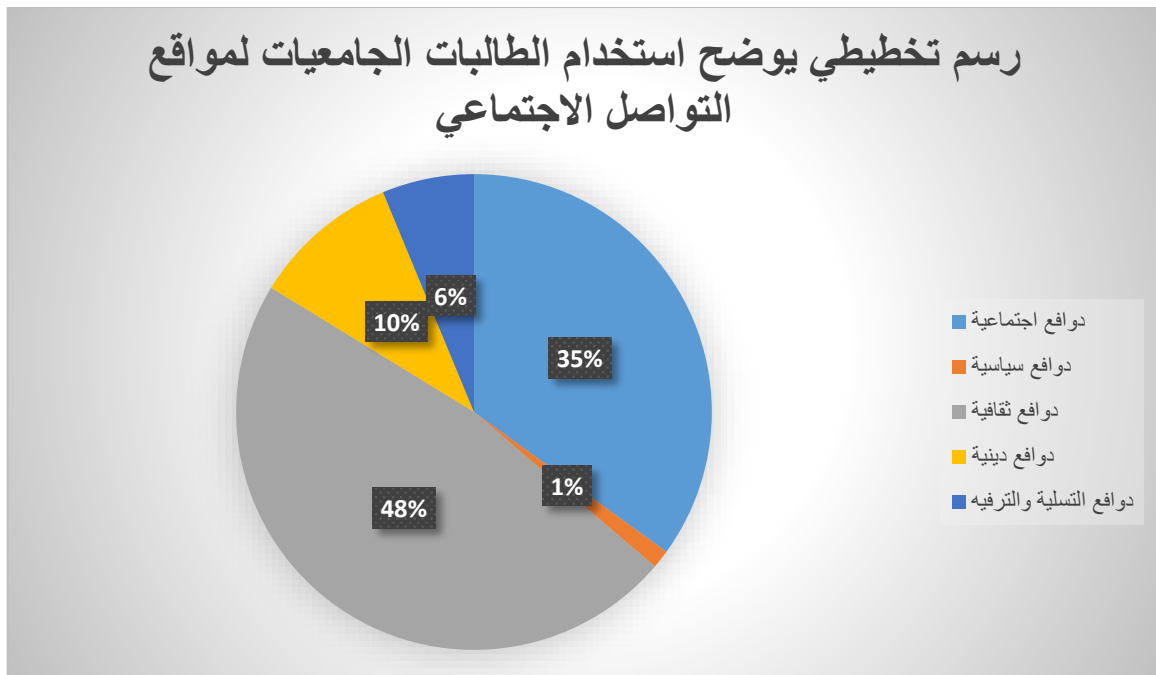


## المحور الثاني: دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (13): يوضح دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
35%	28	دوافع اجتماعية
1.3%	1	دوافع سياسية
47.5%	38	دوافع ثقافية
10%	8	دوافع دينية
6.3%	5	دوافع التسلية والترفيه
0	0	دوافع رياضية
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (13): يوضح استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي، فأى شخص يتصفح مواقع التواصل الاجتماعي له دافع وهدف يسعى له من خلال هذا التصفح ويختلف من شخص لآخر، حيث سجلنا نسبة 47.5% منهم لهم دوافع ثقافية و 35% دوافع اجتماعية و 10% دوافع دينية تليها نسبة

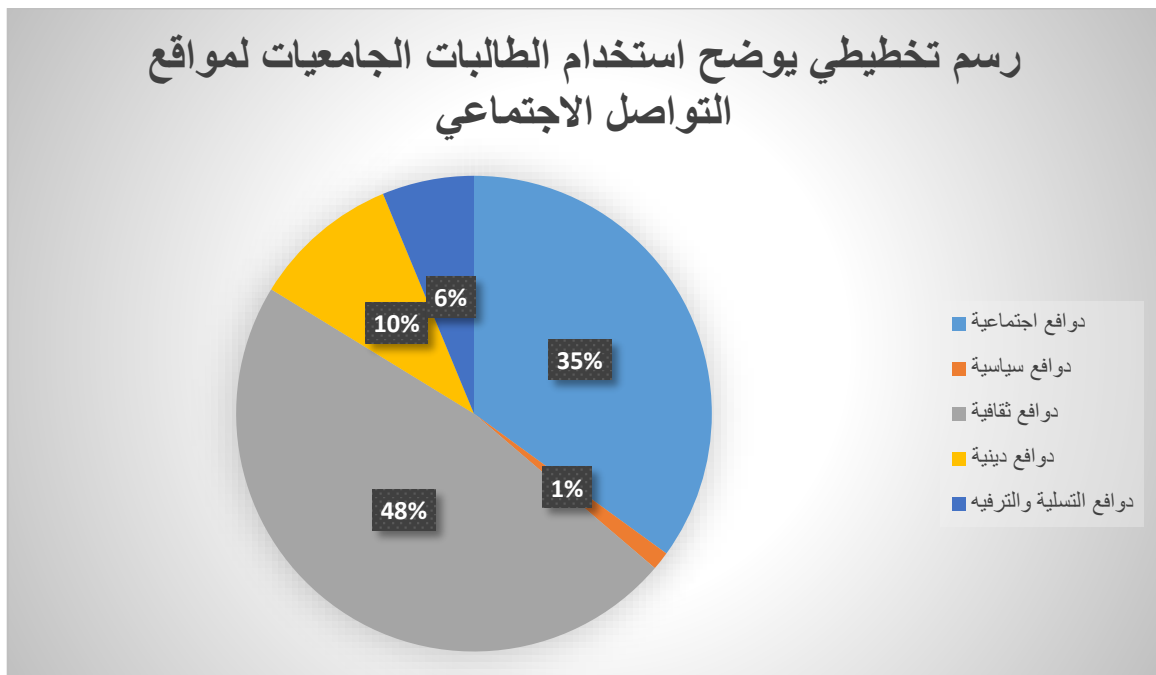
6.3 % دوافع للتسلية والترفيه ونلاحظ عزوف الطالبات عن الدوافع السياسية التي كانت بنسبة جد ضئيلة قدرت ب 1.3% وانعدام الاهتمام بالرياضة.

وعليه نستنتج أن دوافع استخدام الطالبات أفراد العينة المبحوثة لمواقع التواصل الاجتماعي تختلف من طالبة إلى أخرى فهناك دوافع ثقافية واجتماعية ودينية وهذا ما نلمسه من خلال مدخل نظرية الاستخدامات والاشباع التي تقوم على إشباع الرغبات والحاجات والدوافع لدى الفرد والتي تختلف من شخص لآخر.

الجدول رقم(14): يوضح الهدف من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
40%	32	الاطلاع على الأحداث الجارية
6.3%	5	نقل الأخبار والمعلومات
35%	28	التسلية والترفيه
11.3%	9	التوعية وزيادة المعارف
2.5%	2	الهروب من المشاكل
5%	4	التواصل مع الأهل والأقارب
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



## الشكل رقم (14): يوضح استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

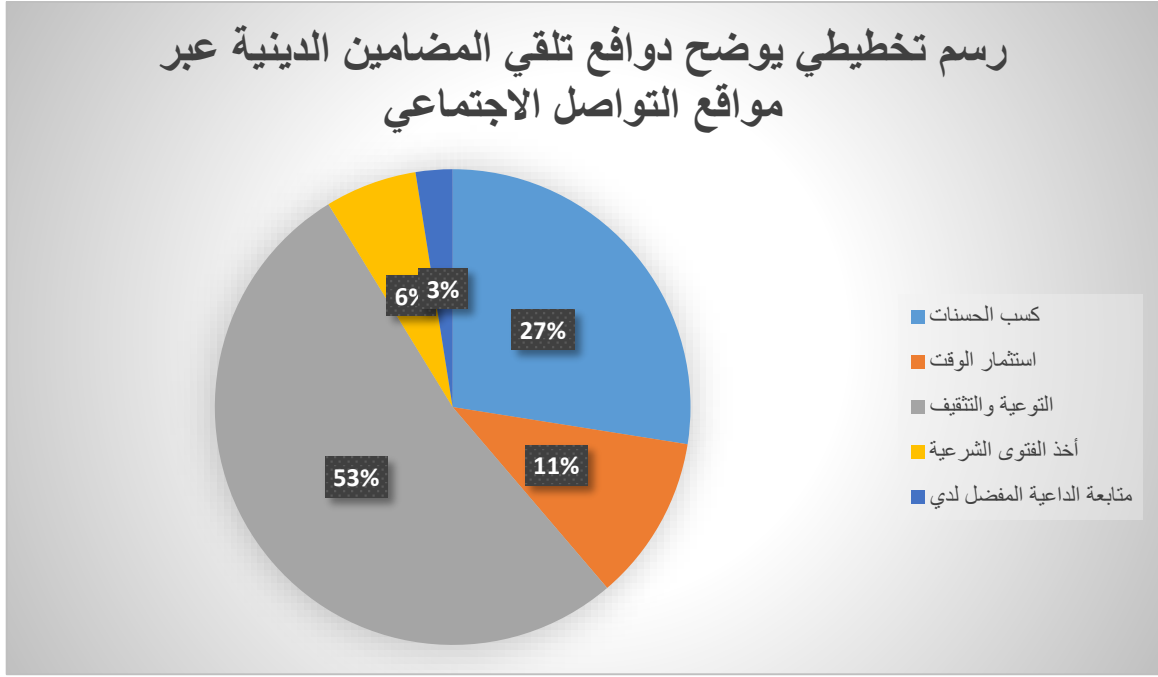
يوضح الجدول أهم الأهداف من تصفح شبكات التواصل الاجتماعي لدى طالبات العينة المبحوثة، حيث يتضح لنا ميول الطالبات الاطلاع على الأحداث الجارية بنسبة 40% على اعتبار أن هذه المواقع تحتوي على كم هائل من المعلومات والأحداث، تليها 35% منهم يطمحون للتسلية والترفيه، فالطالبات يلجأن لهذه المواقع كمنتفس من ضغوط الدراسة وغيرها من الانشغالات كمشاهدة البرامج التي قد تستهوين، تليها التوعية وزيادة المعارف بنسبة 11.3% فنتيجة للتصفح المستمر للمواقع يستقي الفرد المزيد من المعلومات والمعارف ويطورها بغية الاستفادة منها، بعدها نقل الأخبار والمعلومات بنسبة قليلة نوعا ما بلغت 6.3% و 5% منهم من أجل التواصل مع الأهل والأقارب في حين أن 2.5% منهم يستخدمونها بغية الهروب من المشاكل.

نستنتج أن تصفح أفراد العينة المبحوثة لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل تحقيق عدة أهداف تختلف باختلاف حاجاتهم.

## الجدول رقم(15): يوضح دوافع تلقي المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الخيار	التكرار	النسبة المئوية %
كسب الحسنات	22	27.5%
استثمار الوقت	9	11.3%
التوعية والتثقيف	42	52.5%
أخذ الفتوى الشرعية	5	6.3%
متابعة الداعية المفضل لدي	2	2.5%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (15): يوضح دوافع تلقي المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

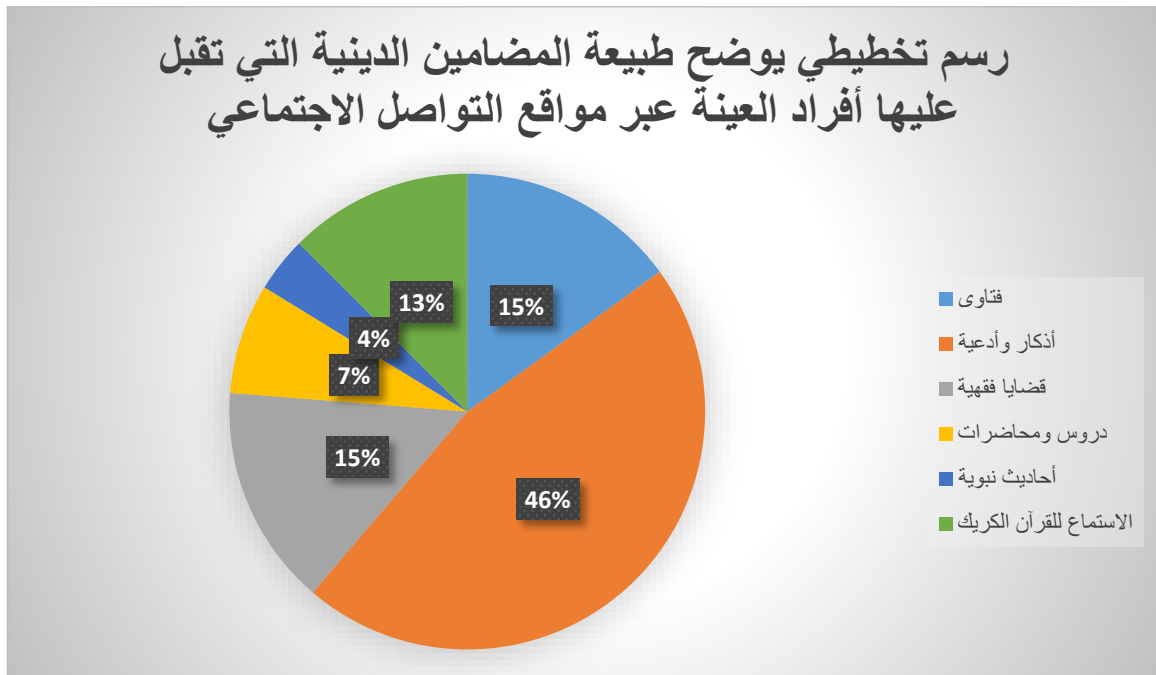
يوضح الجدول أعلاه دوافع تلقي المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطالبات فبعضهن يتصفح هذه المواقع من أجل التوعية والتنقيف بنسبة 52.5% والبعض الآخر من أجل كسب الحسنات بنسبة بلغت 27.5% و11.3% من أجل استثمار الوقت، تليها 6.3% من أجل أخذ الفتاوى الشرعية أو متابعة الداعية المفضل لديهن بنسبة 2.5%، وعليه يمكن القول إن دوافع تلقي المضامين الدينية تختلف باختلاف حاجاتهن ورغباتهن وما تفضله كل طالبة من أفراد العينة المبحوثة.

