

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة



مذكرة بعنوان

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة القرب الجامعي تاسوست -

مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

د. حورية بولعويدات

إعداد الطالبتين:

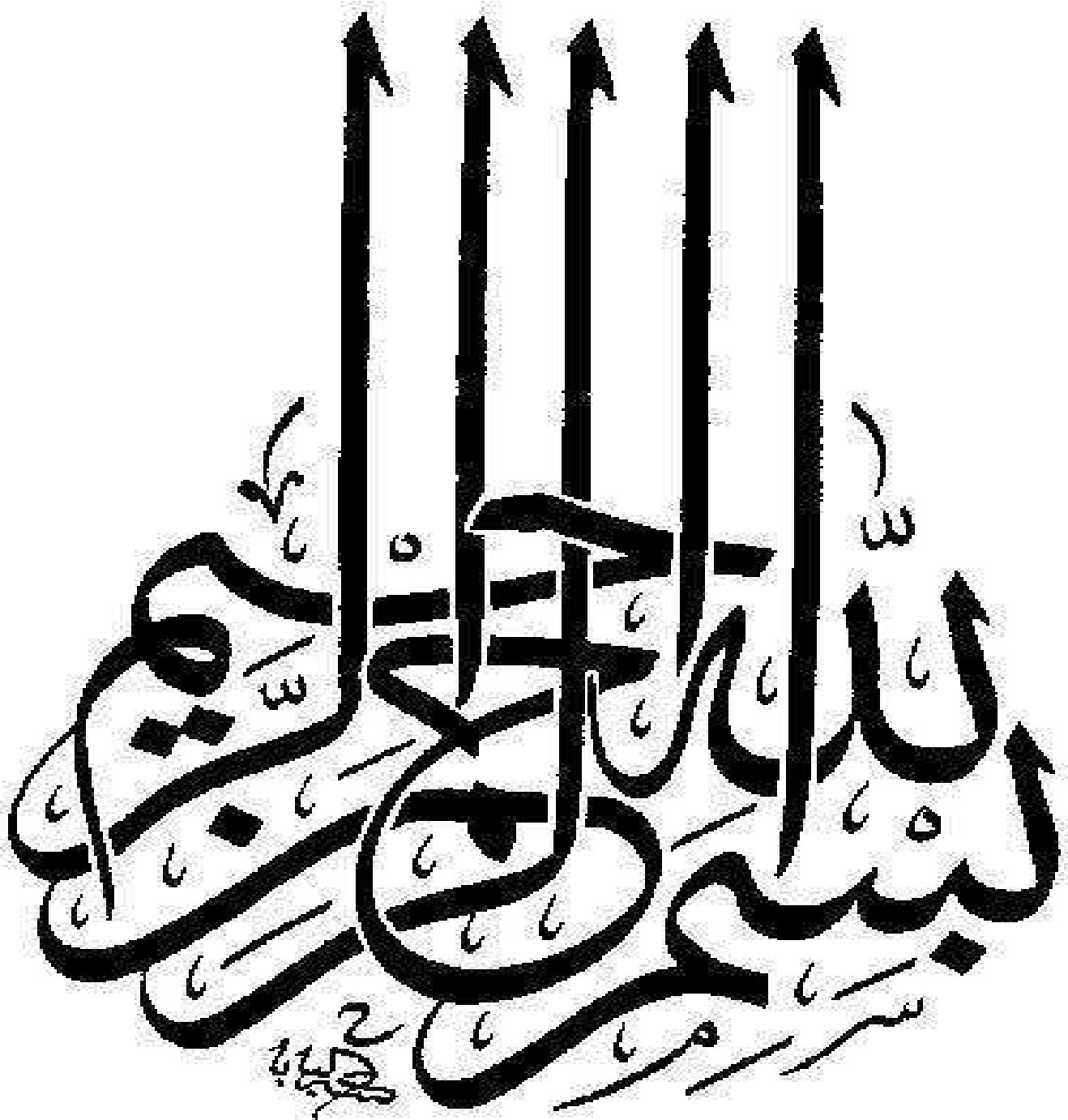
❖ ريمة مرابط

❖ زهرة بخبخ

لجنة المناقشة:

اللقب والاسم	الجامعة	الصفة
د. هند عزوز	جيجل	رئيسا
د. حورية بولعويدات	جيجل	مشرفا ومقررا
د. توفيق بوخدوني	جيجل	مناقشا

السنة الجامعية: 2017-2018م



شكر وعرفان

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد والشكر إذا رضيت اللهم اجعلنا من الذاكرين
ولك من الحامدين الشاكرين اللهم الحمد والشكر يليق بجلال وجهك وعظيم شأنك
وسلطانك.

بحمد الله وشكره الذي وهبنا القوة والإرادة والصبر لإكمال هذا العمل المتواضع
نتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى الأستاذة المشرفة "حورية بولعويدات" على كل
التوجيهات والمجهودات التي بذلتها لمساعدتنا لإنجاز هذه المذكرة
كما أتقدم بجزيل الشكر لجميع أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية خاصة أساتذة
قسم الإعلام والاتصال على المساعدات التي قدموها لنا
كما لا ننسى أن نشكر من أعاننا في إنجاز هذه المذكرة من قريب أو من بعيد

ريمة
زهرة

فهرس

المحتويات

الصفحة	المحتوى
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
أب	مقدمة
	الإطار المنهجي
2	تمهيد
	أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
4-3	1- تحديد المشكلة
5-4	2- أسباب اختيار الموضوع
5	3- أهمية الدراسة
6-5	4- أهداف الدراسة
6-16	5- الدراسات السابقة
21-17	6- تحديد المفاهيم
21	7- فرضيات الدراسة
	ثانياً: منهجية الدراسة
23-21	1- حدود الدراسة
24-23	2- منهج ونوع الدراسة
25-24	3- أدوات جمع البيانات
27-26	4- مجتمع البحث والعينة
	ثالثاً: النظرية المفسرة للدراسة
28-27	1- نظرية الاستخدامات والإشباع
28	2- العناصر الرئيسية لنظرية الإستخدامات والإشباع
29-28	3- فروض نظرية الاستخدامات والإشباع
30-29	4- تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على الدراسة

31	خلاصة الفصل
الإطار النظري	
33	تمهيد
أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي	
35-34	1-1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
37-35	1-2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
39-37	1-3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
43-39	1-4- نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي
45-43	1-5- سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
47-46	1-6- إحصائيات وأرقام مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي
47	1-7- الصعوبات والتحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي
ثانياً: القيم الدينية	
	تمهيد
48	2-1- خصائص القيم
51-49	2-2- تصنيف القيم
52-51	2-3- أهمية القيم ووظائفها
53-52	2-4- الدين والقيم
53	2-5- مفهوم الدين
53	2-6- مفهوم القيم الدينية
55-53	2-7- خصائص القيم الدينية
58-55	2-8- أنواع القيم الدينية
60-58	2-9- مصادر القيم الدينية
61-60	2-9- أهمية القيم الدينية
62	خلاصة الفصل

الإطار الميداني	
64	تمهيد
أولا: تفرغ وتحليل بيانات الجداول	
68-65	1- البيانات الشخصية
79-69	2- عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل
83-79	3- دوافع وحاجات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي
92-84	4- إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية
ثانيا: عرض نتائج الدراسة	
95-93	1- النتائج الجزئية
96-95	2- مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات
98-96	3- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
99	خلاصة الفصل
101	خاتمة
102	توصيات الدراسة
109-104	قائمة المصادر والمراجع
117-111	قائمة الملاحق
	قائمة الملخصات
120-119	الملخص باللغة العربية
122-121	الملخص باللغة الانجليزية

الإطار المنهجي

تمهيد

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

1- تحديد المشكلة

2- أسباب اختيار الموضوع

3- أهمية الدراسة

4- أهداف الدراسة

5- الدراسات السابقة

6- تحديد المفاهيم

7- فرضيات الدراسة

ثانياً: منهجية الدراسة

1- حدود الدراسة

2- منهج ونوع الدراسة

3- أدوات جمع البيانات

4- مجتمع البحث والعينة

ثالثاً: النظرية المفسرة للدراسة

1- نظرية الاستخدامات والإشباع

2- العناصر الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع

3- فروض نظرية الاستخدامات والإشباع

خلاصة الفصل

تمهيد:

يعتبر الإطار المنهجي للدراسة بمثابة خطوة أساسية ومهمة في أي بحث علمي، ونحن في بحثنا هذا سنتناول موضوع يعتبر من المواضيع الشائعة في وقتنا الحالي والذي جاء تحت عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين، حيث تطرقنا فيه إلى مجموعة من العناصر، بداية بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها والفرضيات، إضافة إلى أسباب وأهمية الدراسة بعدها تحديد الأهداف وحدود الدراسة وتحديد المفاهيم مروراً بالمنهج المتبع ونوع الدراسة إلى غاية العنصر الأخير وهو النظرية المفسرة للدراسة، دون أن ننسى تطبيق النظرية على الدراسة.