المحور الثالث: المواضيع الدينية التي تقبل عليها الطالبات الجامعيات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم(16): يوضح طبيعة المضامين الدينية التي تقبل أفراد العينة عليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الخيار	التكرار	النسبة المئوية %
فتاوى	12	15%
أذكار وأدعية	37	46.3%
قضايا فقهية	12	15%
دروس ومحاضرات	6	7.5%
أحاديث نبوية	3	3.8%
الاستماع للقرآن الكريم	10	12.5%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



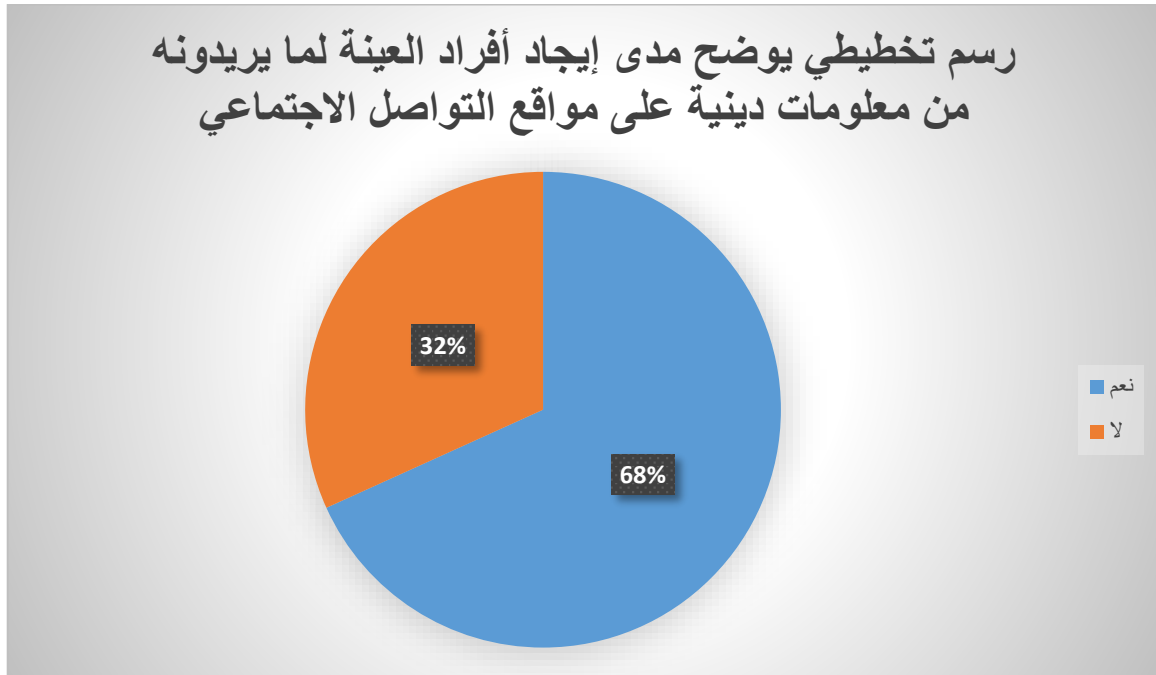
الشكل رقم (16): يوضح طبيعة المضامين الدينية التي تقبل عليها أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يمثل الجدول 16 طبيعة المضامين الدينية التي تقبل عليها طالبات العينة المبحوثة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فأغلبهن يفضلن الاطلاع على الأذكار والأدعية بنسبة فاقت 46.3% والحصول على الفتاوى بنسبة 15% وسماع القرآن الكريم بنسبة 12.5%، وغيرها من المضامين كالمحاضرات والدروس الدينية بنسبة 7.5%، والأحاديث النبوية بنسبة 3.8%

الجدول رقم (17): يوضح مدى إيجاد أفراد العينة لما يريدونه من معلومات دينية على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
66.3%	53	نعم
33.7%	27	لا
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (17): يوضح مدى إيجاد أفراد العينة لما يريدونه من معلومات دينية على مواقع التواصل الاجتماعي

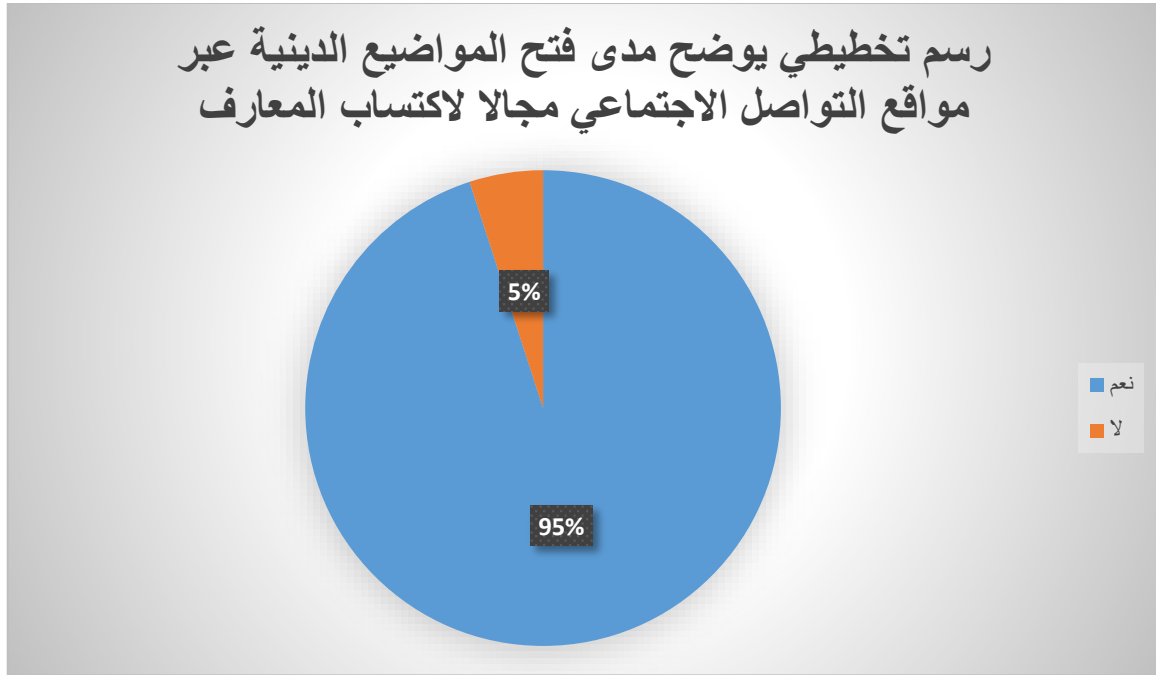
يبين الجدول أعلاه من خلال نتائج توزيع استمارة الاستبيان على أفراد العينة المبحوثة مدى إيجاد الطالبات لما يردنه من معلومات دينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد أن 66.3% منهن أجبن بنعم وهذا لما توفره الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومقاطع فيديو دينية تشبع رغباتهن

من فتاوى وتنقيف ديني في حين 33.7% منهم من أجبن ب لا، هذه الفئة لها مصادر معلومات أخرى غير مواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع لعدم ثقتهن بما تبثه وتنتشره هذه المواقع.

**الجدول 18: يوضح هل فتحت المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجالاً لاكتساب المعارف الدينية**

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
95%	76	نعم
5%	4	لا
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



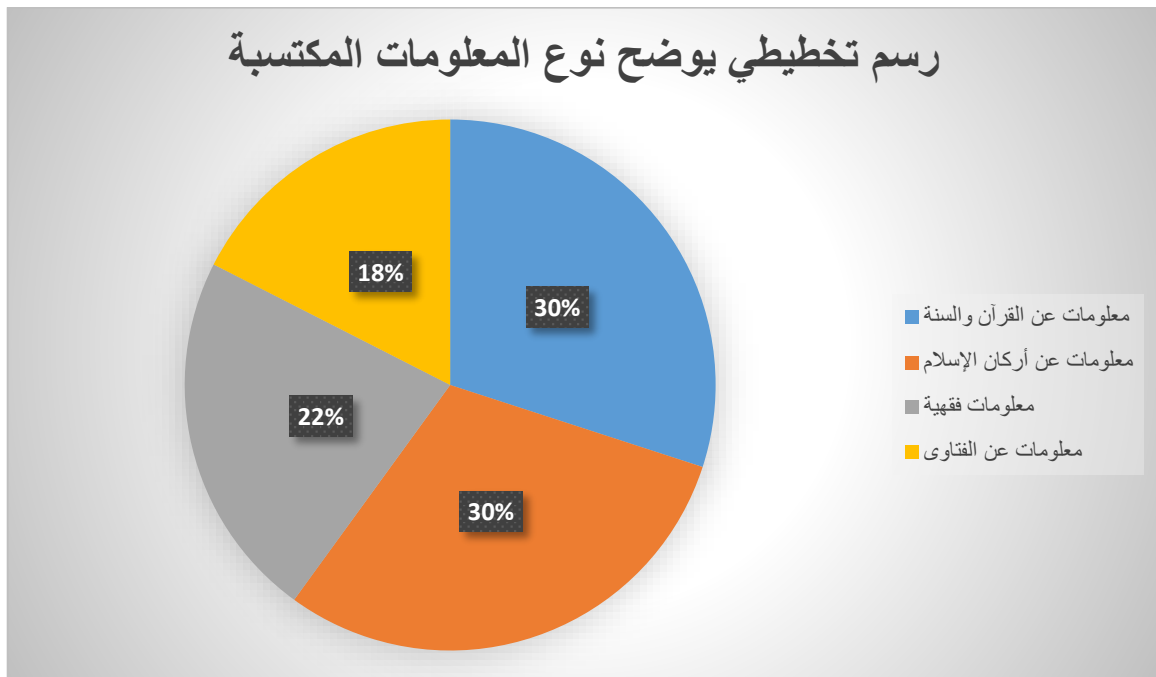
**الشكل رقم (18): يوضح مدى فتح المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجالاً لاكتساب المعارف**

يوضح الجدول 18 مدى فتح المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجالاً لاكتساب المعارف الدينية لدى الطالبات من خلال توزيع استمارة الاستبيان على أفراد العينة المبحوثة ب 95% على اعتبار أنهن تمكن من الاستفادة منها في المجال الديني، في حين أجاب 5% منهن ب لا، وعليه فمواقع التواصل الاجتماعي تمكن من جعل المواضيع الدينية كمجال لاكتساب المعارف.

الجدول رقم(19): يوضح نوع المعلومات المكتسبة

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
30%	24	معلومات عن القرآن والسنة
30%	24	معلومات عن أركان الإسلام
22.5%	18	معلومات فقهية
17.5%	14	معلومات عن الفتاوى
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج spss



الشكل رقم (19): يوضح نوع المعلومات المكتسبة

يبين الجدول (19) مجموع المعارف الدينية المكتسبة من خلال إجابة العينة المبحوثة بنعم، فنتيجة تصفحهن لمواقع التواصل الاجتماعي يمكننا ملاحظة مجموعة من المعطيات والمعلومات التي استقن منها، إذ سجلنا تساوي نتيجة المعلومات عن القرآن والسنة وأركان الإسلام والتي قدرت ب 30% لكل منهما، تليها المعلومات الفقهية ب 22.5% و 17.5% منها حول الفتاوى.

وعليه يمكن القول أن أغلبية أفراد العينة تمكن من اكتساب المعارف الدينية من خلال تصفحهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

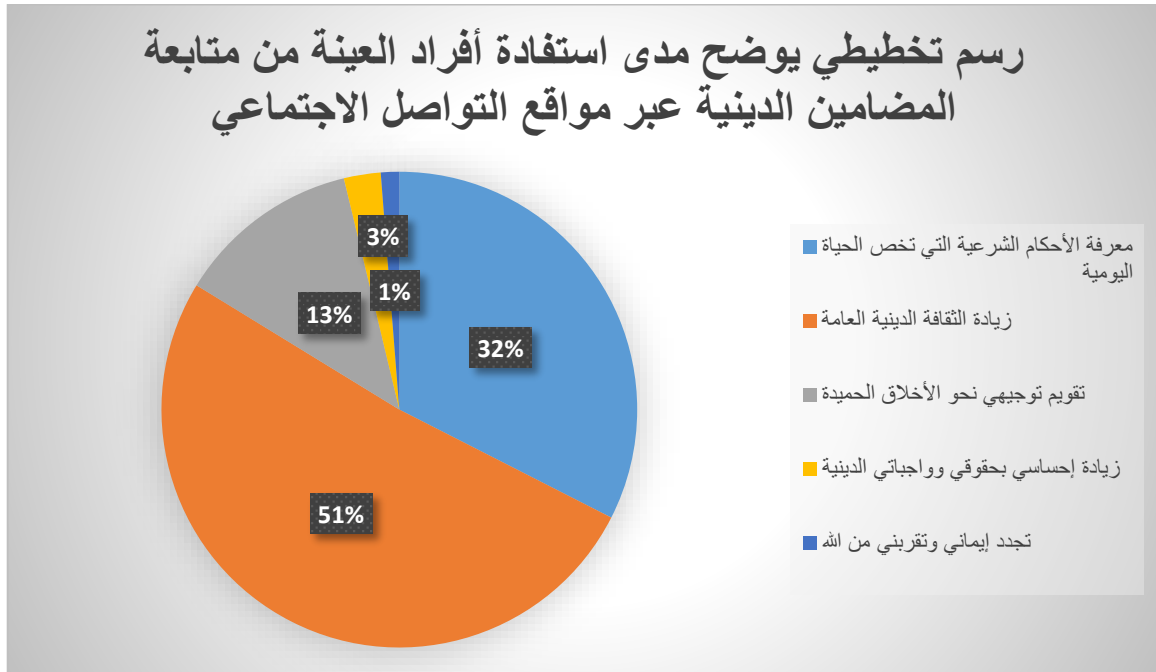


المحور الرابع: الإشباع المحققة من استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (20): يوضح مدى استفادة أفراد العينة من متابعة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
32.5%	26	معرفة الأحكام الشرعية تخص الحياة اليومية
51.2%	41	زيادة الثقافة الدينية العامة
12.5%	10	تقويم توجهي نحو الأخلاق الحميدة
2.5%	2	زيادة إحساسي بحقوق وواجباتي الدينية
1.3%	1	تجدد إيماني وتقربني من الله
00	00	تعلمني كيف تعامل مع الآخرين وفق تعاليم الدين
00	00	تكوين آراء اتجاه القضايا الدينية المطروحة
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (20): يوضح مدى استفادة أفراد العينة من متابعة المضامين الدينية عبر مواقع

التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول رقم 19 مدى استفادة الطالبات الجامعيات من المضامين الدينية المتاحة في مواقع التواصل الاجتماعي، إذ سجلنا 51.2% من أفراد العينة المبحوثة زادت من ثقافتهن الدينية العامة إذ تنمي وتزيد من حجم المعلومات التي يمتلكنها، تليها نسبة 32.5% في معرفة الأحكام الشرعية التي تخص الحياة اليومية لديهن، ونلاحظ نسبة قليلة نوعا ما قدرت بـ 12.5% من الطالبات أفراد العينة المبحوثة قد استفدن منها في التوجه نحو الأخلاق الحميدة و 2.5% في زيادة الإحساس بالحقوق والواجبات الدينية، و 1.3% في تجديد الإيمان والتقرب من الله لدى الطالبات، وانعدمت نهائيا في تعليم كيفية التعامل مع الآخرين وفق تعاليم الدين وكذلك تكوين الآراء واتجاه القضايا الدينية المطروحة في هذه المواقع.