أولاً: إشكالية الدراسة تساؤلاتها

1- تحديد المشكلة:

لقد شهد العالم اليوم تطوراً كبيراً في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث أصبح العالم قرية كونية واحدة، وهذا ما أكده مارشال ماكلوهان في نظريته الحتمية التكنولوجية بمقولته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة" بمعنى أن الوسيلة هي التي تفرض نفسها على الجمهور كما شكل الفضاء الافتراضي إنجازات كبيرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم، فالتطور المذهل لشبكة المعلومات وانتشار التقنيات الحديثة وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال تساهم في ظهور نوع جديد من تكنولوجيات المعلومات عامة ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، رغم أن هذه المواقع أنشأت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد وتداول المعلومات وتكوين علاقات فيما بينهم، وذلك لإشباع حاجاتهم ورغباتهم، لما تتسم به هذه المواقع من خصائص جمة من أهمها التفاعلية، المرونة، التشاركية والشمولية التي تعتبر دليلاً على الممارسة الواسعة للشبكات الاجتماعية في كل ميادين الحياة، بما فيها الأخلاق والقيم وتعد هذه الأخيرة (القيم) المعيار الأساسي للسلوك الفردي والاجتماعي، حيث لا يمكن تحديد الأهداف التربوية المعبرة عن طبيعة الإنسان وطبيعة المجتمع، إلا عن طريق القيم، والتي تساهم في التحكم في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سواء بالإقبال على استخدام هذه الشبكات أو رفض استخدامها، أو استخدامها على نحو مشروع أو غير مشروع، كما تساهم في وقاية الفرد من مخاطر الاتصال والاستفادة من المنجزات التقنية الحديثة بمعنى أنها ضرورة اجتماعية في الحياة الاجتماعية المشتركة ولا يستطيع المجتمع أن يعيش معزلاً عنها، فكل جماعة لا بد أن تخضع للتنظيم والضبط بالقيم.

فالاهتمام بالشباب الجامعي وعلاقته بالقيم يشير بالدرجة الأولى إلى أن قيم الجيل الصاعد هي التي سبني عليها مستقبل المجتمع فكريا وعلميا، وذلك بالتركيز على جوانب متعددة من القيم المختلفة كالولاء، والواجب، والإيمان بقيمة العلم والعمل وغيرها.

فمواقع التواصل الاجتماعي أحدثت تأثيرا قويا على الطلبة الجامعيين، ولهذا اهتم الكثير من الباحثين في علوم الإعلام والاتصال بمعرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الجامعيين، ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين؟
ويتفرع من هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما هي إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين؟.

2- أسباب اختيار الموضوع:

- 1- الرغبة الشخصية في البحث في هذا الموضوع لارتباطه التخصص.
- 2- حاجة المكتبات لمثل هذه الدراسات في مختلف التخصصات خاصة اتصال وعلاقات عامة.
- 3- الإحساس بالمشكلة هو الدافع والحافز الذي يدفعنا للبحث والدراسة في هذا الموضوع.
- 4- التطور الكبير في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتزايد استخدامه من طرف طلبة جامعة جيجل.
- 5- الإقبال المتزايد للطلبة على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- 6- جدة الموضوع وحدائته كونه يتعلق بتدعيم القيم الدينية لدى الطلبة من قبل مواقع التواصل.

7- الفضول العلمي والرغبة في النزول إلى الميدان لمعرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين.

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الموضوع من خلال الدور المهم الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة باعتبارهم الفئة المستهدفة التي تخدم هذا المجتمع، ولهذا لا بد من توعيتهم وتوجيههم من أجل تكوين نخبة تواكب هذا التطور الذي يخدم المجتمع.

• حداثة الموضوع:

تكمن هذه الحداثة من خلال التطورات التكنولوجية الحديثة وخاصة بعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي أحدثت تغييرات جذرية من بينها الدور الذي لعبته في تدعيم القيم وبصفة خاصة القيم الدينية.

• 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 تدعيم القيم الدينية لدى الطالب الجامعي، وذلك من خلال ما أنتجته تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي جعلت العالم قربة كونية أدت بذلك إلى إحداث تغييرات جديدة.

4- أهداف الدراسة:

• أهداف علمية:

- معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة الدوافع الحقيقية في استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

- الكشف عن التأثيرات التي تحدثها مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين.

● أهداف عملية:

- التدرب والتمكن من إنجاز بحوث ميدانية تساعد على معالجة مختلف المشكلات القابلة للدراسة وكذلك كيفية استخدام الإجراءات المنهجية بطريقة علمية.

5- الدراسات السابقة:

● الدراسات العربية:

● الدراسة الأولى:

دراسة فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة ((تويتر نموذجاً)).

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم وعلى هذا الأساس قام الباحث بطرح التساؤل الرئيسي ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة؟

وقام بطرح تساؤلات فرعية على النحو الآتي:

- ما هي الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

- ما هي الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

- ما هو أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة؟

حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكة التواصل الاجتماعي، وبيان الإيجابيات المترتبة عن ذلك وكذلك أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة.

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واختيار العينة بطريقة عشوائية واستمارة استبيان لجمع المعلومات وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر والإهمال في الشعائر الدينية.
- إن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في: الإطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكن من تخطي الخجل.
- أن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل ظهر في: تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة.⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة موضوع شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، بينما دراستنا تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين وركزت على الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة في استخدام طلاب الجامعة لشبكة التواصل الاجتماعي، وتشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في استخدامها للمنهج الوصفي، واختيارها للعينة بطريقة عشوائية، كما تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في استخدامها لأداة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات واختلفت هذه الدراسة مع دراستنا أن هذه الدراسة ركزت على أهم الآثار الإيجابية والسلبية في استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، أما دراستنا فاهتمت بالدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين.

⁽¹⁾ فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً"، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، عضو هيئة التدريس بكلية الملك خالد العسكرية.

الدراسات الجزائرية:

- الدراسة الأولى:

دراسة كوتر نوار خرخاشي حول "شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية لدى الطالب الجامعي" دراسة وصفية حول استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي 2012-2013.

تدور إشكالية هذه الدراسة حول طبيعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين وعلى هذا الأساس طرحت الباحثة التساؤلات التالية:

- هل يوجد تأثير بين شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية؟

- ما دور القيم الدينية للطلاب الجامعي في استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي؟

- هل شبكات التواصل الاجتماعي تحقق قيمة المسؤولية الاجتماعية؟

وهدفها من هذه الدراسة هو معرفة حدود الظاهرة وكيفية معالجتها وإعطاء النواحي الإيجابية لها، وتوعي الطلبة الجامعيين بالقيم الدينية وكيفية اتخاذها من أجل الوقاية من الانحراف وتوسيع مداركه الثقافية والعلمية.

ونظرا لضخامة مجتمع الدراسة لجأت الباحثة إلى المنهج الوصفي كونه الأنسب في دراسة هذا الموضوع، والعينة المناسبة هي العينة العشوائية البسيطة واستمارة استبيان لجمع المعلومات اللازمة حول الظاهرة المقصودة.

وانطلاقا مما سبق توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج وهي كما يلي:

- إن عينة طلبة هذه الدراسة أغلبهم في مرحلة الشباب وهذا راجع إلى اهتمام هذه الفئة العمرية بهذه الشبكات ومدى تأثيرها عليهم.

- إجماع أغلبية الطلبة على استخدام شبكة الفايبر بوك وذلك نتيجة لخصائص ومميزات هذه الشبكة التي تستدعي استخدامها هذه الكثافة دون غيرها من الشبكات.
- إن طلبة عينة الدراسة أجابت بالرفض على إضاعة الوقت في استخدام هذه الشبكات، رغم استخدامهم لها وهو راجع إلى كثافة دراستهم والبحث العلمي في أغلب الأوقات.
- عدم تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة الدينية ذلك راجع إلى تمسك أفراد العينة بالقيم الدينية ومكتسباتهم من خلال التنشئة الأسرية.
- أقرت هذه الدراسة أن هناك مساس بالشعائر الدينية على مواقع هذه الشبكات وهذا ما يفسر وعي الطلبة بهذه المخاطر وكيفية الوقاية منها.
- قدرة المتصفحون من خلال هذه الشبكة على استحضار المناسبات الدينية والوطنية وهذا راجع إلى خصائصها ومميزاتها وكيفية التعريف بها إلى الآخر وكذلك تمسك الطلبة بهذه القيم وبشدة لأنها تمثل هوية الشخصية الوطنية في حد ذاتها.
- أثبتت الدراسة أن لدى هذه الشبكات أدوار إيجابية من بينها نشر القيم الأخلاقية وتهذيبها وتحفيز نشرها من خلال التواصل مع الآخر.
- عدم تأثير هذه الشبكات على الجانب المدرسي لعينة الطلبة وذلك لالتزامهم بالقيم والروابط التي لا يمكن الخروج عنها، وكذا إدراكهم إلى أهمية الدراسة في الجانب التعليمي، وكيفية استغلال هذه الشبكات في النواحي الإيجابية التي تعود عليهم بالمنفعة.
- مساهمة الشبكات المستخدمة في نشر قيم المسؤولية الاجتماعية يرجع بالأساس إلى إمكانيتها وخصائصها الفعالة في مجال التواصل ونشر هذه القيم.
- عدم تأثير هذه الشبكات في الضوابط الاجتماعية فكل مجال خاص تنتمي إليه.

- أشارت الدراسة إلى عدم تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التراث التقليدي وهذا راجع إلى الدور الفعال لمؤسسات التنشئة الأسرية، الأسرة والمدرسة⁽¹⁾.

- تتشابه هذه الدراسة مع موضوع دراستنا حيث تطرقت إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين، وكذلك اعتمدت في هذه الدراسة على استمارة استبيان لجمع المعلومات اللازمة، كما تتشابه من حيث المنهج، إذ اعتمدت على نفس المنهج وهو المنهج الوصفي، وتختلف من حيث العينة المختارة فعينة دراستنا العينة العنقودية أما هذه الدراسة اعتمدت على العينة العشوائية البسيطة.

- الدراسة الثانية:

دراسة مريم نريمان تومار "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفايس بوك في الجزائر".

تمثلت إشكالية هذه الدراسة في: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

قامت الباحثة من خلال هذه الدراسة بالبحث في أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين الجزائريين وعلى هذا الأساس قامت الباحثة بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية تمثلت في:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفايس بوك" لدى الجزائريين؟

- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايس بوك؟

- كيف يؤثر استخدام "الفايس بوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

⁽¹⁾ كوثر نوار خرخاشي، شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماستر: قسم العلوم

حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص، والتعرف على أهم الخدمات التي توفرها، ومعرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية سبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية، والتعرف على الأسباب التي ساعدت في انتشار العلاقات الافتراضية على حساب نظيرتها الواقعية.

وقد استخدم في هذه الدراسة منهج المسح الوصفي، واعتمد على أداة الملاحظة، لملاحظة تصرفات وتفاعلات الأفراد في المجتمع الافتراضي، واستمارة الاستبيان لجمع المعلومات المتعلقة بالدراسة، نظرا لضخامة المجتمع الافتراضي، ولجأت الباحثة إلى العينة المناسبة لهذه الدراسة نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات المجتمع إلى العينة القصدية التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية وتوصلت الباحثة إلى جملة من النتائج التالية:

- أغلب أفراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاث سنوات 52.07% ويقضي 27.16% منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون من مرتبين إلى ثلاث مرات في اليوم بنسبة 42.64% ويفضل 61.50% منهم الفترة الليلية لاستخدامه.

- يدخل أغلب أفراد العينة "الفايس بوك" من المنزل بنسبة 61.50% ويميل 87.92% إلى الاستخدام الفردي للموقع في حين يستخدمه 6.41% مع أصدقائهم.

- يفضل 25.18% من المبحوثين خدمة التعليقات في "الفايس بوك" ثم الدردشة 22.17% تليها مشاركة الصور 15.38% ثم مشاركة الروابط 15.23% وأكثر خدمة يستخدمونها وقت تصفحهم للموقع هي قراءة مشاركة الأصدقاء والتعليق عليها بنسبة 28.24%، ثم وضع مشاركات على حائطهم 24.67%، تليها خدمة الدردشة مع الأصدقاء بنسبة 23.37%.

- تبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف نفس النسبة 14.75% ثم زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 13.84% يليه الترفيه والتسلية 12.71% كما توصلت الدراسة أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع "الفايس بوك" بهويتهم

الحقيقية بنسبة 66.03% فيما يدخل 33.33% بهوية مستعارة ويستخدم هؤلاء الهوية الحقيقية حتى يجدهم معارفهم بسهولة بنسبة 60.57% فيما يستخدمها 39.42% حتى يحظوا بثقة المتفاعلين معهم.

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا كونها اعتمدت على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية أما دراستنا فتناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية، واعتمدت هذه الدراسة على استمارة الاستبيان لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة من الباحثين، كما تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث استخدام استمارة الاستبيان، والمنهج حيث استخدمت منهج المسح الوصفي، واستخدمت هذه الدراسة العينة القصدية بينما في دراستنا فقد استخدمنا العينة العنقودية، كما ركزت هذه الدراسة على موقع الفايس بوك هو الأكثر استخداما بينما دراستنا تناولت مواقع أكثر تداولاً.⁽¹⁾

- الدراسة الثالثة:

دراسة حميدة خولة، قاسم مريم بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفايس بوك لجمعية ناس الخير ورقلة".

قام الباحثين من خلال هذه الدراسة بالبحث على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، وعلى هذا الأساس قام بطرح تساؤل رئيسي، وهو ما مدى خدمة الفايسبوك للعمل التطوعي لجمعية ناس الخير ورقلة؟ وطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي أهم نشاطات الجمعية المتداولة عبر صفحة الفايس بوك؟

- ما هي أهداف الجمعية الخيرية من خلال صفحة الفايس بوك على شبكة الأنترنت؟

⁽¹⁾ مريم نزيان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير: قسم العلوم الإنسانية جامعة باتنة،

- كيف يقدم المحتوى الاتصالي للجمعية الخيرية عبر صفحة الفيس بوك؟

حيث هدفت هذه الدراسة إلى الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال والعمل التطوعي كمستفيد من هاته الوسيلة واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بحيث يتناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته، وطبق الباحثان المنهج الوصفي من خلال عملية المسح، واستخدم الباحثان في دراستهم أداة المقابلة كأحدى الوسائل لجمع البيانات من مصادرها، واعتمد في بحثهم على استمارة تحليل المضمون التي تعتبر كأداة هامة من الأدوات المنهجية، التي تم تفرغ البيانات بها وعرضت على بعض الأساتذة المتخصصين لتحكيم الأداة، وتم الاعتماد في هذه الدراسة على العينة العشوائية المنتظمة وهي نوع من العينة العشوائية البسيطة.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إيجازها على النحو التالي:

- يساهم التوجه المباشر لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي باستعمال اللغة العربية إلى زيادة التفاعل والتواصل على اعتبارها اللغة الأكثر انتشارا واستعمالا للجميع.

- التوجه نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلام وإعلان، وسيلة توعية وتواصل، وسيلة لتحقيق الأهداف التطوعية الخيرية للجمعية.

- تعدد وتنوع المنشورات والتطبيقات عبر صفحة الفيس بوك وذلك يبرز أن أهداف الجمعية متنوعة وأن عنصر الحياد لا يطغى على المنشورات ويرجع ذلك إلى استقطاب أكبر عدد من المتصفح.

- أن النشاط العام للجمعية هو العمل التطوعي ويندرج تحت تبرعات إنسانية والتي نالت نسبة جد معتبرة 22.73% تليها المساعدات المالية والتي تنشرها من أجل التبرعات للحالات المستعجلة فأخذت نسبة 13.63%، ركن بحث عن مفقود بنسبة 4.55% أن النشاطات الثانوية للجمعية هي التعازي والتشكرات وكان للأدعية نصيب بنسب 18.18% أغلبيتها تنشر بيوم الجمعة النصائح والإرشادات بنسبة 22.72%.

- إن الهدف من المنشورات للجمعية عبر الصفحة لإبقاء عنصر التواصل بين أفراد المجتمع والأصدقاء والتوعية.

- أن أغلب المنشورات تحمل نص وصورة مما يبين أن الجمعية تدقق وتوضح كل منشور بالصور، لأن الصورة تحمل دلالات أكثر من النص.

ركزت هذه الدراسة على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي أما دراستنا فتناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية، وتشابحت هذه الدراسة مع دراستنا في استخدامها للمنهج الوصفي، واختلفت هذه الدراسة على دراستنا من حيث استخدامها لأداة المقابلة كإحدى الوسائل لجمع البيانات واستمارة تحليل المحتوى أو المضمون، أما دراستنا فاستخدمنا استمارة الاستبيان، وتختلف دراستنا مع دراسة حمايدية خولة وقاسم مريم من حيث العينة المستخدمة اعتمدت هذه الدراسة على العينة العشوائية المنتظمة، أما دراستنا اعتمدت على العينة العنقودية.⁽¹⁾

- الدراسة الرابعة:

دراسة مديحة جيطاني حول "استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية" دراسة في العادات والأنماط والإ اتجاهات جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009-2010م.

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية واتجاهاته نحوها وانطلاقاً من ذلك طرحت الباحثة الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي خصائص أفراد عينة الدراسة الذين يستخدمون المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت؟

- ما هي عادات وأنماط تصفحهم للمواقع الإسلامية؟

⁽¹⁾ حمايدية خولة، قاسم مريم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، مذكرة الماستر: قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014-2015.

- ما هي اتجاهات الباحثين نحو محتويات المواقع الإسلامية؟ وما هي الدوافع والحاجات المتحكمة في هذه الاتجاهات؟

- ما هي آراء الشباب الجامعي حول المواقع الإسلامية: سواء من حيث المضمون أو طريقة عرض هذا المضمون؟

وهدفت الباحثة من هذه الدراسة هو توعية القائمين على المواقع الإسلامية باهتمامات واحتياجات الشباب الجامعي والمواضيع التي يفضلونها من بين محتوى هذه المواقع لتحسين أدائها وبالتالي جذب عدد أكبر من الشباب نحوها وتجنبهم مواقع الفساد بجميع أشكاله.

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي باعتباره أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، وتم اختيار عينة الدراسة بطريقتين العينة العمدية والمتعددة المراحل، واستخدام أداة واحدة لجمع المعلومات وهي استمارة الاستبيان، وتوصلت الباحثة في دراستها إلى جملة من النتائج أهمها:

- عدد الذين لا يستخدمون الانترنت 25 طالب وطالبة بنسبة 8.33% مع الملاحظ أن نسبة الإناث اللاتي لا يستخدمون الأنترنت 11.5% على نسبة الذكور.

- نسبة كبيرة من أفراد العينة 59% يستخدمون الأنترنت من سنة إلى ثلاث سنوات.