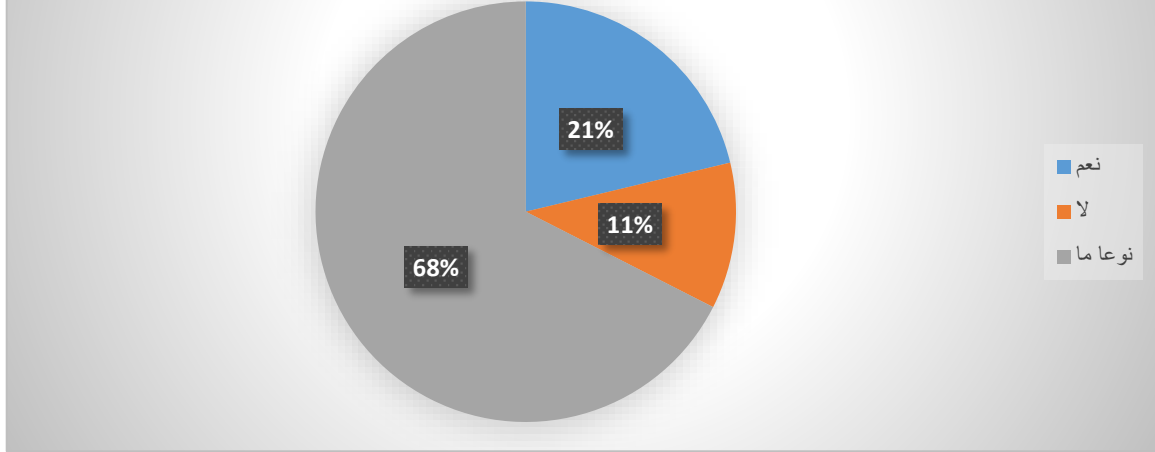
وعليه يمكن القول إن الطالبات الجامعيات يخترن المضامين الدينية المناسبة التي تشبع حاجاتهن ورغباتهن.

الجدول رقم (21): يوضح مدى تعويض مواقع التواصل الاجتماعي مؤسسات ومصادر المعرفة الدينية في تزويد أفراد العينة بالمعلومات الدينية

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
21.3%	17	نعم
11.3%	9	لا
67.5%	54	نوعا ما
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS

رسم تخطيطي يوضح مدى تعويض مواقع التواصل الاجتماعي لمؤسسات ومصادر المعرفة الدينية في تزويد أفراد العينة بالمعلومات الدينية



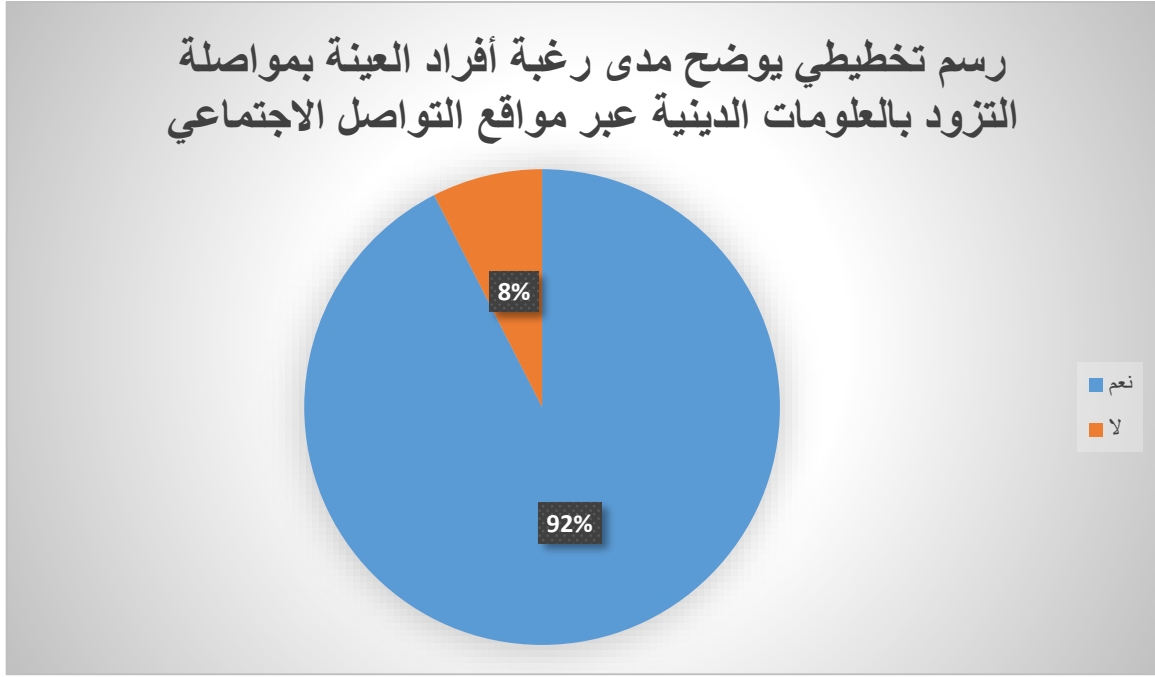
الشكل رقم (21): يوضح مدى تعويض مواقع التواصل الاجتماعي لمؤسسات ومصادر المعرفة الدينية في تزويد أفراد العينة بالمعلومات الدينية

يوضح الجدول رقم 20 معطيات في ما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي أن تعوض مؤسسات ومصادر المعرفة الدينية في تزويد أفراد العينة بالمعلومات الدينية، حيث نلاحظ أن 67.5% منهم كانت إجابتهم ب نوعا ما أي إمكانية أن تعوض هذه المواقع المؤسسات الدينية، كما أجاب 21.3% منهم بنعم أي أن هذه الفئة من المبحوثين عوضتهم مواقع التواصل الاجتماعي عن باقي المؤسسات المتخصصة بالمعلومات الدينية اللازمة، في حين كانت نسبة 11.3% كانت إجابتهم ب لا وعليه يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي تعويض المؤسسات الدينية في تزويد الطالبات أفراد العينة المبحوثة في هذه الدراسة بالمعلومات الدينية.

الجدول رقم(22): يوضح مدى رغبة أفراد العينة بمواصلة التزود بالمعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
92.5%	74	نعم
7.5%	6	لا
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (22): يوضح مدى رغبة أفراد العينة بمواصلة التزود بالمعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول رقم 21 رغبة الطالبات بمواصلة التزود بالمعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أجاب أغلبيتهن بنعم وكانت نسبة مرتفعة بلغت 92.5% في حين كانت نسبة قليلة جدا من المبحوثات لا يريدن مواصلة التزود بالمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي والتوجه إلى مصادر أخرى حيث كانت نسبتهم لا تزيد عن 7.5%.

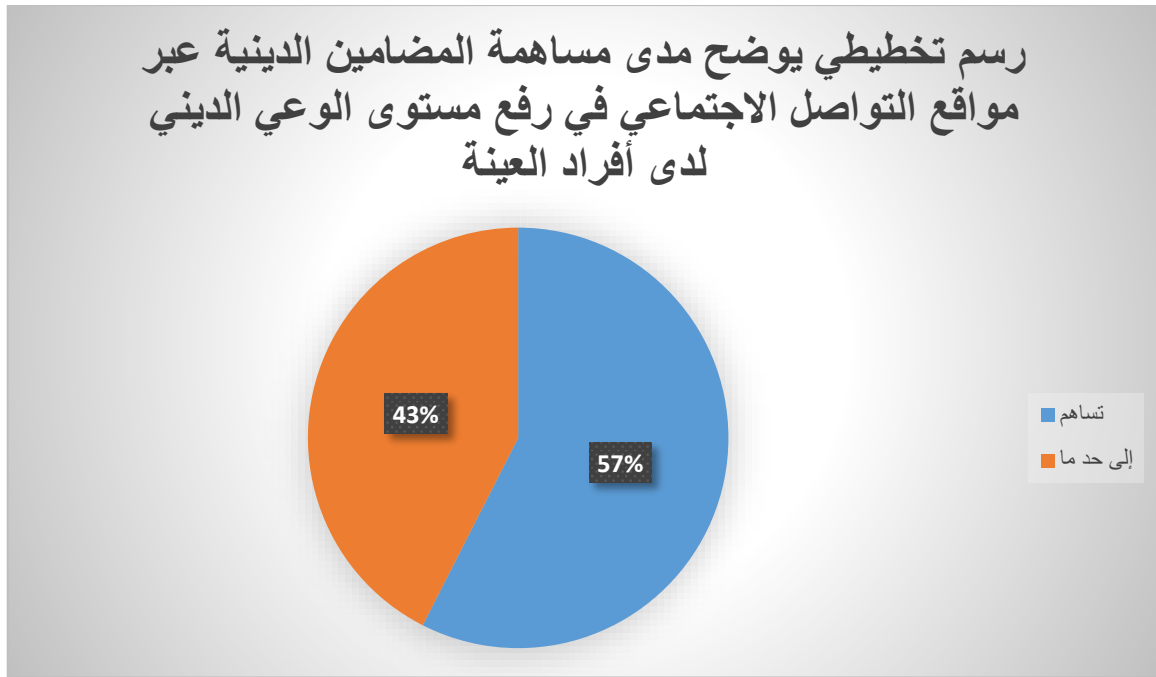
ومنه نستنتج أن العينة المبحوثة بفضل استفادتها من مواقع التواصل الاجتماعي في شتى المجالات خاصة المجال الديني وتمكنت من الحصول على المعلومات التي تريدها في هذا المجال.

## المحور الخامس: إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني

جدول رقم (23): يوضح مساهمة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي الديني لدى أفراد العينة

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
81.3%	46	تساهم
18.7%	34	إلى حد ما
00	00	لا تساهم
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (23): يوضح مدى مساهمة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي الديني لدى أفراد العينة

يبين لنا الجدول رقم 22 مساهمة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي الديني لدى أفراد العينة، حيث كانت نسبة 81.3% أي أنها زادت في مستوى الوعي الديني لديهم بفضل المضامين التي تنتشرها عبر الصفحات التي يتابعونها سواء من المختصين في المجال الديني والأساتذة وكذلك المؤثرين عبر هذه لمواقع وتأثر الطالبات بهم كونها انتشرت بكثرة في الآونة الأخيرة، كما أجاب 18.7% من أفراد العينة أنها ترفع من مستوى الوعي الديني لديهم نوعاً ما، ولاحظنا انعدام الخيار

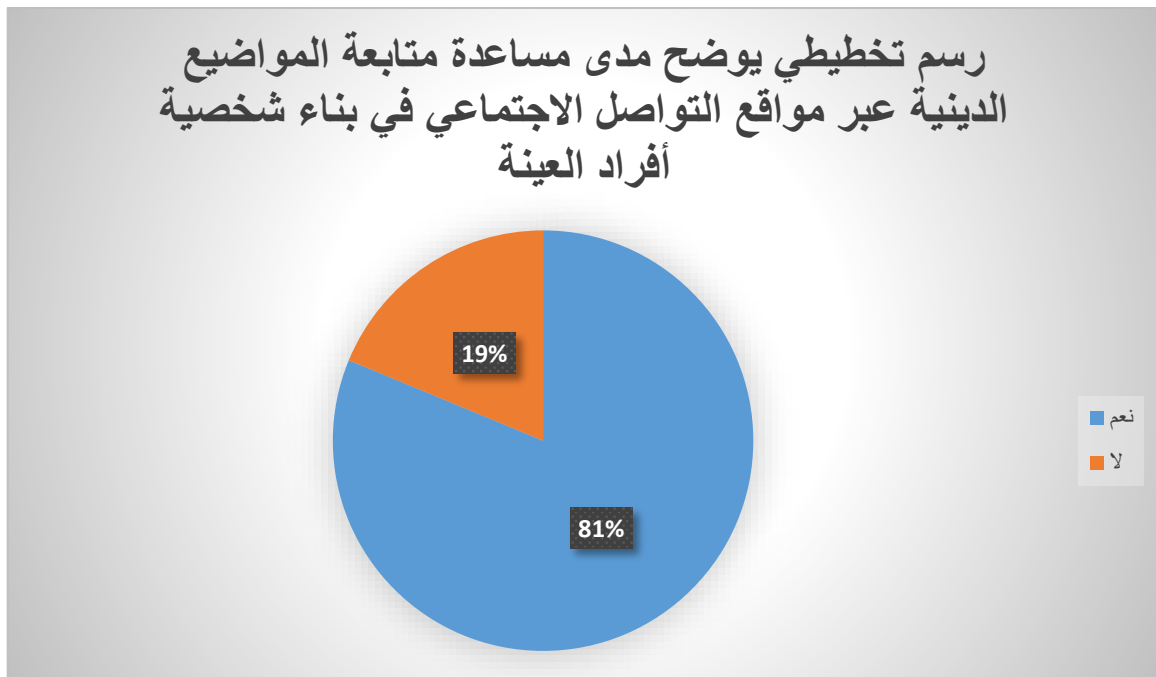
الأخير أي أنها لا توجد ولا مفردة واحدة من مفردات عينة الدراسة لم تتمكن مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي الديني ولو بنسبة ضئيلة.

ويمكن القول من خلال نتائج الجدول الإحصائي أن مواقع التواصل الاجتماعي تمكنت من رفع مستوى الوعي الديني لدى طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير.

الجدول رقم (24): يوضح مساعدة متابعة المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في بناء شخصية أفراد العينة

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
81.3%	65	نعم
18.2%	15	لا
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (24): يوضح مدى مساعدة متابعة المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في بناء شخصية أفراد العينة

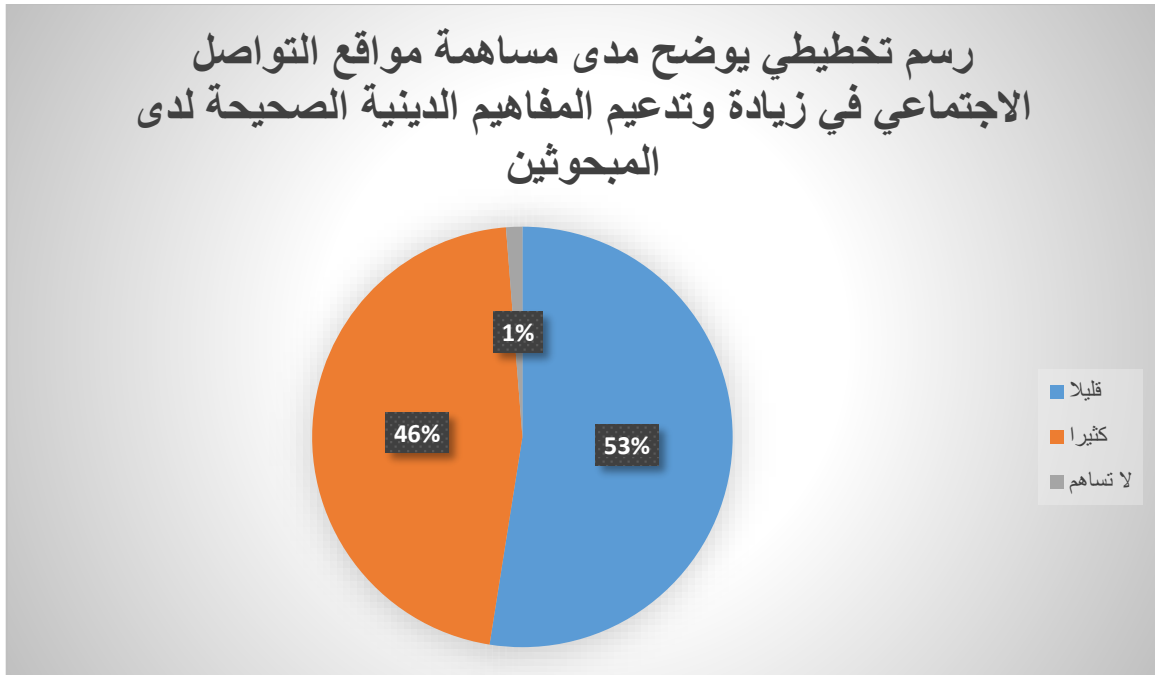
تطرفت نتائج الجدول رقم 23 في ما إذا كانت المواضيع الدينية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في بناء الشخصية لدى أفراد العينة، ومن خلال النتائج نلاحظ نسبة 81.3% منهم أي أنها تساهم بشكل كبير في بناء شخصيتهم الحالية في المجال الديني مثال ذلك اتخاذ بعض الشخصيات

والمؤثرين ذات المحتوى الديني كقدوة لهم والتأثر بالمحاضرات المنشورة عبر حساباتهم الشخصية، في حين أجاب 18.2% منهم بلا ويمكن اعتبارها نسبة ضئيلة بالمقارنة مع نسبة النسبة الأولى.

الجدول رقم (25): يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وتدعيم المفاهيم الدينية الصحيحة لدى المبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
52.5%	42	قليلًا
46.3%	37	كثيرًا
1.2%	1	لا تساهم
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



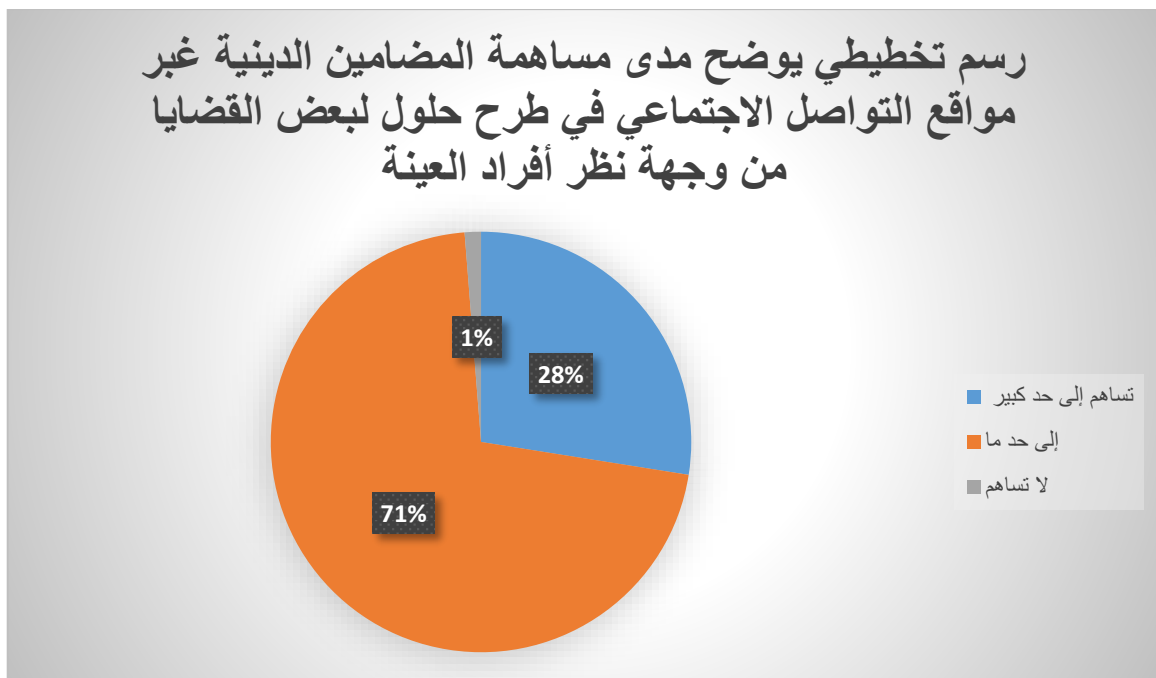
الشكل رقم (25): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وتدعيم المفاهيم الدينية الصحيحة لدى المبحوثين

يوضح الجدول 24 مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وتدعيم المفاهيم الدينية الصحيحة، حيث أجاب 52.5% منهم ب قليلًا و 46.3% بكثيرًا أي أنها تمكنت من تدعيم المفاهيم الدينية لدى أفراد العينة و 1.2% كنسبة ضئيلة جدًا كإجابة من المبحوثين بلا تساهم في تدعيم المفاهيم الدينية لهم.

الجدول رقم (26): يوضح مساهمة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في طرح حلول لبعض القضايا من وجهة نظر أفراد العينة

النسبة المئوية %	التكرار	الخيار
27.5%	22	تساهم إلى حد كبير
71.3%	57	إلى حد ما
1.2%	1	لا تساهم
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم (26): يوضح مدى مساهمة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في طرح حلول لبعض القضايا من وجهة نظر أفراد العينة

توضح نتائج الجدول المرفق أعلاه ما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في طرح حلول لبعض القضايا الدينية، حيث كانت إجابات الباحثين بنسبة 71.3% من الطالبات ب نوعا ما و 27.5% أجابوا بأنها تساهم إلى حد كبير، و 1.2% كانت إجابتهن بلا أي أنها لا تساهم في حل القضايا الدينية وهي نسبة ضئيلة جدا.

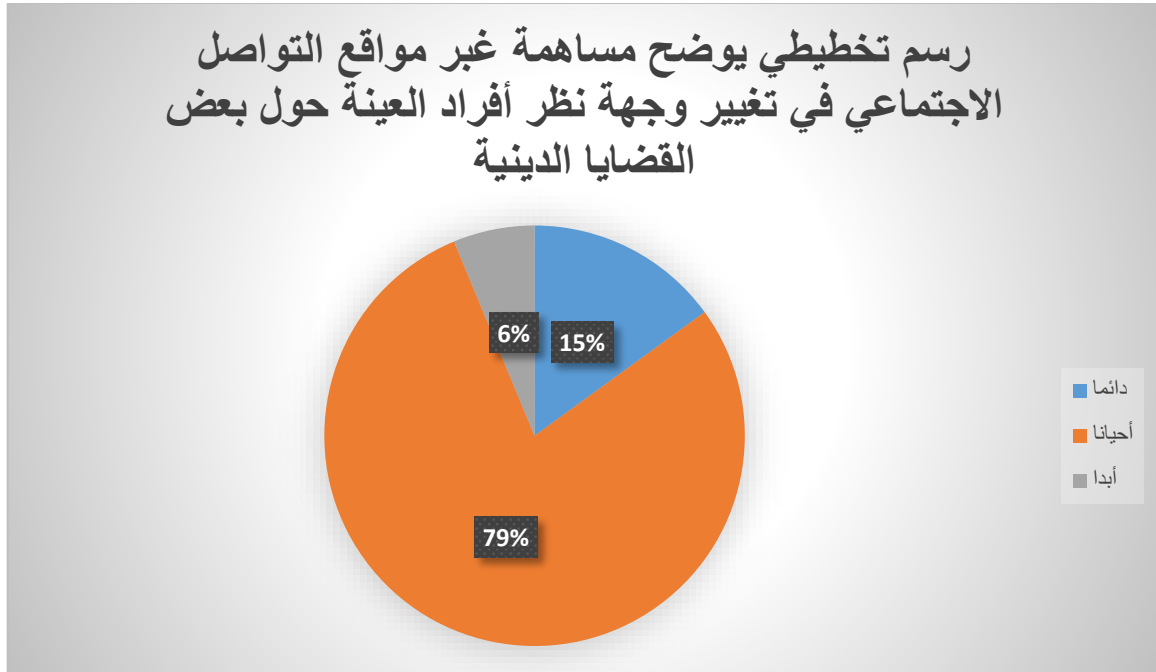


وعليه بفضل المعلومات المتوفرة حول مختلف القضايا الدينية دائما ما نجد مواقف لأئمة ودعاة يخوضون ويشرحون تلك القضايا من الناحية الدينية وبالتالي فهي تساهم في طرح حلول لهذه القضايا وفك نزاعاتها.

الجدول رقم (27): يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظر أفراد العينة حول بعض القضايا الدينية

الخيار	التكرار	النسبة المئوية %
دائما	12	15%
أحيانا	63	78.8%
أبدا	5	6.2%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



الشكل رقم(27): يوضح مساهمة غير مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظر أفراد العينة حول بعض القضايا الدينية

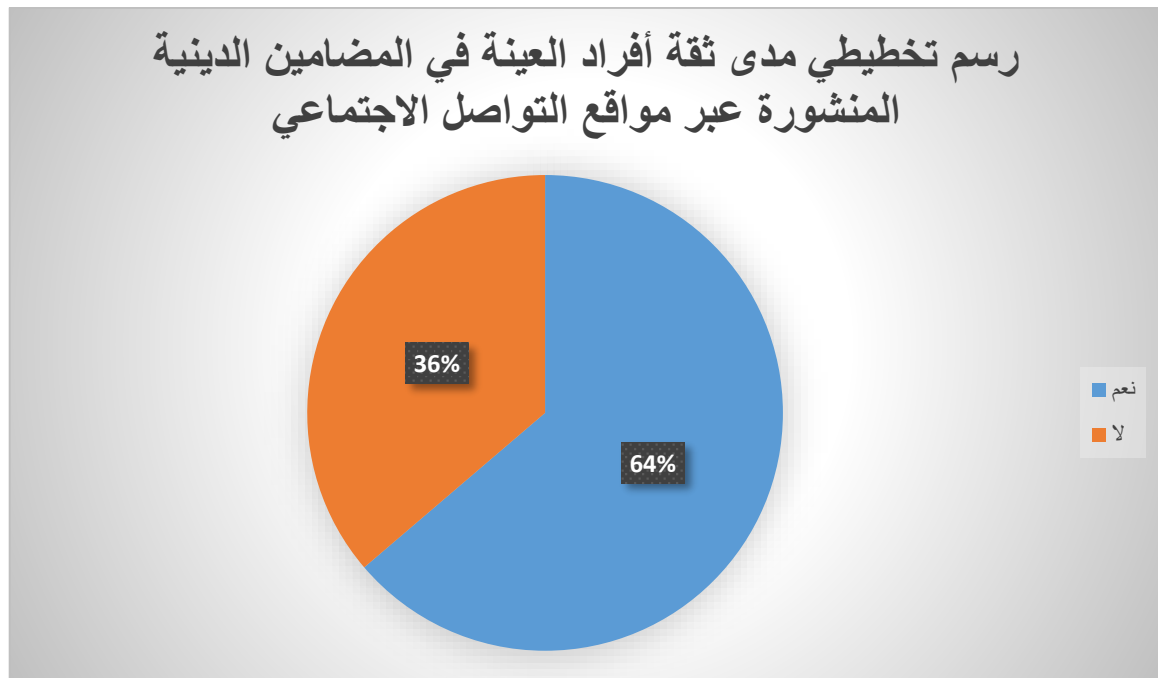
يوضح الجدول رقم 26 مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظر العينة المبحوثة حول بعض القضايا الدينية، إذ سجلنا 78.8% منهم أجابوا بأحيانا أي ساعدهم الغوص في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي الدينية في معرفة حقائق بعض القضايا التي كانت مبهمه بالنسبة لهم أو كان لهم

تصور خاطئ نحوها وبالتالي تغيير وجهة نظرهم وتجديد أفكارهم، في حين أجاب 15% من الطالبات ب دائماً و 6.2% ب أبداً، ومنه فمواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تغيير وجهة نظر الطالبات حول بعض القضايا الدينية.

جدول رقم (28): يوضح مدى ثقة أفراد العينة في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الخيار	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	51	63.7%
لا	29	36.3%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج SPSS



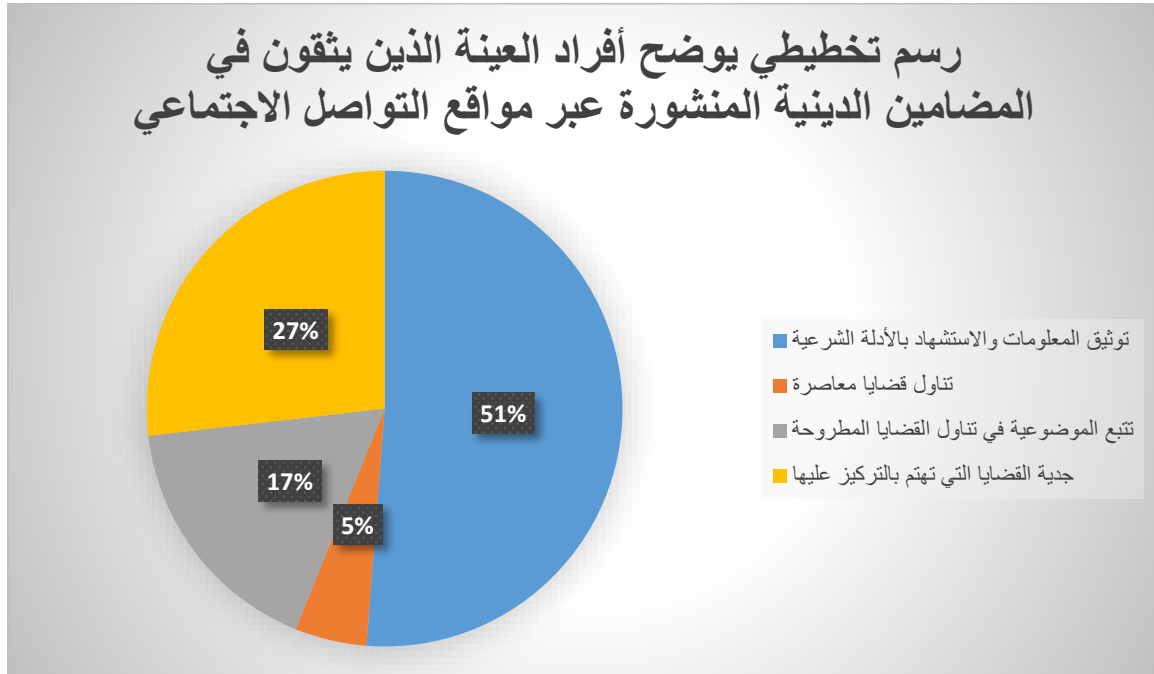
الشكل رقم (28): مدى ثقة أفراد العينة في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

توضح نتائج الجدول رقم 27 مدى ثقة العينة المبحوثة في المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن 63.7% منهم يتقنون في تلك المضامين ويتخذونها مرجع دينيا خاصة متابعتهم للدعاة ودروسهم ومحاضراتهم الدينية، كذلك استطاعت هذه المواقع تزويدهم بالمعلومات حول القضايا الدينية وتغيير وجهات نظرهم حيالها، كما نجد 36.3% منهم لا يتقنون في تلك المضامين.