- يتجه الباحثون اتجاهها إيجابيا نحو العبارة "أتصفح المواقع الإسلامية لأنها تحتوي على الأدوات التفاعلية: البريد الإلكتروني منتديات الحوار... الخ، والإناث أشد موافقة من الذكور على هذه العبارة.

- يتجه الباحثون اتجاهها إيجابيا نحو العبارة "تستخدم المواقع الإسلامية التي أتصفحها مختلف الوسائط المتعددة"، صوت، صورة، فيديو... الخ، فهم يوافقون عليها، بينما نجد في كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على العبارة.

- في هذه الدراسة تم التركيز على استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية بصفة خاصة، أما دراستنا فتطرت إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين، وتم

الاعتماد على المنهج الوصفي وأداة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات وهذا ما استخدمنا في دراستنا، لكن هناك اختلاف من حيث نوع العينة ففي دراستنا اخترنا العينة العنقودية، وفي هذه الدراسة تم اختيار بطريقتين: العينة العمدية والمتعددة المراحل.⁽¹⁾

• التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت جميع الدراسات السابقة دور مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة عنها ودورها في تدعيم القيم الدينية.

- تبين من نتائج الدراسات السابقة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعة، إذ لم يعد بإمكانهم الاستغناء عن هذه المواقع، باعتبار هذه الأخيرة الأكثر تداولاً بين الطلبة الجامعيين.

- استخدمت أغلب الدراسات السابقة أداة الاستبيان في جمع المعلومات ما عدا دراسة حمادية خولة وقاسم مريم التي اعتمدت على استمارة تحليل المضمون ودراسة مريم نزيهان نومار حيث استخدمت أداة الملاحظة.

- استخدمت جميع الدراسات السابقة المنهج الوصفي باعتباره المنهج الأنسب في دراسة هذه المواضيع.

- جميع الدراسات السابقة ركزت على فئة الشباب باعتبارها الفئة الأكثر تفاعلاً مع هذه المواقع والأكثر استخداماً لها.

- من خلال هذه الدراسات قمنا بصياغة مشكلة الدراسة وفرضياتها، كما ساعدتنا في الحصول على المصادر والمراجع التي تخدم موضوع دراستنا وكذلك اختيار المنهج والأداة المناسبة لدراسة الموضوع.

⁽¹⁾ مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة في العادات والأنماط، رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام : قسم أصول الدين، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2009-2010م.

• مفاهيم الدراسة

• مفهوم الدور:

لغة: ما يقوم به الإنسان كقولنا، لعب دورا، قام بدورٍ؛ أدّى دورًا. ⁽¹⁾

اصطلاحا: مجموعة الحقوق والواجبات التي يلتزم بها الفرد داخل التنظيم من خلال موقعه، ويتحدد الدور من خلال السلطة والمسؤولية والمساءلة.

هو مجموع الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الشخص من خلال مركزه وأمام مختلف المواقف داخل التنظيم.

• مفهوم الدور:

إجرائيا: هو مجموع السلوكيات المتوقعة من طرف أي شخص داخل التنظيم له مكانة معينة في الهيكل التنظيمي من خلال المهام التي يؤديها.

يشير هذا التعريف أن مفهوم دور، هو مجموع التصرفات والأفعال التي يقوم بها الفرد أمام موقف معين له مكانة معين داخل هيكل تنظيمي معين. ⁽²⁾

• مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعة مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. ⁽³⁾

⁽¹⁾ قاموس المعاني متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:

⁽²⁾ ناصر قاسمي: دليل مصطلحات علم الاجتماع التنظيم والعمل، ديوان المطبوعات الجامعية، 2011، ص 65.

⁽³⁾ وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شهد النهضة، الخرطوم : د.د.ن، د.س.ن، ص 7.

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر، مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.⁽¹⁾

كما تعرّف أيضا مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: مواقع الكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات؛ وللبحث عن تكوين الصداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.⁽²⁾

ويمكن أن نستنتج من هذه التعاريف السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي:

- أنها مواقع الكترونية ظهرت على شبك الانترنت تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به.
- أنها تسمح بالتواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي.
- تؤسس هذه المواقع وتبرمج من طرف شركات كبرى.

● مفهوم التدعيم:

لغة: دعم يدعم تدعيمًا، فهو مدعم، والمفعول مدعم دعم الحائط وغيره دعمه، قواه و ثبته، دعم موقفه.⁽³⁾

اصطلاحا: تأييد فرد بالمساعدة أو التشجيع أو الانحياز بجانبه وبنوع خاص في المنافسة أو الانتخاب، وكذلك تأييد المدعي عليه في الدعوى، وتأييد كل ما هو صحيح حقيقي وعادل في حركة فكرية أو سياسية معينة.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ صالح علي، مهارات التواصل الاجتماعي (أسس ومفاهيم وقيم)، عمان: دار الجامد للنشر والتوزيع، ص ص 141-148.

⁽²⁾ مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني (الأسس وآفاق المستقبل)، د ن: دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، 2015، ص 246.

⁽³⁾ متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:

<http://www.almaany.com>، تمت الزيارة يوم: 2018/04/08

⁽⁴⁾ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة بيروت: د ن 1977، ص 416.

• إجرائيا:

هو تشجيع الفرد و الوقوف بجانبه عند الحاجة من اجل تحقيق غايته وما يطمح الوصول إليه .

يشير هذا المفهوم أن التدعيم هو عبارة عن تأييد لعمل ما أو مكافأة هيئة ما، وقد يكون هذا

التدعيم مرتبط بنشاطات محببة لإرضاء حاجات معينة.

وأن التأييد أو التدعيم متوقف على حدوث السلوك المرغوب فيه.

• مفهوم القيم:

لغة: هناك العديد من الدلالات لكلمة قيمة وجمعها "قيم"، وتظهر الأصول اللغوية أن كلمة القيمة مشتقة من الفعل "قوم".⁽¹⁾

إذن القيم جمع قيمة وهي لغة ماله قيمة ويقال قومت السلعة ثمنتها، ويتحدث الناس عن القيم كثيرا، فالثوب ذو قيمة إذا كان غاليا، والإنسان الوجيه في قومه يقال: إنه ذو قيمة.⁽²⁾

اصطلاحا: توجد العديد من التعاريف وذلك لاختلاف المفكرين في وضع تعريف محدد لها، من أهمها نذكر:

- يعرفها تالكوت بارسونز: بأنها عنصر في نسق رمزي مشترك يعتبر معيارا أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي توجد في الموقف.

- ويعرفها كذلك على أنها: المعايير التي تحكم بها على كون الشيء مرغوب فيه، أو غير مرغوب فيه.⁽³⁾

⁽¹⁾ ماجد زكي الجلاء، تعلم القيم وتعليمها، تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، ط3، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، جامعة اليرموك، 2010، ص 19.

⁽²⁾ خالد محمد أبوشعيرة، نائر أحمد غباري، الثقافة وعناصرها، عمان : مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2009، ص 49.

⁽³⁾ ماجد الزبيد، الشباب والقيم في عالم متغير، عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006، ص 22.

ويعرفها عزري عبد الرحمان في نظريته الحتمية القيمية بأنها ما يرفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم.⁽¹⁾

كما تعتبر القيم مجموعة من الأحكام المعيارية المتصلة مضامين واقعية يتشربها الفرد من انفصاله، وتفاعله مع المواقف والخيرات المختلفة ويشترط أن تنال هذه الأحكام قبولاً من جماعة اجتماعية معينة.⁽²⁾

● التعريف الإجرائي:

القيم عبارة عن مقياس أو مستوى أو معيار نستهدفه في سلوكنا وينظر إليه على أنه مرغوب فيه.⁽³⁾

من خلال هذه التعاريف يتبين لنا أن القيم صفة من الصفات الإنسانية يسعى كل فرد للمحافظة عليها، وأنها عبارة عن معايير وأسس متعارف عليها ضمن مجتمع واحد، وتشير إلى طرف تعامل الأفراد معاً.

● مفهوم القيم الدينية:

إجرائياً:

هي عبارة عن مجموعة من القيم التي تصنع شخصية الفرد كالقيم المطلقة و النسبية و السلبية و الايجابية إلى غير ذلك من مصادرها القرآن الكريم و السنة النبوية و القياس و الإجماع و الاجتهاد .
وبالتالي فإن ارتباط القيم بالدين ليس رغبة ذاتية أو أملاً فلسفياً وإنما هو حقيقة واقعية، فالدين مصدر القيم فعند تمسك الفرد بالدين يكتسب قيم دينية.

⁽¹⁾ محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلات الشباب في زمن البث الفضائي العربي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017، ص 16.

⁽²⁾ سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، دم ن : جدار الكتاب العالمي للنشر والتوزيع، 2008، ص 17.

⁽³⁾ المرجع السابق، ص 23.

• مفهوم الجامعة:

تعريف البرعي بأنها المؤسسة التربوية التي تقدم لطلابها الحاصلين على شهادة الثانوية العامة أو ما يعادلها تعليماً معرفياً ثقافياً.⁽¹⁾

• مفهوم الطالب الجامعي:

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

1- فرضيات الدراسة:

- 2- يستخدم الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في فترات الليل.
 - 3- توجد دوافع وحاجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين.
- أدى استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي إلى زيادة وعيهم الديني.

ثانياً: منهجية الدراسة

1- حدود الدراسة:

لكل دراسة حدود ومجالات ولا بد من إبرازها وتوقف هذه الدراسة على ثلاث مجالات أساسية وهي:

⁽¹⁾ فهد بن علي الطيّار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً"، ص 203.

• المجال المكاني:

ويقصد به المكان الذي أجريت فيه الدراسة، حيث تم إجراء دراستنا في جامعة جيغل القطب الجامعي تاسوست، التابع لبلدية الأمير عبد القادر ولاية جيغل، و الذي يضم أربع كليات وهي كالاتي:

- كلية الآداب واللغات الأجنبية.

- كلية الحقوق والعلوم السياسية.

- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

ومن بين هذه الكليات الأربعة اخترنا كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير وكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية باعتبارهم مكان إجراء دراستنا الميدانية.

• المجال الزمني:

انطلقنا في بحثنا في بداية شهر جانفي 2018 إلى غاية نهاية شهر ماي، وكانت البداية بدراسة استطلاعية لجميع كليات القطب الجامعي تاسوست والبحث عن المصادر والمراجع والمعلومات اللازمة لموضوع دراستنا، انطلقنا في البداية بالجانب المنهجي من بداية شهر جانفي إلى غاية شهر فيفري، ثم الجانب النظري من بداية شهر فيفري إلى نهاية شهر مارس، وبعدها مباشرة انطلقنا في العمل الميداني وكان ذلك في بداية شهر أفريل، حيث قمنا بإعداد استمارة الاستبيان وتوزيعها على عينة الدراسة ثم قمنا بتفريغ البيانات وتحليلها وتفسيرها، والوصول إلى النتائج، وأخيرا قمنا بتقديم توصيات.

• المجال البشري:

ويقصد به طلبة جامعة محمد الصديق بن يحيى القطب الجامعي تاسوست حيث اخترنا قسم علم النفس من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية البالغ عددهم 359 و قسم العلم التجارية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير البالغ عددهم 458 طالب.

6- تحديد المنهج ونوع الدراسة:

يعرف المنهج بأنه الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه الباحث في بحثه أو دراسة مشكلة والوصول إلى حلول لها أو إلى بعض النتائج.⁽¹⁾

كما يعرف بأنه هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.⁽²⁾

وبما أن دراستنا تسعى لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة فإن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية والتي تقوم على وصف الظاهرة وصفا دقيقا والمسح الدقيق للمعطيات والتعبير عنها بطرق خاصة.⁽³⁾

فهي لا تقتصر فقط على جمع المعلومات وإنما تبويبها وجدولتها وتحليلها وتفسيرها والوصول إلى نتائج دقيقة

وانطلاقا من موضوع الدراسة فقد ارتأينا أن المنهج المناسب لدراسة هذا الموضوع هو المنهج الوصفي وذلك من أجل معرفة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل في تدعيم القيم الدينية.

⁽¹⁾ عبد الرحمان العيسوي، عبد الفاتح محمد العساوي، مناهج البحث العلمي، دم ن : دار الراتب الجامعية، 1996-1997، ص 13.

⁽²⁾ سعد الدين السيد صالح، البحث العلمي ومناهجه النظرية، ط2، القاهرة: مؤسسة الأهرام للنشر والتوزيع، 1993، ص 10.

⁽³⁾ أحمد مرسلبي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص 52.

إذن فالمنهج الوصفي هو المنهج الذي يهتم بوصف الظواهر السلوكية والطبيعية في بيئة معينة وذلك لمعرفة أسبابها وبالتالي:

وضع الحلول المناسبة لها وباستخدام هذا المنهج يتم جمع المعلومات حول الظاهرة المدروسة وتحليلها بهدف التعرف على واقعها الحالي والعلاقات فيما بين عناصرها وغالبا ما يستخدم هذا المنهج في مجال العلوم الاجتماعية.⁽¹⁾

وقد اعتمدنا على هذا المنهج كونه يتناسب مع موضوع دراستنا.

7- أدوات جمع البيانات:

يتم تحديد وسيلة جمع المعلومات وفقا لمجتمع البحث أو العينة المأخوذة منه، بعد أن يتم تجربتها واختبارها، وفي الإطار الميداني أو العملي أو المعياري يتم تجميع المعلومات من مصادرها بمجموعة من الوسائل أو أحدا منها، وذلك وفقا لمشكلة البحث ومتطلبات فروضه أو تساؤلاته الموضوعية.⁽²⁾

ونظرا لتعدد أدوات جمع البيانات اخترنا الاستبيان كأداة مناسبة للدراسة، حيث تعرّف هذه الأخيرة "بأنها عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات وآراء الباحثين حول ظاهرة أو موقف معين، وتعدّ الاستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة الخاصة بالعلوم الإنسانية والاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد".⁽³⁾

وقد اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستبيان لأن مجتمعا كبيرا وذلك بالاعتماد على الدراسات السابقة.

⁽¹⁾ إبراهيم بن عبد الله المسند وآخرون، المكتبة والبحث، السعودية: 2007-2008، ص 17.

⁽²⁾ محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، دروس نظرية وتطبيقات، الجزائر، جامعة جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ص 64.

⁽³⁾ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، الجامعة الأردنية، ط2، 1999، ص 63.

وتتكون استمارة الاستبيان من جزئين أساسيين هما:

الجزء الأول: يتضمن البيانات الشخصية والتي تتمثل في السن، الجنس، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية.

الجزء الثاني: يتكون من ثلاث محاور أساسية:

المحور الأول: يحتوي على مجموعة من الأسئلة حول عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي و الذي يتكون من ثمانية أسئلة .

المحور الثاني: يندرج تحته مجموعة من الأسئلة حول دوافع و حاجات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي حيث يتضمن أربعة أسئلة.

المحور الثالث: يتكون هذا المحور من عدة أسئلة تبين من خلالها إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية اد يحتوي على ثمانية أسئلة

• تحكيم الاستمارة:

بعد الانتهاء من تصميم الاستمارة (الاستبيان) النهائية، يتم عرضها بعد ذلك على مجموعة من الأساتذة والمحكمين في علوم الإعلام والاتصال بالقطب الجامعي تاسوست وهم: الدكتورة هند عزوز والأستاذ ناجي بولهار والأستاذة أمينة بوبصلة، وذلك من أجل معرفة مدى توافق الاستمارة لإشكالية وفرضيات دراستنا، وبعد ذلك يتم تصحيح الاستمارة من حذف وإضافة لمعظم الأسئلة، قمنا بتصميمها في شكلها النهائي، وعرضها مرة أخرى الأستاذة المشرفة، وبعدها مباشرة قمنا بطباعة 121 نسخة وتوزيعها على أفراد العينة هم طلبة قسم علم النفس والعلوم التجارية، بحيث ضاعت منا أربع استمارات لم يتم استرجاعها.

8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة يشمل كامل الأفراد أو الأحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة. (1)

ويشمل مجتمع الدراسة جميع طلبة القطب الجامعي تاسوست، الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وبما أن المجتمع كبير لجأنا إلى أسلوب المسح بالعينات، والذي يستخدم من أجل مساعدة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة وبنسب خطأ قليلة وبالتالي تمكنه من تعميم نتائجه على مجتمع الدراسة. (2)

وبما أن دراستنا تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية، فإن محددة المعاينة الأساسية هي العينة العنقودية، حيث يتم من خلالها أخذ عينة من مجتمع البحث بواسطة السحب بالصدفة لوحداث تشمل كل واحدة منها على عدد معين من عناصر مجتمع البحث. (3)

حيث يتم تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى عناقيد وذلك وفقا للاختيار العشوائي العنقودي.

وبما أن مجتمع دراستنا يتكون من أربعة كليات فنحن قمنا باختيار كليتين عشوائيا وهما كلية العلوم الإنسانية الاجتماعية وكلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، ثم اخترنا من كل كلية قسم عشوائي ثم نأخذ من كل قسم 15% كعينة الدراسة.

قسم علم النفس يتكون من 359 طالب.

$$\text{حجم العينة} = \frac{\text{المجتمع} \times \text{النسبة}}{100}$$

$$\text{حجم العينة} = \frac{15 \times 359}{100} = 54$$

(1) زياد أحمد الطوسي، مجتمع الدراسة والعينات، دم ن، د دن، 2001، ص 3.

(2) رجي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2000، ص 45.

(3) مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الجزائر، دار القصة للنشر، 2004، ص 306.

قسم علوم التجارية يتكون من 458 طالب.

$$\text{حجم العينة} = \frac{15 \times 458}{100} = 67$$

العدد الإجمالي: 121 مفردة

وبشرط يتم توزيع استمارة الاستبيان على الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فقط.

ثالثا: نظرية المفسرة للدراسة:

في هذا الجانب قمنا باختيار النظرية التي تتناسب مع موضوع دراستنا وهي كما يلي:

1- نظرية الاستخدامات والإشباع: وتسمى بنظرية المنفعة، أننا نتعرض وندرك وتذكر الرسائل

السارة لنا والتي تساعدنا في إشباع احتياجاتنا أو تتوقع منها أن تشبع هذه الاحتياجات. (1)

وعلى هذا الأساس كانت البدايات البحوث الأولى لهذه النظرية من خلال تصنيفات الراديو والصحف، حيث افترضت عالمة الاتصال "هيرتا هيرتزوج" وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات وهي: تنافسية، تربوية، التقدير الذاتي، رياضية وإشباع مستمعي الراديو، ومن ناحية ثانية استنتج الباحث "ستثمان" دوافع الاهتمام بالاستماع الموسيقي والراديو و"لازا سفيلد و وولف فيسك" عن تطور الطفل بالفكاهة، بينما "يرلسون" لاحظ استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار وتفسير الشؤون العامة.