الجدول رقم (29): يوضح أفراد العينة الذين يثقون في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية%	التكرار	الخيار
41.1%	21	توثيق المعلومات والاستشهاد بالأدلة الشرعية
3.9%	2	تناول قضايا معاصرة
13.7%	7	تتبع الموضوعية في تناول القضايا المطروحة
21.5%	11	جدية القضايا التي تهتم بالتركيز عليها
100%	51	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج spss



الشكل رقم (29): يوضح أفراد العينة الذين يثقون في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع

التواصل الاجتماعي

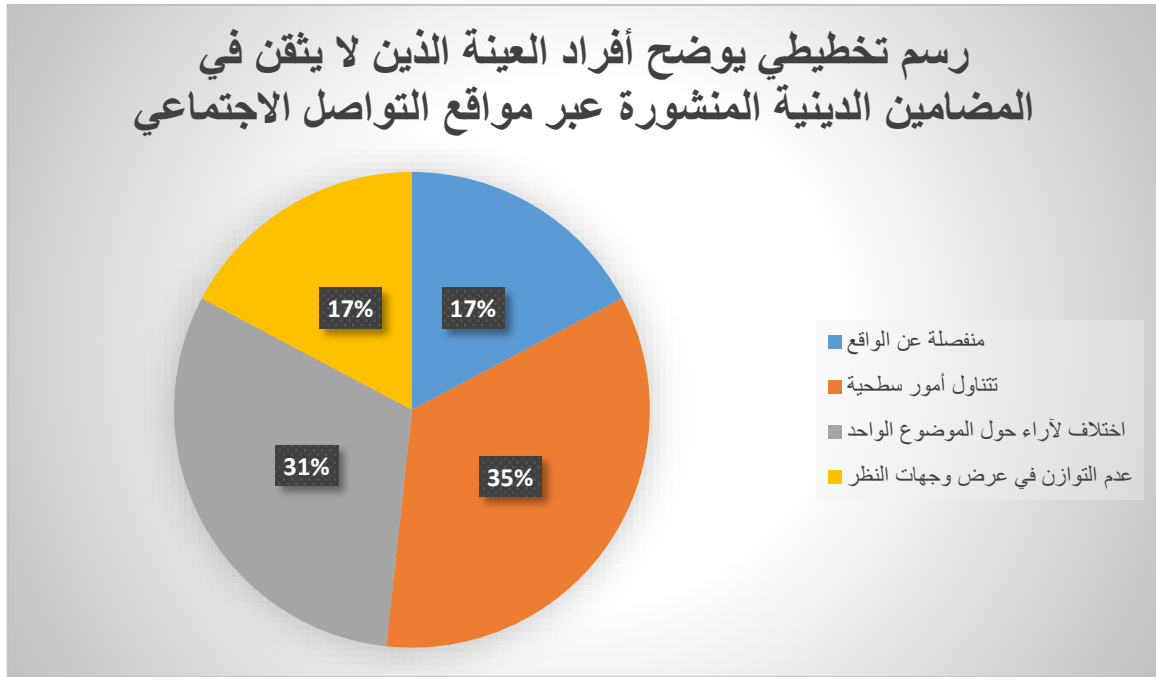
عرفنا من خلال الجدول السابق أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة يثقون في المضامين التي تبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي أي الذين أجابوا بنعم، إذ نلاحظ أن نسبة كبيرة من هؤلاء يلجأون لها لتوثيق المعلومات والاستشهاد بالأدلة الشرعية بنسبة 41.1% كذلك نجدهم يتصفحونها للبحث والتقصي حول جدية القضايا التي تهتم بالتركيز عليها بنسبة 21.5%، وتتبع الموضوعية في تناول القضايا المطروحة بنسبة 13.7%، وتتناول القضايا المعاصرة بنسبة 3.9%.

وبالتالي نستنتج أن نسبة كبيرة من العينة المبحوثة يثقن بالمضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (30): يوضح أفراد العينة الذين لا يثقن في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الخيار	التكرار	النسبة المئوية%
منفصلة عن الواقع	5	17.2%
تتناول أمور سطحية	10	34.4%
اختلاف الآراء حول الموضوع واحد	9	31.1%
عدم التوازن في عرض وجهات النظر	5	17.2%
تدعو إلى الطائفية	0	0%
المجموع	29	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج spss



الشكل رقم (30): يوضح أفراد العينة الذين لا يثقن في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

توضح نتائج الجدول آراء المبحوثين الذين أجابوا ب لا، حيث يرى أغلبيتهم أن هذه المواقع تتناول أمور سطحية بنسبة 34.4%، تليها نسبة اختلاف الآراء حول الموضوع الواحد بنسبة 31.1% وبالتالي

يصعب على الشخص الاقتناع بها، كذلك عدم التوازن في تناول وعرض وجهات النظر وأحيانا نتناول الموضوعات الدينية أمور منفصلة عن الواقع حيث بلغت نسبتها 17.2%.

يمكن القول أن الذين أجبنا ب لا لهن آراء ووجهات نظر خاصة بهن تجعلهن لا يتقن في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

### اختبار الفرضيات:

### اختبار الفرضية الأولى

موضوع الفرضية كما يلي:

H1: تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات الدينية

H0 : لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات الدينية

### الجدول: نتائج اختبار T\_ test لاختبار الفرضية الأولى

الفرضية	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	القيمة الاحتمالية (sig-t)	الوسط الحسابي	القرار
H1	-3.509	2.639	0,000	2.5125	نرفض H1
DF=N-1=79 درجة المعنوية: 0.05					

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS

قمنا باستخدام سلم لكارتر المتدرج من 5 نقاط، حيث الدرجة 5 تعني موافق بشدة والدرجة 1 تعني غير موافق بشدة.

من أجل تحديد طول فئات مقياس ليكارت الخماسي، ثم حساب المدى بالفرق بين أكبر وأصغر قيمة بين البيانات المعنية لدرجات مقياس ليكارت، وتم تقسيمه على عدد درجات المقياس للحصول في الأخير على طول الفئة الصحيحة أي (0.80=5/4)، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي 1 وذلك لتحديد الحد الأعلى للخلية الأولى أو فئة المتوسط الحسابي (1.8=1+0.80)، وهكذا يصبح طول الفئة كما هو موضح في الجدول.

### الجدول 01: يمثل التوزيع لمقياس لكارتر

الفئة	1.8-1	2.6-1.8	3.4-2.6	4.2-3.4	5-4.2
الدرجة	1	2	3	4	5
درجة الموافقة	منخفضة جدا	منخفضة	متوسطة	مرتفعة	مرتفعة جدا

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة  $t$  المحسوبة تساوي  $-3.509$  وهي أقل من  $t$  الجدولية والتي تساوي  $2.639$ ، وايضا القيمة الاحتمالية تساوي  $0,000$  وهي أقل من  $0,05$ ، كما ان المتوسط الحسابي يساوي  $2.5125$  أي أنه ينتمي للمجال  $(1.8-2.6)$  أي درجة الموافقة منخفضة، ومنه فإننا:

نرفض الفرضية  $H1$  ونقبل الفرضية  $H0$ ، أي لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات الدينية.

### اختبار الفرضية الثانية:

موضوع الفرضية كما يلي:

$H1$ : تستخدم الطالبات الجامعيات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف في أوقات محددة  
 $H0$ : لا تستخدم الطالبات الجامعيات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف في أوقات محددة

### الجدول: نتائج اختبار $T\_test$ لاختبار الفرضية الاولى

الفرضية	قيمة $t$ المحسوبة	قيمة $t$ الجدولية	القيمة الاحتمالية (sig-t)	الوسط الحسابي	القرار
$H1$	$-11.980$	$2.639$	$0,000$	$2.1625$	نرفض $H1$
DF=N-1=79 درجة المعنوية: $0.05$					

### المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة  $t$  المحسوبة تساوي  $-11.980$  وهي أقل من  $t$  الجدولية والتي تساوي  $2.639$ ، وايضا القيمة الاحتمالية تساوي  $0,000$  وهي أقل من  $0,05$ ، كما ان المتوسط الحسابي يساوي  $2.1625$  أي أنه ينتمي للمجال  $(1.8-2.6)$  حسب مقياس ديكرارت الخماسي أي درجة الموافقة منخفضة، ومنه فإننا:

نرفض الفرضية  $H1$  ونقبل الفرضية  $H0$ ، أي لا تستخدم الطالبات الجامعيات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف في أوقات محددة.

### اختبار الفرضية الثالثة:

موضوع الفرضية كما يلي:

$H1$ : تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات  
 $H0$ : لا تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات

الجدول: نتائج اختبار T\_ test لاختبار الفرضية الاولى

الفرضية	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	القيمة الاحتمالية (sig-t)	الوسط الحسابي	القرار
H1	5.643	2.639	0,000	3.4875	نقبل H1
DF=N-1=79 درجة المعنوية: 0.05					

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 5.643 وهي أكبر من t الجدولية والتي تساوي 2.639، وايضا القيمة الاحتمالية تساوي 0,000 وهي أقل من 0,05، كما ان المتوسط الحسابي يساوي 3.4875 أي أنه ينتمي للمجال (3.4-4.2) حسب مقياس ديكرت الخماسي أي درجة الموافقة مرتفعة، ومنه فإننا: نقبل الفرضية H1 أي تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات.

#### اختبار الفرضية الرابعة

موضوع الفرضية كما يلي:

H1: يعتبر الترفيه والتنظيف من أهم دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي  
H0 : لا يعتبر الترفيه والتنظيف من أهم دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول: نتائج اختبار T\_ test لاختبار الفرضية الاولى

الفرضية	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	القيمة الاحتمالية (sig-t)	الوسط الحسابي	القرار
H1	3.509	2.639	0,000	3.5125	نقبل H1
DF=N-1=79 درجة المعنوية: 0.05					

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 3.509 وهي أكبر من t الجدولية والتي تساوي 2.639، وايضا القيمة الاحتمالية تساوي 0,000 وهي أقل من 0,05. كما ان المتوسط الحسابي يساوي 3.5125 أي أنه ينتمي للمجال (3.4-4.2) حسب مقياس ديكرت الخماسي أي درجة الموافقة مرتفعة، ومنه فإننا:

نقبل الفرضية H1 أي يعتبر الترفيه والتثقيف من أهم دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي.

### النتائج العامة للدراسة

#### نتائج البيانات العامة:

- بينت نتائج الدراسة أغلب أفراد العينة الذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي تقل أعمارهم عن 22 سنة بنسبة 45%.

- بينت النتائج أن أغلبية أفراد العينة عازبات بنسبة 92.5%.

- كشفت نتائج الدراسة أن 55% من المبحوثات ذو مستوى تعليمي ليسانس يليهم مستوى ماستر بنسبة 45%.

- أوضحت نتائج الدراسة أن طالبات كل العلوم الإنسانية والاجتماعية وكلية العلوم التجارية وعلوم التسيير كانت بنسبة متساوية قدرت ب 31.3% تليها كلية الآداب واللغات بنسبة 26.3%.

- أظهرت نتائج الدراسة تنوع في تخصص المبحوثات، إذ نجد تخصص علم اجتماع والتسويق السياحي بنسبة متساوية قدرت ب 27.5% يليها تخصص أدب حديث بنسبة 22.5%.

#### نتائج المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

- بينت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثات يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأزيد من 3 سنوات بنسبة 85%.

- كشفت النتائج المتحصل عليها أن الفايسبوك يحتل المرتبة الأولى في الاستخدام على عكس مواقع التواصل الأخرى بنسبة 57.5% يليها الانستغرام بنسبة 31.1%.

- تعد الفترة الليلية هي الفترة المفضلة للمبحوثات لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي حيث قدرت نسبتها ب 42.5%.

- أظهرت الدراسة أن أكثر من نصف العينة يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى 3 ساعات بنسبة 58.8%.



-بينت نتائج أن 68.8% من المبحوثات يفضلن تصفح يفضلن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل.

-أوضحت النتائج أن أغلبية أفراد العينة يتابعن المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 96.3%.

-تتفاعل أغلب المبحوثات مع القضايا الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال خاصية الإعجاب بنسبة 55% تليها خاصية التعليق بنسبة 22.5%.

### النتائج المتعلقة بالمحور الثاني: دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

- أثبتت نتائج الدراسة أن دوافع المبحوثات من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي دوافع ثقافية والتي كانت بنسبة 47.5%.

- يتضح لنا من خلال نتائج الدراسة ميول الطالبات إلى الاطلاع على الأحداث الجارية بنسبة 40% تليها التسلية والترفيه بنسبة 35%.

- أوضحت الدراسة أن التوعية والتنقيف هما الدافع الأساسي لتلقي الطالبات للمضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 52,5% يليها دافع كسب الحسنات بنسبة 27,5%.

### النتائج المتعلقة بالمحور الثالث: المواضيع الدينية التي تقبل عليها الطالبات الجامعيات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

-بينت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يفضلن الاطلاع على الأذكار والأدعية بنسبة 46.3%.

-أوضحت النتائج أن معظم أفراد العينة يجدون ما يريدونه من معلومات دينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 66,3%.

-أثبتت أغلبية المبحوثات أن المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فتحت لهن المجال لاكتساب المعارف الدينية بنسبة 95%.

-بينت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يكتسبون معلومات عن القرآن والسنة وأركان الإسلام بنسبة متساوية بلغت 30% تليها المعلومات الفقهية ب 22.5% والفتاوى بنسبة 17.5%.