من هذا المنطلق انطلقت هذه النظرية بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من هيرتا وهيرتزج عام 1944، والتي هدفت للكشف عن اشباع الجمهور و الراي وتوصلت الى اشباع الحاجات العاطفية. (2)

(1) حميد سميسم، نظريات الاتصال، مكتبة نانسي دمياط، د م ن : 2005، ص 28.

(2) بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 48.

وفي عام 1959 تحدث عالم الاتصال المعروف عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال، والتركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلا من الحديث عن تأثيراتها على الجمهور، واقترح الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دورا وسيطا خلال البحث عن إجابة السؤال: ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟

وتواصلت الجهود البحثية في هذا الميدان حتى وصلت إلى حالة من النضج تبلورت من خلالها عناصر هذه النظرية الجديدة وأهدافها وفروضها ليصبح لها فيما بعد تأثير كبير في أولويات بحوث الإعلام.⁽¹⁾

2-العناصر الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع:

انطلقت نظرية الاستخدامات والإشباع من العناصر التالية:

1-جمهور نشيط.

2-الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام.

3-دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.

4-التوقعات من وسائل الإعلام.

5-إشباع وسائل الإعلام.⁽²⁾

3-فروض نظرية الاستخدامات والإشباع:

وضع كاتر وزملائه من علماء الاتصال خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباع المحققة التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام وهي:

1- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

⁽¹⁾ كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011، ص ص 144 - 145.

⁽²⁾ المشاقبة بسام عبد الرحمان، نظريات الإعلام، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص 88.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

3- أن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.

4- أن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط.⁽¹⁾

ومع ازدهار صناعة الإعلام اعتمد بعض العاملين في مجال الإعلام على هذه النظرية، لتبرير السياسة الإعلامية التي ينتهجونها، إنتاجاً وممارسة، تقوم هذه النظرية على تفسير سلوك الجمهور، اتجاه وسائل الإعلام على أساس من استخدام الأفراد للوسائل، وما يحققه استخدامهم لها من إشباع نفسي وفكري.

بناء على هذه النظرية فإن اهتمامات أفراد الجمهور وعادات المشاهدة عندهم، والغرض الذي يعرضون أنفسهم لوسائل الإعلام من أجله هو الذي يحدد ما ينتج، أو يعرض في وسائل الإعلام، وأن المؤسسات الإعلامية ووسائل الإعلام لا تعتمد إنتاج و بث مواد إعلامية يعينها أنها فقط رغبة المشاهد وميوله الذي يطل هذا النوع من البرامج ويستخدم وسائل الإعلام للحصول عليها، ليتحقق له الإشباع.⁽²⁾

4-تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في الدراسة:

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع من المداخل التي تساعدنا على معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك معرفة دوافع وإسهامات مواقع التواصل

⁽¹⁾ المشاقبة بسام عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 146.

⁽²⁾ منتصر حاتم حسين، إيدولوجيات الإعلام الإسلامي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص ص 145-146.

الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية، ولذلك تم الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباعات لمعرفة الدوافع والمساهمات التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال معرفة إجابات المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت للمفردات العينة إشباعات اجتماعية وأخرى ثقافية ودينية وانطلاقاً من هذه الإشباعات ارتأينا أن نقوم بتقسيم دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي إلى:

- دوافع اجتماعية: والتي تتمثل في التحدث مع الأصدقاء وإقامة علاقات مع أشخاص آخرين، والإطلاع على الأحداث.
- دوافع دينية: تتمثل في توعية الفرد بواجباته وتعاليم الدين الإسلامي الحنيف، وتمييز الثقافة الدينية.

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق ذكره في هذا الفصل يمكن القول بأن الإطار المنهجي للدراسة ساهم بشكل كبير في تحديد المسار الصحيح للباحث، وذلك من خلال تحديد إشكالية دراسته وتساؤلاتها وفرضياتها وأهم العناصر التي يجب عليه ضبطها، باعتبار هذه المرحلة تعمل على تسهيل عمل الباحث وإزالة الغموض الذي يسود موضوع دراسته، إضافة إلى تحديد منهج الدراسة ونوع عينتها وأدوات جمع البيانات، باعتبار أن هذه العناصر من أهم النقاط التي يجب على الباحث إتباعها، إضافة إلى تحديد أهداف الدراسة وأهميتها وأسباب اختيار الموضوع وأخيرا المقاربة النظرية المفسرة للدراسة.

الإطار النظري

تمهيد

أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1-1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

1-2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

1-3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

1-4- نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي

1-5- سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

1-6- إحصائيات وأرقام مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

1-7- الصعوبات والتحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً: القيم الدينية

2-1- خصائص القيم

2-2- تصنيف القيم

2-3- أهمية القيم ووظائفها

2-4- الدين والقيم

2-5- مفهوم القيم الدينية

2-6- خصائص القيم الدينية

2-7- أنواع القيم الدينية

2-8- مصادر القيم الدينية

2-9- أهمية القيم الدينية

خلاصة الفصل

تمهيد:

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الجديدة في مجال المعلومات والاتصالات والاستخدام المتزايد لتطبيقات شبكة الأنترنت تطورا سريعا في كيفية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لمخرجات هذه الشبكة، كما وفرت لهم فضاء افتراضي لتبادل المعلومات والآراء والأفكار، لاسيما بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها الواسع بين الأفراد.

وعلى هذا الأساس تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع استخداما من قبل متصفح هذه الشبكة، فهذه المواقع وفرت خصائص وإمكانيات ميزتها عن بقية المواقع الإلكترونية، كما ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية من خلال ما تعمل على نشره في هذه المواقع.

أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1-1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

ظهرت الشبكات الاجتماعية في أواخر التسعينات مثل class mates.com عام 1995م ، لربط زملاء الدراسة وموقع six Degrees عام 1997م، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال رسائل الخبطة إلى مجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك مواقع الخدمات مشابهة لما يوجد في الشبكات الاجتماعية الحالية، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999-2001 وفي سنة 2002 مع بداية العام ظهرت Friendster التي حققت نجاحاً دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003.⁽¹⁾

وظهرت مع الجيل الثاني الشبكة العنكبوتية العالمية/الويب web، وتتيح الفرص للتواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتماماً مشتركاً، ومن أمثلة هذه الشبكات والمواقع الفاييس بوك وتويتر.⁽²⁾

وفي المدة ما بين عام 2002 م وعام 2004م بلغت شعبية الشبكات الاجتماعية عبر العالم ذروتها، ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية، وسمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض، من صور، وملفات الأصدقاء والأفراد، ويستخدم على نطاق في آسيا ، وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة "Skyrock" كموقع للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية عام 2007م، وقد

⁽¹⁾ ماهر عودة الشمايلية وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015، ص ص 200-201.

⁽²⁾ عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2015، ص 48.

استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع، إذ حصلت على المركز التابع عام 2008 في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.

وقبل ظهور موقع الفيس بوك أنشأ في عام 2003م موقع ماي سبيس "my space" الأمريكي، ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006، وأهم ما يقدمه ماي سبيس وتفاصيل الملفات الشخصية.⁽¹⁾

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات على الشبكة حتى تجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة، والذين يبحثون عن ملفات أو صور اعتماد على صلاحيات الخصوصية التي تمنحها للزوار، وتعمل كشبكة مواقع فعالة جدًا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض، وبعد طول سنوات وبممكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية وهناك الآلاف من المواقع التي تعمل على الصعيد العالمي وهناك شبكات لا تبحث عن الجماهير العريضة، إنما تحدد الدخول إلى جمهور ضيق كما يفعل موقع: Beautiful people لتجعله أكثر انتقائية أو نخوية.⁽²⁾

2-1- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدة مميزات تميزها عن غيرها وهي كالاتي:

1-العالمية: حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب في ببساطة وسهولة.

(1) حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، ص

(2) حاميدة خولة، قاسم مريم، مرجع سابق، ص 25.

- 2- التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل ومستقبل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقينة في الإعلام القديم من المشاهد والقارئ.
 - 3- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.⁽¹⁾
 - 4- التلقائية: يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء، وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية مع الآخرين.
 - 5- قلة التكلفة: إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيس بوك مكتوب مجاني ويبقى مجاني.
 - 6- دعم التجمعات: أي تتوافر في شبكات التواصل الاجتماعي خدمة تتيح للأشخاص بإنشاء مجموعات تشترك بالاختصاص أو الانتماء الديني أو الاجتماعي مثل الفيس بوك.⁽²⁾
 - 7- المرونة: المرونة وانحياز فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل بالاهتمامات المشتركة التي تجمع معا أشخاصا لم يعرف كل منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إلكترونيا
 - 8- اللاتزامنية: حيث تسمح بإمكانية تراسل المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية من دون شرط تواجدها في وقت إرسالها.
 - 9- العالمية أو الكونية: وتعني إمكانية تناقل المعلومات بين المستخدمين على مستوى العالم، وذلك لتوفير كميات ونوعيات من التقنيات التي تسمح بذلك.
- ومن سمات مواقع التواصل الاجتماعي أيضا:

⁽¹⁾ صالح العلي، مرجع سابق، ص ص 147-18.