### النتائج المتعلقة بالمحور الرابع: الاشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالبات الجامعيات:

-كشفت الدراسة أن أكثر من نصف العينة يتابعن المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل زيادة الثقافة الدينية العامة بنسبة 51,2% تليها معرفة الأحكام الشرعية التي تخص الحياة اليومية بنسبة 32,5%.

-أوضحت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي عوضت بشكل نسبي مؤسسات ومصادر المعرفة الدينية بنسبة 67,5%.

-بينت الدراسة 92,5% من أفراد العينة يؤكدون الرغبة في مواصلة التزود بالمعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

### النتائج المتعلقة بالمحور الخامس: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات:

-أكد أغلب أفراد العينة أن المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في رفع مستوى الوعي الديني بنسبة 81.3%.

-أوضحت النتائج أن أغلبية المبحوثات ساعدتهن متابعة المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في بناء شخصيتهن بنسبة 81,3%.

-أكدت المبحوثات أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل قليل في تدعيم المفاهيم الدينية لديهن بنسبة 52,5%.

-بينت نتائج الدراسة أن المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم إلى حد ما في طرح حلول لبعض القضايا بنسبة 71,3%.

- أوضحت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا ما تساهم في تغيير وجهة نظر المبحوثات حول بعض القضايا الدينية بنسبة 78,8%.

-أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن 63,7% من أفراد العينة يثقون في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من المبحوثات يلجأن إلى المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتوثيق المعلومات والاستشهاد بالأدلة الشرعية بنسبة 41.1%.

-بينت الدراسة أن 34.4% يرون أن المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتناول أمور سطحية يليها اختلاف الآراء حول الموضوع الواحد بنسبة 31.1%.

### مناقشة نتائج الدراسة في ضوء المقاربة النظرية:

#### نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يأخذ منظور الاستخدامات والإشباعات وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام ويبحث عن كيفية استخدام الناس لهذه الوسائل والإشباعات التي يحققونها من استخدامها لها، حيث تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتتحصر رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام.

كما أن استخدامهم لوسائل الإعلام لتحقيق أهداف ودوافع باعتبار أن الجمهور حسب هذه النظرية هو من يفعل ما يريده بوسائل الإعلام وليس العكس، وقد اتفقت هذه النظرية مع دراستنا في:

- أن الطالبات الجامعيات يفضلن استخدام موقع فيسبوك.
- أن الطالبات المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي لأزيد من 3سنوات.
- يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية من ساعة إلى 3ساعات.
- يسعون إلى تحقيق أهداف من تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل زيادة الثقافة الدينية العامة.
- ساعدتهن المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في بناء شخصيتهن وكذلك رفع المستوى الديني لهن.

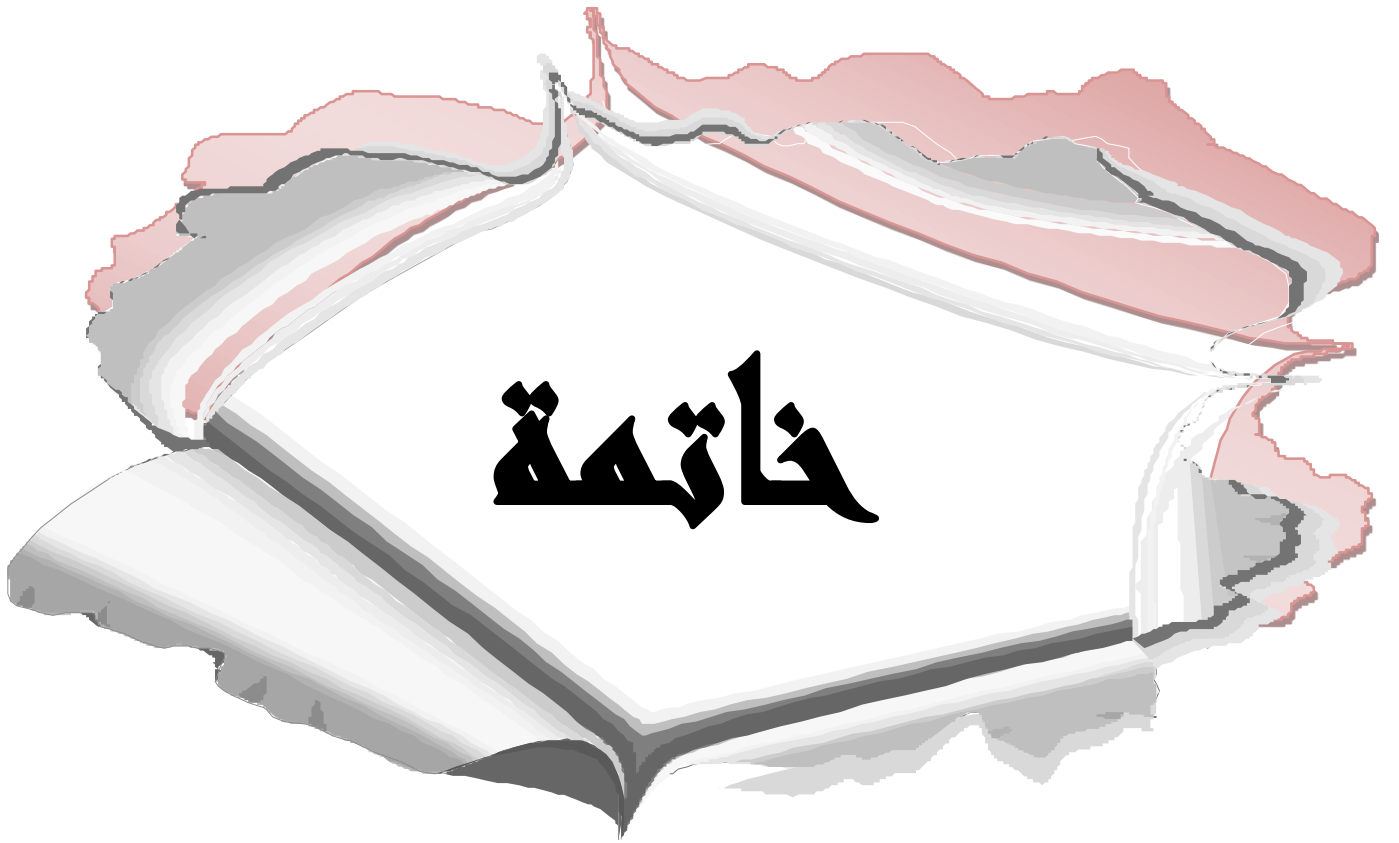
## التوصيات والاقتراحات:

استنادا إلى النتائج التي توصلنا إليها من خلال الدراسة التطبيقية وبناء على الفرضيات التي بنينا عليها دراستنا الميدانية وبعد تحليل الاستبيان ارتأينا أن نقدم بعض الاقتراحات والتوصيات التي من الممكن أن تكون إضافة ذات فائدة بالنسبة للبحث العلمي بصفة عامة أو بالنسبة للباحثين فيما يخص دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني، وتتمثل الاقتراحات في:

- ضرورة إجراء دراسات مشابهة لهذه الدراسة على مختلف شرائح المجتمع، وبيان الآثار السلبية والإيجابية لمتابعة المضامين الدينية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف وسائلها.
- استغلال منصات التواصل الاجتماعي بشكل صحيح وإيجابي خاصة في ظل انتشار ظواهر سلبية في المجتمع وظهور محتويات ومواضيع تافهة.
- التأكد من المعلومات وتجنب المواضيع ذات الحساسية المفرطة والتي تدفع الأشخاص للتنافر فيما بينهم.
- زيادة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في شتى المجالات خاصة المجال الديني.
- تشجيع الطالبات الجامعيات على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي ومضامينها حول المواضيع الدينية من أجل نشر الوعي الديني.
- إعادة إحياء وبعث الوازع الديني بالنسبة للأفراد والمجتمع ككل من خلال المواضيع التي تطرح على منصات التواصل الاجتماعي.
- ضرورة تضافر جهود مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية لاسيما (الأسرة والمساجد) في الحد من الاستخدام المفرط لهذه المواقع التي قد تؤدي بهم إلى العزلة عن الحياة الاجتماعية ومحاولة إصلاح وتغيير توجه الأفراد نحو ما يساعدهم في حياتهم اليومية.
- إنشاء صفحات ومجموعات دينية تخصص لنشر مسائل وقضايا تدعو إلى تقوية الوازع الديني وغرس القيم الدينية السامية التي أوصى بها القرآن الكريم والسنة النبوية.

**خلاصة الفصل:**

تطرقنا في هذا الفصل إلى تفرغ البيانات في جداول وتصنيفها، ثم قمنا بتحليل وتفسير هذه البيانات والتعليق عليها، وبعد تفسيرنا لمختلف نتائج الجداول توصلنا إلى النتائج العامة للدراسة، ومناقشة النتائج المتوصل إليها على ضوء التساؤلات الفرعية، أي النتائج المتوصل إليها من خلال إجابات المبحوثين، كما تطرقنا إلى الدراسات السابقة والتي تم عرضها في الإطار المنهجي للدراسة وهذا من خلال الكشف عن أوجه التشابه والاختلاف، أي فيما تتفق دراستنا مع الدراسات المشابهة مع العلم أنه تم التعرض إليها في الإطار المنهجي وذلك بذكر أوجه التشابه والاختلاف.



خاتمة

## خاتمة:

لقد سعينا من خلال دراستنا هذه إلى تناول موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات محاولين بذلك إبراز الدور الذي تلعبه هذه المواقع في نشر الوعي الديني للطالبات الجامعيات وتنمية ثقافتهم الدينية.

بعد أن درسنا موضوع بحثنا بكل فصوله وإجراءاته المنهجية توصلنا إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن الدافع الأساسي لتلقي الطالبات الجامعيات للمضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو التوعية والتثقيف، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعوض بامتياز المؤسسات الدينية ومصادر المعلومات غير أن هذه المواقع أحيانا ما تساهم في تغيير وجهة نظر المبحوثات حول بعض القضايا الدينية.

وفي الأخير تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصلة، أي أنها مازالت تحتاج إلى البحث والتعمق أكثر للوصول إلى الحقيقة، باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي من المواضيع الهامة التي تتطلب مزيدا من الدراسة.

# قائمة المراجع





قائمة المصادر والمراجع

1. المعالج والتواميس:

1. بدوي أحمد زكي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1993.
  2. حسن شحات، زينب النجار: معجم المصطلحات التربوية والنفسية، الدار المصرية اللبنانية، د. ط، القاهرة، 2003.
  3. سالمى عبد المجيد وآخرون: معجم مصطلحات علم النفس، دار الكتاب، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1998.
  4. المنجد في اللغة العربية والإعلام، دار المشرق، بيروت، ط1، لبنان، دس.
2. الكتب:
5. أبو جلال إسماعيل سليمان: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، لبنان، 2012.
  6. أل العيسوي عبد الرحمان: جنوح الشباب المعاصر، منشورات الحلبي الحقوقية، د. ط، دس.
  7. أمين رضا أمين: الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
  8. انتصار إبراهيم عبد الرزاق، الساموك صفد حسام: لإعلام الجديد (التطور الإداري الوسيلة والوظيفة)، ط1، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، بغداد، 2011.
  9. باشوية لحسن عبد الله، البرداوي نزار عبد المجيد، لسامرائي عدنان هاشم: البحث العلمي مفاهيم-أساليب-تطبيقات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
  10. برقواوي أحمد: الدولة الوطنية وتحديات العولمة في الوطن العربي، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2004.
  11. بكركران سليمان: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
  12. بن عمر عمر صالح: مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها، ندوة الحج الكبرى، د. ط، الإمارات، دس.
  13. بن عيسى مبروك: مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار الخلدونية، ط1، الجزائر، 2019.
  14. بن نبي مالك: ميلاد مجتمع-شبكة العلاقات الاجتماعية، دار الفكر، ط3، دمشق، 1986.
  15. بوعرجة تيسير: وسائل الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
  16. البياتي ياس خضير: الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2014.

17. جابر نصر الدين، لوكيا الهاشمي: مفاهيم أساسية في علم النفس، دار النشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2006.
18. الجبوري حسين محمود جواد: منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، دار صفاء، ط.1، عمان، 2013.
19. الجلي أحمد محمد أحمد: دراسات في الثقافة الإسلامية (المصادر الخصائص-التحديات)، دار الكتاب الجامعي، ط.2، الإمارات، 2012.
20. الحاج كمال: نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية.
21. الحسن حسان محمد: علم الاجتماع الديني، دار وائل للنشر، ط.1، عمان، د.س.
22. الحسون علاء: تنمية الوعي، دار الغدير، ط.1، إيران، 2003.
23. الحمداني موفق وآخرون، مناهج البحث العلمي الكتاب الأول أساسيات البحث العلمي، مؤسسة الوراق، ط.1، عمان، 2006.
24. خورشيد مراد د: الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور، الخصائص والنظريات)، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
25. الدعياج ابراهيم عبد العزيز: مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
26. زعيمي مراد: مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي مختار، عناية.
27. سعود الطاهر: التخلف والتنمية في فكر مالك بن نبي، مركز دراسات فلسفة الدين، د. ط، دار الهادي، بيروت، 2006.
28. سعيد سعاد جبر: سيكولوجية التفكير والوعي بالذات، دار الكتاب العال، د. ط، عمان، 2008.
29. سليمان جواد علي: الإعلام والمجتمع، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط.1، 2015.
30. سيد سليمان عبد الرحمان: مناهج البحث، دار الكتب، ط.1، 2014.
31. الشاعر عبد الرحمان بن إبراهيم: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.
32. الشريف عبد الله محمد: مناهج البحث العلمي، مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر، ط.1، الإسكندرية.
33. شقرة علي خليل، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
34. صاف لؤي: العقيدة السياسية معالم نظرية عامة للدولة الإسلامي، دار الفكر، د.ط، دار الفكر، دمشق، 2001.
35. العاني حامد شاکر: دليل هداية الأسرة المسلمة، مكتبة الألوكة.
36. عبد الحميد محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة.
37. عبد السلام محمد: دراسات في الثقافة الإسلامية، مكتبة الفلاح، ط.5، 1987.