⁽²⁾ المرجع السابق، ص ص 85-86 .

- أنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة، بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.

- أنها لا تقوم على الجبر أو الالتزام بل تقوم على الاختيار.⁽¹⁾

1-3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

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

• التقسيم الأول:

1- نوع أساسي: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل: المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل: موقع الفاييس بوك، ماي سبيس، وهاي فايف.⁽²⁾

2- مرتبط بالعمل: وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.⁽³⁾

3- مميزات إضافية: هناك بعض المواقع الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر، مثل: موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل: موقع: برايت لايت.

(1) رضا أمين، الإعلام الجديد، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015، ص ص 109 - 110 .

(2) سليمان بكرران ، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، عمان: دار الراسية للنشر والتوزيع، 2015، ص 158.

(3) صالح العلي، مرجع سابق، ص 158.

4- المواقع العربية: من أشهر مواقع العربية الاجتماعية مثل: موقع عربي حيث تم إنشائه في فيفري

2009 وكان مخصص للعرب في ألمانيا فقط، لكنه انتشر بسرعة في الدول العربية.⁽¹⁾

5- الشبكات الاجتماعية والأعمال: لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين

الأصدقاء والأشخاص بل هناك شبكات تجمع صنّاع الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها

وأشهر مثال على ذلك موقع "لكندن" والذي جمع أكثر من مليون مستخدم وأكثر من 150 حرفة

مختلفة ومن خلال تلك الشبكات يمكن للمستخدم كتابة سيرته الذاتية في مجال تعليمه وعمله ويمكن

أن يدعوا أصدقائه لمشاركة أشخاص آخرين ولبدء مجالات عمل جديدة فيما بينهم.⁽²⁾

• التقسيم الثاني:

1- شبكات شخصية: شخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء

صداقات بينهم، مثل: الفايس بوك.

2- الشبكات الثقافية: تختص بفن معيّن وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معيّن مثل: (hibarary

thing).

3- شبكات مهنية: تهتم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق فئات تعليمية تدريبية فاعلة، مثل:

لكندن.⁽³⁾

• التقسيم الثالث:

1 - شبكات داخلية خاصة: تتكون هذه الشبكات مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو

خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة يتحكم في دعوة

الأشخاص فقط وإلى غيرهم من الناس، للدخول للموقع والمشاركة في الأنشطة من تدوين وتبادل

الآراء وملفات والدخول في مناقشات مباشرة، وغيرها مثل: (linkedin).

⁽¹⁾ ليلي أحمد جرار، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2012، ص 220.

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 159 - 160.

⁽³⁾ السلطان مسفر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المسابقة الثانية (فرع

الدراسات والأبحاث)، المملكة العربية السعودية، 2010، ص 10.

2- شبكات خارجية عامة: وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الأنترنت بل صممت لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في الأنشطة بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه، مثل: موقع الفاييس بوك.⁽¹⁾

1-4- نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد العديد من نماذج مواقع التواصل الاجتماعي من أكثرها شهرة وانتشارا ما يلي:

1- الفيس بوك Facebook:

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتحاوب كبير من الناس وخصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 في جامعة "هارفارد" في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى مارك زوكربيرج محضور في الجامعة وبحدود أصدقاء الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر.⁽²⁾

وبعدها انتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة وظلت مقتصرة على عدد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة.⁽³⁾

حيث بلغ العدد الشهري للمستخدمين النشطين للموقع 1.44 مليار نهاية 2010/3، بحوالي 75 لغة، ويقضي هؤلاء المستخدمين جميعا أكثر من 700 مليار دقيقة على الموقع شهريا، وحقق الموقع رقما قياسيا يوم الإثنين 2010/08/24، حيث دخل الموقع مليار مستخدم في يوم واحد.

ومن بين الإحصاءات حول الموقع في 2011 أنه بلغ متوسط عدد الأصدقاء لكل مستخدم 130 صديقا، و48% من المستخدمين تتراوح أعمارهم بين (18-34) سنة.

⁽¹⁾ علي حوش، محمد بوزريعة، استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، مذكرة ماستر: قسم إعلام واتصال، جامعة جيجل، 2016-2017، ص 39-40.

⁽²⁾ علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، القاهرة: دار التعليم الجامعي، 2015، ص 160.

⁽³⁾ محمد خيروت يوسف، مرجع سابق، ص 141.

إذن يعد الفيس بوك واحدا من أوائل شبكات التواصل الاجتماعي ويزيد عمره على عشر سنوات، وله شهرة واستخدام وتأثير على مستوى العالم.

وهنا يمكن القول بأن الفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد ثمانية سنوات من عمره أكثر من 905 مليون مشترك في كافة أنحاء العالم.⁽¹⁾

وهنا يمكن القول بأن الفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد ثمان سنوات من عمره أكثر من 905 مليون مشترك في كافة أنحاء العالم.⁽²⁾

2- اليوتيوب youtube:

يوتيوب موقع الكتروني يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية ومشاهدتها، ومشاركتها والتعليق عليها، وغير ذلك.⁽³⁾

ويعتبر اليوتيوب أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، ويرى الباحث بأنه هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل) يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزور الملايين يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها.

(1) مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب "تويتر نموذجا"، الرياض: دار المحتسب للنشر والتوزيع، 2017، ص ص 26-28.

(2) جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم "رؤية تحليلية"، عمان: دار المنهجية للنشر والتوزيع، ص ص 38-39.

(3) المرجع السابق، ص 37.

تم تأسيس هذا الموقع من قبل ثلاث موظفين كانوا يعملون في شركة "باي بال" عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية.⁽¹⁾

وتذكر موسوعة ويكيبيديا أن أول فيديو وضع على اليوتيوب يحمل عنوان (أنا في حديقة الحيوان) في 23 أبريل 2005، وتستند موسوعة ويكيبيديا إلى موقع Alexa في إحصائية حول اليوتيوب أنه أصبح ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد يا هو وغوغل.⁽²⁾

كما يمكن لهذه الوسيلة بما تملكه من قوة في التعبير والتأثير عن طريق الصوت والصورة أن تخدم كافة قضايا الأمة العربية والإسلامية فعن طريق مقاطع اليوتيوب يمكن الدفاع عن العرب والمسلمين، وإظهار الصورة الحقيقية لهم كشعوب متحضرة محبة للسلام ومنفتحة على الشعوب والأمم الأخرى، كذلك يمكن مواجهة كافة ما تبثه أجهزة الإعلام المعادية تشويه صورة العرب والمسلمين والإضرار بقضاياهم العادلة، كما يمكن عن طريق هذه الوسيلة توثيق الجرائم التي ترتكب ضد العرب المسلمين في كثير من البلدان، وإطلاع العالم عليها.⁽³⁾

ولقد أصبح موقع الويب أكثر تطوراً وأسرع نمواً من أي وقت مضى... كما أن الويب على المستوى العالمي أصبح لا يعترف إلا بالتميز والابتكار والتفرد، فمن يريد النجاح عليه أن يعمل من أجله ولن يحققه إلا من يعطيه حقه وأصبح اليوتيوب كمستضيف لملفات الفيديو الرقمية للراغبين في مشاركتها عبر الويب فإن اليوتيوب قد أضاف الكثير من المميزات والخواص في وسط جو حافل بالمنافسة، فموقع اليوتيوب يقدم خدمات بشكل مجاني تعتمد على مصادر دخل أخرى تتمثل في الإعلانات والرعاية.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ المرجع السابق، ص 177.

⁽²⁾ صالح العلي، مرجع سابق، ص 472.

⁽³⁾ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 136.

⁽⁴⁾ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2011، ص ص

3- موقع تويتر Twitter:

هو موقع يقدم خدمة تدوين مصغر ويسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم كحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيادة ملف المستخدم الشخصي، كما يمكن استقبال الردود والتحديثات.⁽¹⁾

كانت بدايات هذه الخدمة المصغرة في أوائل عام 2006م، عندما أقدمت شركة (obvions) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر، وأتاحت استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في نفس العام، وبعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما يطلق عليه (توتر) وذلك في أبريل 2007.⁽²⁾

ويمكن للراغبين الاشتراك في تويتر بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحاسب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني.

لقي تويتر استحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والانترنت، إلا أن الموقع تعرض للكثير من الصعوبات في النصف الأول من عام 2008 بزيادة فترات توقف الموقع عن العمل لعدة أسباب، إما لزيادة عدد المستخدمين على الموقع، أو بسبب أعطال في خوادم الموقع، أو قواعد البيانات مما اضطر الكثيرون إلى البحث عن بديل لتويتر يلبي رغبتهم (الموسوعة الحرة).⁽³⁾

⁽¹⁾ نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة

دراسات و أبحاث ، العدد 11 ، جامعة الجلفة ، الجزائر : ص 63

⁽²⁾ علاء الدين محمد عفيفي، مرجع سابق، ص 172.

⁽³⁾ محسن بن جابر بن عواض الزهراني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العلمية

واتجاهاتهم نحوها، أطروحة دكتوراه في المناهج وطرق التدريس : قسم المناهج وطرق التدريس، الفصل الثاني، جامعة ام القرى ، 2013، ص19.