38. عبد السلام محمد، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة نور، 2020.
39. عبد اللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام، دار الفكر العربي، القاهرة.
40. العريشي بن حسن، الدوسري سلمى بن عبد الرحمان: الشبكات الاجتماعية، 2015.
41. العساف أحمد عارف، الوادي محمود: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارية مفاهيم وأدوات، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
42. عطية محسن علي: البحث العلمي في التربية، مناهجه-أدواته وسائله الإحصائية، دار المناهج، عمان، 2010.
43. العلاق بشير: نظريات الاتصال (مدخل متكامل)، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
44. العندور محمد جلال: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للطباعة والنشر والتوزيع، ط.1، القاهرة.
45. عودة الشمالية ماهر عودة وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط.1، عمان، 2015.
46. الغامدي عبد الله عائض سعد: الوعي الديني عند طلاب المرحلة الابتدائية وعلاقته ببعض متغيرات التنشئة الاجتماعية، بحث مكمّل لنيل درجة الدكتوراه، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، 2017.
47. غسان خالد، المقدادي يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط.1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
48. فاضلي إدريس: الوجيز في المنهجية والبحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط.2، 2010.
49. فضل الله وائل مبارك خضر: أثر الفيسبوك على المجتمع، شمس النهضة، ط.1، السودان، 2010.
50. فهمي نورهان منير حسن: القيم الدينية للشباب من منظور الخوض الاجتماعية، المكتب الجامعي، د.ط، الإسكندرية، 1999.
51. القرضاوي يوسف: الصحة الإسلامية الجود والتطرف، كتاب الأمة، ط.3، قطر، 1402.
52. قطب محمد: واقعا المعاصر، مكتبة رحاب، ط.2، الجزائر، د.س.
53. قنديلجي عامر إبراهيم: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة، عمان، 2015.
54. قنديلجي عامر، السامرائي إيمان: البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية، عمان، 2009.
55. كافي مصطفى يوسف: الإعلام التفاعلي INTERDIRE MEDIA، دار حامد للنشر والتوزيع، ط.1، عمان، 2016.

56. لعللي صالح: مهارات التواصل الاجتماعي (أسس ومفاهيم وقيم)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 148.
57. المحاميد شاكر: علم النفس الاجتماعي، مركز النشر والتوزيع، د. ط، د.ب، 2003.
58. المحمودي محمد سرحان علي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط.3، صنعاء، 2019.
59. المشاقبة بسام عبد الرحمان: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، د.ط، عمان، 2015.
60. المشهداني خالد أحمد فرحان، العبيدي رائد عبد الخالق عبد الله: مناهج البحث العلمي، دار الأيأم، عمان، 2015.
61. مصباح عامر، منهجية البحث في العلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط.2، الجزائر، 2019.
62. مكايي حسن عماد، السيد ليلي حسن: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
63. مكايي حسن عماد، العبد عاطف عدلي: نظريات الإعلام، 2007.
64. الموصللي سامي أحمد: برمجة الوعي، شعار للنشر والتوزيع، د. ط، سوريا، 2008.
65. ميرثي ديراج: التواصل الاجتماعي في عصر تويتر، ط.1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
66. النعيمي محمد عبد العالي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط.1، عمان، 2009.
67. هادي نهر: الكفاءات التواصلية والاتصالية، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- 3-الرسائل الجامعية:**
68. الآلوسي أيسر فائق جهاد الحسني: الأخلاق في الكتاب والسنة، المادة المقررة للمرحلة العربية، الكورس الثاني قسم العقيدة والدعوة والفكر، جامعة الأنبار.
69. بن صادق طيب، القبلاطي أسامة بن يحي: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية نحو مجتمع المعرفة، مركز الدراسات الاستراتيجية، السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، 2012.
70. بوجريو صورية، كروش مليكة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا-دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية -جيجل، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، 2021-2022.

71. بوزيدي ربيعة: الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال بيئي، ط.1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، 2014-2015.
72. بوزيرة سوسن: علاقة مراكز إعادة التربية بالعودة لدى أحدث المنحرفين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2008.
73. حركات سميرة عمار: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الإيجابيات والسلبيات، رسالة دكتوراه، علم الاجتماع، كلية الآداب جامعة سيوط، 4جانفي 2021.
74. سعايدية فوزية: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بالعلامة التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد العربي بن مهيدي، الجزائر، 2015-2016.
75. طويجيني أمينة، ساسي صيرينة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر إعلام واتصال، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص سمعي بصري، أم البواقي، 2015/2016.
76. العاجز فؤاد علي، عطية العمري: القيم وطرق تعلمها تعليمها، دراسة مقدمة إلى مؤتمر كلية التربية والفنون تحت عنوان " القيم والتربية في عالم متغير"، جامعة اليرموك، عمان، 1999.
77. عزوز هند: الصحافة الجزائرية وتنمية الوعي الديني لدى القراء، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2010.
78. اللدعة بسمة، الخزندار ندى: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإعلان، بحث مقدم لنيل شهادة البكالوريوس، 2011.
79. مرتجي عاهد محمود: مدى ممارسة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمهم في محافظة غزة، رسالة ماجستير مقدمة، جامعة الأزهر، كلية التربية إلى قسم أصول التربية، غزة، 2004.
80. موهون فريال وآخرون: دور الانستغرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، 2018-2019.
81. الهيوبي عائشة، مفتاح نهاد: الانحراف عبر مواقع التواصل الاجتماعي -التيك توك نموذجاً، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الجريمة والانحراف، جامعة الجيلالي بونعامة، الجزائر، 2018-2019.

4.المجلات:

82. الحارثي طلال سعد، الشهراني عايض: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على النزاعات الزوجية في الأسرة السعودية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثامن، المجلد 2، 2018.
83. الدروبي أحمد علي: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية، علم اجتماع، العلوم التربوية والإنسانية، جامعة الكويت، ajsj، العدد الأول، 2018.
84. رفاص الوليد: دور الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى الأفراد، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 06، العدد 02، ديسمبر 2022.
85. سالي صلاح عنتر قاسم: فاعلية برنامج إرشادي لتنمية الفكر الناقد والوعي الديني لتحقيق الأمن الفكري لدى الطلاب الموصول بالجامعة، مجلة الإرشاد النفسي، العدد 51، الجزء الثاني، مصر، 2017.
86. السميح فهد يحي: تأثير الإعلام الاجتماعي على الوعي الديني لدى الشباب في المجتمع السعودي، المجلة التربوية لتعليم الكبار، جامعة أسيوط، المجلد الأول، العدد الثالث، 2019.
87. غروبة دليلة: الانترنت (الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصال، عنابة، العدد 15، 2013.
88. محمد فتح الله أبوراس فاطمة، رويدار الفتتي: الوعي الديني وعلاقته بالتوافق النفس الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 22، 2011.
89. النمرات محمود عزات أحمد: دور الإدارة التربوية في تعزيز الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الأساسية، مجلة الإنسانية والطبيعة، المجلد 3، العدد 4، 2022.

5.الدراسات والبحوث

90. الصاعدي سلطان مسفر مبارك: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، المملكة العربية السعودية-المدينة المنورة.
91. مجمع البحوث والدراسات الأكاديمية: الجريمة الالكترونية في المجتمع الخليجي وكيفية مواجهتها، مجلس التعاون لدول الخليج العربية، قابوس لعلوم الشرطة، عمان، 2016.
92. مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي منصات الحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة المؤمن، ط.1، تريش، بيروت، 2016.
93. المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، وسائل التواصل الاجتماعي، دليل علمي للهيئات المعنية بالإدارة الانتخابية، السويد، 2014.



# الملاحق

## الملحق رقم (01): طلب تسهيلات إجراء الدراسة الميدانية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



جيجل في: 05/11/2023

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم الإعلام والاتصال

إلى السيد(ة): مدير الجامعة الجاهلية  
بنت نصر بنشير

### الموضوع: طلب تسهيلات.

بشرفنا أن نقدم إلى سيادتكم طالبين منكم لتقدم ما أمكن من تسهيلات وتعاون للطلبة الآتية أسمائهم، وبهذا قصد إجراء ترضات ميدانية، في إطار إعداد بحوث جامعية في شعبة الإعلام والاتصال:  
(بأساس) تخصص: إعلام ..... (ماستر) تخصص: تصميم بصري .....

### أسماء الطلبة:

- 01- بونكوز شمرزاد .....
- 02- موتقون ميس بنيت .....
- 03- كغوش مريم .....
- 04- .....
- 05- .....

في الأخير نقبلوا منا فائق التقدير والإحترام.

رئيس القسم

**د. جمال صيرينته**  
رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال

إسم وألقب الأستاذ(ة) المشرف(ة): عز الدين بوملنيخ  
إمضاء الأستاذ(ة): .....



الملحق رقم (02): يمثل صورة للإقامة الجامعية بن ناصر بشير



الملحق رقم (03): يمثل صورة لإدارة الإقامة





الملحق رقم (04): يمثل صورة لمرافق الإقامة الجامعية بن ناصر بشير



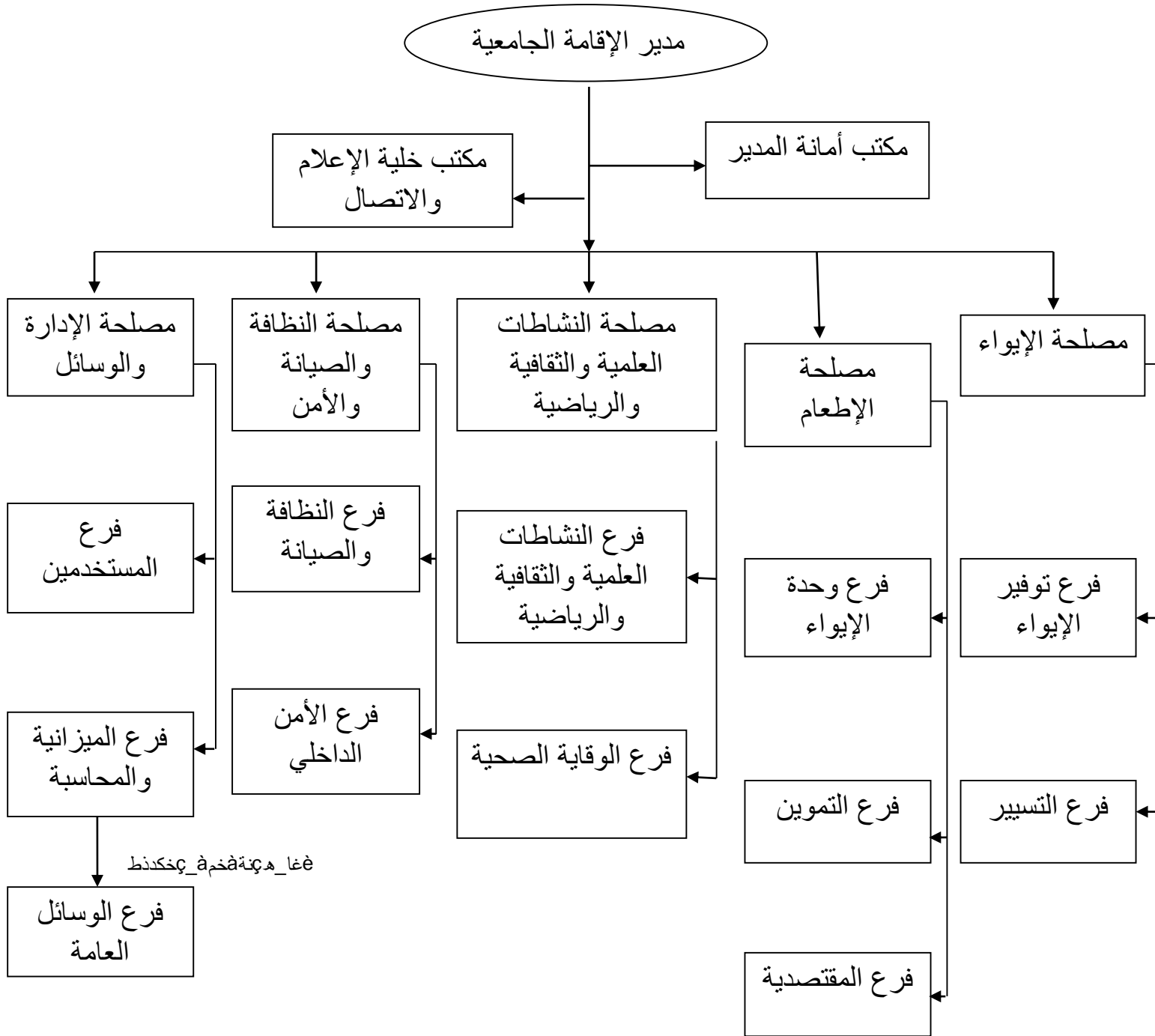
## الملحق رقم (05): يمثل تقديم للإقامة الجامعية بن ناصر بشير

### 1-نبذة عن الإقامة الجامعية بن ناصر بن بشير ابن محمد

الإقامة الجامعية بن ناصر بشير بن محمد هي إقامة أنشأت بمقتضى المرسوم الوزاري المشترك و المؤرخ في 22 ديسمبر 2004 والمتضمن إنشاء مديرية الخدمات الجامعية وتحديد مقرها و الإقامة الجامعية التابعة لها و مشتملاتها، افتتحت أبوابها سنة 2008، تتربع على مساحة قدرها 17527 متر مربع تضم مجمعين B1-B2 للإيواء وهياكل أخرى متعددة على غرار عيادة خاصة بوحدة الطب الوقائي UMP، قاعة للمكتبة تضم عديد العناوين المتنوعة في شتى المجالات، قاعة للإنترنت مجهزة بمختلف العتاد، مطعم داخلي بطاقة استيعاب 450 مقعد بمعدل 6000 وجبة يوميا وفضاءات أخرى للترفيه، تقع بمنطقة تسوست، بلدية الأمير عبد القادر ولاية جيجل.



الملحق رقم(06): الهيكل التنظيمي للإقامة الجامعية بن ناصر بشير



**تقديم مصلحة التربص : (مصلحة النشاطات الثقافية والرياضية والعلمية والوقاية الصحية):**

### **\*فرع مصلحة النشاطات الثقافية والرياضية والعلمية**

يعد هذا الفرع الوسط الملائم لممارسة النشاطات المكملّة للدراسة، إذ تتوفر على عدة مرافق رياضية وثقافية توضع تحت تصرف الطالبات طيلة الموسم الجامعي للاستفادة منها والمساهمة في تفعيل وتطوير النشاط الثقافي والرياضي، والعلمي داخل الإقامة وتمثّل في:

قاعة الانترنت مزودة ب 24 مركز، قاعة اللياقة البدنية مزودة بمختلف الآلات الخاصة، قاعة الرسم، قاعة الخياطة، قاعة الموسيقى مزودة بمختلف الآلات الموسيقية إضافة إلى مختلف النشاطات الرياضية والثقافية الفردية والجماعية.

### **\*فرع وحدة الطب الوقائي:**

تحتوي وحدة الطب الوقائي على مكتب الطبيب وقاعة العلاج مدعمة بأطباء عامون وأخصائية نفسانية ممرضين وسيارة إسعاف في خدمة الطلبة طيلة الموسم الجامعي

### **أهداف مصلحة التربص:**

#### **\*فرع النشاطات الثقافية والرياضية والعلمية ووحدة الطب الوقائي:**

- تنشيط الحياة الطلابية في شقها الاجتماعي للطالب الجامعي داخل الإقامة الجامعية.
- تفعيل والعمل على بعث نخلة الأنشطة الثقافية والعلمية والرياضية داخل الحرم الجامعي لفائدة الطلبة المقيمين من خلال تنظيم مختلف الفعاليات الثقافية والرياضية والعلمية الهادفة.
- خلق فضاءات ومساحات للترفيه والترويح عن النفس واكتشاف وتنمية المواهب لفائدة الطلبة.
- تفعيل العمل الوقائي لمختلف الأمراض والمخاطر التي تهدد حياة وسلامة الأسرة الجامعية داخل الإقامة من طلبة وعمال على حد سواء.
- تقديم فحوصات طبية روتينية يومية للطلبة على مدار السنة الجامعية وفحوصات القبول للإيواء في بداية السنة بالإضافة إلى فحوصات دورية وإسعافات أولية.
- تحويل الحالات الحرجة إلى المؤسسات الاستشفائية للتكفل الصحي بها.

- المراقبة الدورية واليومية لمختلف مرافق الإقامة ومدى احترام شروط النظافة والوقاية الصحية على غرار المطعم، مجمعي الإيواء، النادي، محيط الإقامة ... إلخ.

- تنظيم مختلف الحملات التحسيسية المتعلقة بالأمراض المتقلبة والأمراض المزمنة ومختلف المخاطر الأخرى.

- القيام بعمليات التلقيح المبرمجة وفقه جدول التلقيح.

### الملحق رقم (07): SPSS

#### الفئة العمرية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 22 سنة	36	45,0	45,0	45,0
	من 23 سنة الى 25 سنة	32	40,0	40,0	85,0
	من 25 سنة فما فوق	12	15,0	15,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

#### الحالة الاجتماعية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	عزباء	74	92,5	92,5	92,5
	متزوجة	6	7,5	7,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

### المستوى التعليمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ليسانس	44	55,0	55,0	55,0
	ماستر	36	45,0	45,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

### الكلية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	كلية الاداب واللغات	21	26,3	26,3	26,3
	كلية العلوم الانسانية والاجتماعية	25	31,3	31,3	57,5
	كلية علوم التسيير	25	31,3	31,3	88,8
	كلية الحقوق والعلوم السياسية	9	11,3	11,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

### التخصص

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أدب حديث ومعاصر	18	22,5	22,5	22,5
	علم اجتماع	22	27,5	27,5	50,0
	تسويق سياحي	22	27,5	27,5	77,5
	علوم سياسية	9	11,3	11,3	88,8
	محاسبة وجبالية	9	11,3	11,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	



منذ متى وانت تستخدم حسابك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من سنة	3	3,8	3,8	3,8
	من سنة إلى 3 سنوات	9	11,3	11,3	15,0
	أكثر من ثلاث سنوات	68	85,0	85,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

ما هي أهم التواصل الاجتماعي التي تفضل استخدامها؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	فيسبوك	46	57,5	57,5	57,5
	يوتيوب	8	10,0	10,0	67,5
	انستغرام	25	31,3	31,3	98,8
	تويتر	1	1,3	1,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

ما هي الأوقات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	صباحا	7	8,8	8,8	8,8
	مساء	10	12,5	12,5	21,3
	ليلا	34	42,5	42,5	63,7
	جميع الاوقات	29	36,3	36,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

ما هو عدد الساعات التي تقضيها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من ساعة	10	12,5	12,5	12,5
	من ساعة الى 3 ساعات	47	58,8	58,8	71,3
	أكثر من 3 ساعات	23	28,7	28,7	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

ما هو المكان المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	المنزل	55	68,8	68,8	68,8
	الإقامة الجامعية	25	31,3	31,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

هل تتابعين المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	77	96,3	96,3	96,3
	لا	3	3,8	3,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

كيف تتفاعلين مع الصفحات التي تهتم بالقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	التعليق	18	22,5	22,5	22,5
	المشاركة	13	16,3	16,3	38,8
	الاعجاب	44	55,0	55,0	93,8
	لا أتفاعل	5	6,3	6,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

ما هي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اجتماعية	28	35,0	35,0	35,0
	سياسية	1	1,3	1,3	36,3
	ثقافية	38	47,5	47,5	83,8
	دينية	8	10,0	10,0	93,8
	تسلية	5	6,3	6,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

ما هو الهدف من تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الاطلاع على الاحداث الجارية	32	40,0	40,0	40,0
	نقل الاخبار والمعلومات	5	6,3	6,3	46,3
	التسلية والترفيه	28	35,0	35,0	81,3

التوعية وزيادة المعارف	9	11,3	11,3	92,5
الهروب من المشاكل	2	2,5	2,5	95,0
التواصل مع الاهل والاقارب	4	5,0	5,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

ما هي دوافع تلقي المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide كسب الحسنات	22	27,5	27,5	27,5
استثمار الوقت	9	11,3	11,3	38,8
التوعية والتثقيف	42	52,5	52,5	91,3
اخذ الفتوى الشرعية	5	6,3	6,3	97,5
متابعة الداعية المفضل لدي	2	2,5	2,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

ما طبيعة المضامين الدينية التي تقبل عليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide فتاوى	12	15,0	15,0	15,0
أذكار وأدعية	37	46,3	46,3	61,3
قضايا فقهية	12	15,0	15,0	76,3
محاضرات ودروس	6	7,5	7,5	83,8
احاديث نبوية	3	3,8	3,8	87,5
الاستماع للقران	10	12,5	12,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

هل تجددين ما تبحثين عنه من معلومات دينية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	53	66,3	66,3	66,3
	لا	27	33,8	33,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

هل فتحت لك المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجالاً لاكتساب المعارف الدينية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	76	95,0	95,0	95,0
	لا	4	5,0	5,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

ما مدى استفادتك من متابعة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معرفة الأحكام الشرعية تخص الحياة اليومية	26	32,5	32,5	32,5
	زيادة الثقافة الدينية العامة	41	51,2	51,2	83,8
	تقويم توجهي نحو الأخلاق الحميدة	10	12,5	12,5	96,3
	زيادة إحساسي بحقوق وواجباتي الدينية	2	2,5	2,5	98,8
	تجدد إيماني وتقربني من الله	1	1,3	1,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

حسب رأيك هل عوضت مواقع التواصل الاجتماعي مؤسسات ومصادر المعرفة الدينية في تزويدك بالمعلومات الدينية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	17	21,3	21,3	21,3
	لا	9	11,3	11,3	32,5
	نوعا ما	54	67,5	67,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

هل ترغيبين بمواصلة التزود بالمعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	74	92,5	92,5	92,5
	لا	6	7,5	7,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

هل تساهم المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي الديني لديك؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	تساهم	46	57,5	57,5	57,5
	الى حد ما	34	42,5	42,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

هل تساعدك متابعة المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في بناء شخصيتك ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	65	81,3	81,3	81,3
	لا	15	18,8	18,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وتدعيم المفاهيم الدينية الصحيحة لديك؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	قليلًا	42	52,5	52,5	52,5
	كثيرًا	37	46,3	46,3	98,8
	لا تساهم	1	1,3	1,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

هل ترى بأن المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في طرح حلول لبعض القضايا من وجهة النظر الدينية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	تساهم الى حد كبير	22	27,5	27,5	27,5
	الى حد ما	57	71,3	71,3	98,8
	لا تساهم	1	1,3	1,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظرك حول بعض القضايا الدينية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائمًا	12	15,0	15,0	15,0
	أحيانًا	63	78,8	78,8	93,8
	أبداً	5	6,3	6,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

هل تثق في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	51	63,7	63,7	63,7
لا	29	36,3	36,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
ما هي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟	80	2,5125	1,24264	,13893

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %
					Inférieur
ما هي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟	-3,509	79	,001	-,48750	-,7640



### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
ما هو عدد الساعات التي تقضيها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟	80	2,1625	,62528	,06991

### Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 % Inférieur	
ما هو عدد الساعات التي تقضيها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟	-11,980	79	,000	-,83750	-,9767	

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وتدعيم المفاهيم الدينية الصحيحة لديك؟	80	3,4875	,52756	,05898

### Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 % Inférieur
هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وتدعيم المفاهيم الدينية الصحيحة لديك؟	5,643	79	,000	-1,51250	-1,6299

### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
ما هي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟	80	3,5125	1,24264	,13893

### Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 % Inférieur
ما هي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟	3,509	79	,001	-,48750	-,7640

## الملحق رقم 08: استمارة إجراء الدراسة الميدانية

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



### استمارة استبيان حول:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات

- دراسة ميدانية على عينة من طالبات الإقامة الجامعية بن ناصر بشير بن محمد جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

**ملاحظة:** في إطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم التفضل بالإجابة على فقراته بدقة وموضوعية وذلك بوضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق مع رأيكم، مع العلم أن البيانات المتحصل عليها ستحظى بسرية تامة ولا تستخدم إلا في إطار البحث العلمي. نشكركم مسبقا على تعاونكم معنا لإنجاز هذه الدراسة.

إشراف الأستاذ:

عزالدين بوطينخ

إعداد الطالبات:

✓ شهرزاد بوتكزز

✓ صبرينة بولقرون

✓ مريم كغوش

السنة الجامعية: 2022/2021

## البيانات العامة

1- السن:

أقل من 20 إلى 22 سنة  من 23 إلى 25 سنة  من 25 سنة فما فوق

2- الحالة العائلية:

عزباء  متزوجة

3- المستوى التعليمي:

ليسانس  ماجستير  دكتوراه

4- الكلية:

كلية الآداب واللغات س  كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

كلية الحقوق والعلوم السياسية

5- التخصص: .....

## المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

6- منذ متى تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنة  من سنة إلى 03 سنوات  أكثر من 03 سنوات

7- ما هي أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل استخدامها؟

فيسبوك  يوتيوب  انستغرام  واتساب  تويتر

أخرى تذكر: .....

8- ما هو الوقت المفضل لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

صباحا  ظهرا  مساء  ليلا  جميع الأوقات

9- ما هو عدد الساعات التي تقضيها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من ساعة  من ساعة إلى 03 ساعات  أكثر من 03 ساعات

10- ما هو المكان المفضل لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

المنزل  مقهى الانترنت  الجامعة  الإقامة الجامعية

أخرى تذكر: .....

11- هل تتابعين المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم  لا

12- كيف تتفاعلين مع الصفحات التي تهتم بالقضايا الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

التعليق  المشاركة  الإعجاب  لا أتفاعل

### المحور الثاني: دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

13- ماهي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

دوافع دينية  دوافع سياسية  دوافع ثقافية  دوافع اجتماعية

أخرى تذكر: .....

14- ما هو الهدف من تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- الاطلاع على الأحداث الجارية  - نقل الأخبار والمعلومات  
 - التسلية والترفيه  - التوعية وزيادة المعارف  
 - الهروب من مشاكل الحياة  - التواصل مع الأهل والأصدقاء

أخرى تذكر: .....

15- ماهي دوافع تلقي المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- كسب الحسنات  - استثمار الوقت  
 - التوعية والتنقيف الديني  - أخذ الفتاوى الشرعية  
 - متابعة الداعية المفضل لدي

غير ذلك تذكر: .....

## المحور الثالث: الموضوعات الدينية التي تقبل عليها الطالبات الجامعيات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

16- ما طبيعة المضامين الدينية التي تقبل عليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- فتاوى  أدعية وأذكار  قضايا فقهية  محاضرات ودروس  أحاديث نبوية  استماع القرآن الكريم

أخرى تذكر: .....

17- هل تجدين كل ما تبحثين عنه من معلومات دينية في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم  لا

18- هل فتحت لك المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجالا لاكتساب المعارف الدينية؟

- نعم  لا

• إذا كانت إجابتك بنعم، فما نوع المعلومات التي اكتسبتها؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- معلومات عن القرآن والسنة  
 معلومات متعلقة بكل ما يخص العبادات وأركان الإسلام  
 معلومات فقهية اتجاء قضايا الدين  
 معلومات متعلقة بالفتاوى  
- أخرى تذكر: .....

## المحور الرابع: الإثباتات المحققة من استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

19- ما مدى استفادتك من متابعة المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار

أكثر من إجابة)

- معرفة أحكام شرعية تخص الحياة اليومية  
 زيادة الثقافة الدينية العامة  
 تقوم بتوجيهي نحو الأخلاق الحميدة  
 تزيد من إحساسي بحقوقتي وواجباتي الدينية  
 تجدد إيماني وتقربني من الله

- تعلمني كيف أتعامل مع الآخرين وفق تعاليم الدين الإسلامي
- أستطيع تكوين آراء اتجاه القضايا الدينية المطروحة
- أخرى تذكر: .....

20- حسب رأيك هل عوّضت مواقع التواصل الاجتماعي مؤسسات ومصادر المعرفة الدينية في تزويدك بالمعلومات الدينية؟

- نعم  لا  نوعا ما

21- هل ترغبين بمواصلة التزود بالمعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم  لا

• إذا كانت إجابتك ب لا، لماذا: .....

### المحور الخامس: إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني

22- هل تساهم المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي الديني لديك؟

- تساهم  إلى حد ما  لا تساهم

23- هل تساعدك متابعة المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في بناء شخصيتك؟

- نعم  لا

24- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وتدعيم المفاهيم الدينية الصحيحة لديك؟

- قليلا  كثيرا  لا تساهم

25- هل ترى بأن المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في طرح حلول لبعض القضايا من وجهة النظر الدينية؟

- تساهم إلى حد كبير  إلى حد ما  لا تساهم

26- هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظرك حول بعض القضايا الدينية؟

- دائما  أحيانا  أبدا

27- هل تثق في المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم  لا

• إذا كانت الإجابة بـ نعم هل:

- توثيق المعلومات والاستشهاد بالأدلة الشرعية  -تتناول قضايا معاصرة
- تتبع الموضوعية في تناول القضايا المطروحة  -جدية القضايا التي تهتم بالتركيز عليها
- أخرى تذكر: .....

• إذا كانت الإجابة بـ لا هل لأنها:

- منفصلة عن الواقع  -تتناول أمور سطحية
- اختلاف الآراء حول الموضوع الواحد  -عدم التوازن في عرض وجهات النظر
- تدعو للمذهبية والطائفية
- أخرى تذكر: .....