4- ماي سبيس my space:

ماي سبيس موقع الكتروني لشبكة اجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء والاحتفاظ بمدونة شخصية والانضمام إلى مجموعات وتقاسم الصور و أشرطة الفيديو، وفي مقدور مستخدمي شبكة ماي سبيس تكليف صفحاتهم وفق خياراتهم الخاصة باستعمال نظام لغة تأثير النص الفائق، مما يمثل خدمة متميزة لا تقدمها مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى، ومن ميزات ماي سبيس "النشرة" التي تتيح للمستخدمين نشر الرسائل بشكل يمكن جميع المستخدمين الموجودين ضمن قائمة الأصدقاء من الإطلاع عليها.⁽¹⁾

ويعتبر ماي سبيس سادس أكبر موقع على الويب الإنجليزية شعبية في العالم، وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية فهو من أقوى مواقع الشبكات الاجتماعية إذ حاز على اهتمام الكثيرين عام 2006، ولكن شعبية الموقع بدأت بالتراجع بعد أن قامت شركة نيوز كويب، والتي يملكها إمبراطور الإعلام رويت مردوخ واستمرت شعبية الموقع بالتراجع خاصة بعد ظهور الفاييس بوك حيث جذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد اضطرت شركة نيوز كويب إلى بيع موقع ماي سبيس بسعر زهيد جدا قريبا والذي يعادل 35 مليون دولار.⁽²⁾

1-5- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

بما أن لكل شيء إيجابيات وسلبيات فإن مواقع التواصل الاجتماعي لها إيجابيات وسلبيات، حيث تضاربت الآراء على قبول أو رفض لانتشار المواقع الاجتماعية على الشبكة العنكبوتية وعلى هذا الأساس نذكر إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

● إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- إمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة.

⁽¹⁾ ماهر عودة الشمايلة وآخرون، مرجع سابق، ص 213.

⁽²⁾ علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 80.

- بالإمكان استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري من خلال استخدام خاصية الصفحات التي تتوفر في معظم الشبكات وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية وتوفر لك فرصة للانتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة.
- اكتساب المعارف الجدد والمتنوعين، فكانت الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة به.⁽¹⁾
- منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وآرائهم التي عادة ما تجد الكثير من المعجبين بها ما يزيد ثقة الفرد بنفسه.⁽²⁾
- تضع العالم بأكمله بين المستخدمين وبسهولة كبيرة يصل إلى حيث يشاء.
- تسمح للمشارك بالبوح بكل ما في نفسه من دون خجل أو خوف.
- كسر احتكار مجموعات شبابية معينة للعمل الشبابي، إما لصلاتهم مع المسؤولين عن الأجهزة الحكومية المعنية بالشباب أو لاعتبارات سياسية أو طائفية منعت دمجهم في صنع القرارات الشبابية، وثم ذلك عن طريق إتاحة الانترنت ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن جميع أصوات الشباب بكل حرية دون السيطرة عليها.⁽³⁾
- إذابة الفواصل الطبقيّة: إذ توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للاتصال بالدعاة، وطلبة العلم، والأدباء، والعلماء بصورة مباشرة دون وسائط.⁽⁴⁾

● سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- إضعاف الذاكرة اللغوية العربية: إن كثرة استخدام وسائل التواصل الإلكتروني عبر الكتابات النصية والأوامر الإلكترونية تؤدي إلى زعزعة منظومة المفردات اللغوية للفرد، بسبب عدم التواصل الطبيعي.

(1) سليمان بكر كران، مرجع سابق، ص 163.

(2) صالح العلي، مرجع سابق، ص ص 148-149.

(3) يوسف ورداني، ثقافة الشباب بين تحديات وعجز الدولة، متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:

<http://www.alwaref.org>، تمت الزيارة يوم 2018/04/05م.

(4) رضا أمين، مرجع سابق، ص 87.

- إدمان وسائل التواصل يؤدي إلى تلف الخلايا الدماغية: يؤدي الإدمان إلى إرهاق العين الباصرة، كما يؤدي إلى تلف جزئي للخلايا الدماغية، يرتبط الإدمان على الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بتغيرات في الدماغ.
- إضعاف التركيز الذهني ومحو الذاكرة.⁽¹⁾
- إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات من القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية.
- الإدمان على هذه المواقع، حيث تخلق شبكات التعارف جوا من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها.
- إمكانية الوقوع في مغبة عمليات منظمة من النصب والاحتيال.⁽²⁾
- إعطاء معلومات غير دقيقة ومضللة في بعض الأحيان تتعارض مع الثقافة المحلية.
- ضعف مهارات التواصل وتزيد من الكسل والخمول.
- تقلل التفاعل الشخصي بين الناس.⁽³⁾
- ضعف الثقة: لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها ولا يشعر بالأمان فيه.
- العزلة الاجتماعية عن العالم الواقعي: لهيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ شبكات التواصل الاجتماعي (منصات للحرب الأمريكية الناعمة)، د.م.ن: جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، 2016، ص 33-34.

⁽²⁾ سليمان بكر كران، مرجع سابق، ص 164.

⁽³⁾ هناك سرور، جلسة: وسائل التواصل الاجتماعي وإثراء المحتوى القوي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة.

⁽⁴⁾ رضا أمين، مرجع سابق، ص 88.

1-2- إحصائيات وأرقام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي:

رغم الاتهامات التي تطارد هذه المواقع من انتهاك الخصوصية إلى التحسس على البيانات الشخصية للمستخدمين، إلا أن قوتها تزداد يوماً بعد يوم ويزداد تعلق المستخدمين بها، والدليل على ذلك ارتفاع نسبة مستخدمي موقع "فيس بوك" حيث وصل عدد مستخدمي موقع الفاييس بوك في العالم العربي إلى 43 مليون مستخدم مع نمو واضح في استخدام اللغة العربية ضمن وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك وفقاً لأحدث نتائج تقرير الإعلام الاجتماعي العربي.

وتفيد الإحصائيات بأن نسبة مستخدمي الفاييس بوك من سكان العالم العربي ارتفعت من 4% منذ عامين إلى حوالي 12% اليوم، 70% منهم من شريحة الشباب.⁽¹⁾

نستنتج من هذه الإحصائيات أن نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تزداد يوماً بعد يوم رغم الاتهامات التي تتعرض لها هذه المواقع، وأن فئة الشباب هم الأكثر تعرضاً لهذه المواقع.

كما كشفت أحدث البيانات الصادرة عن الشركة الإعلامية we are social ومنصة إدارة حسابات التواصل الاجتماعي Hoot suite عن تجاوز عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم حاجز الثلاثة مليارات شخص، وفيما يلي يرصد مجموعة من الأرقام توضح عدد مستخدمي الأنترنت في العالم، ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من الحقائق الأخرى كما يلي:

- ما يصل إلى 3.028 مليار شخصي نشطين على شبكات التواصل الاجتماعي.
- هناك 2.780 مليار شخص يستخدمون الهواتف لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي.

⁽¹⁾ صالح العلي، مرجع سابق، ص 150.

- كما ارتفع عدد مستخدمي الهواتف لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي بما يصل لـ 82 مليون شخص بنسبة 3%⁽¹⁾.

1-7- الصعوبات والتحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي:

رغم الخدمات الكبيرة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي إلا أنها تواجه العديد من الصعوبات والتحديات التي تنعكس سلبا على المستخدم منها:

- **ضعف الإنتاجية:** اعتاد الناس على استخدام المواقع الالكترونية لتنظيم وتوسيع حياتهم الاجتماعية، ولكن ذلك يكون على حساب الإنتاجية والعمل فهي ليست مرغوبة عند أرباب العمل.

- **صعوبة المغادرة:** بالرغم من وجود خيارات الحذف في مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن كثيرا من المستخدمين اكتشفوا أنه من المستحيل إزالة أنفسهم بشكل كامل من هذه المواقع.

- **انعدام الخصوصية وضعف الأمان:** باستطاعة مواقع التواصل الاجتماعي أن تبيع معلومات المستخدم الشخصية لأي شخص، والملكية الفكرية مهددة فيها، فأعمال الكثير من الفنانين والكتاب لا يعرف مصيرها، وطبيعة الاستخدام البسيط لهذه الشبكات وضعف عامل الأمان على الخصوصية.

- **تزيين المحتوى:** تقييم المصدقية في مواقع التواصل الاجتماعي يكون أكثر تعقيدا من محتويات وسائل الإعلام العادية بسبب تعدد مصادر المحتويات عبر الشبكة.⁽²⁾

ثانيا: القيم الدينية

تعتبر القيم من المواضيع المهمة في الحياة البشرية لأنها الأساس في فهم اتجاهات ودوافع الأفراد وميولاته كما تسعى للحصول على سلوكيات الفرد وتصرفاته في المجتمع وتهدف للمحافظة على

⁽¹⁾ متاح على الرابط الالكتروني: <http://www.youm7.com/story/2017> تمت الزيارة يوم 2018/02/16

⁽²⁾ حما يديدة حولة، قاسم مريم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيسبوك لجمعية ناس الخير، ، مذكرة ماستر: قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014-2015، ص 35.

العادات والتقاليد وتعزيز الروح التضامنية التي تربط الأفراد ببعضها البعض، إذ تساهم في تكوين مجتمع محافظ وذلك لما تتضمنه من مميزات وتصنيفات.

2-1- خصائص القيم:

للقيم مجموعة من الخصائص نذكر البعض منها وهي:

- أنها نفسية: أي أنها تختلف عند الشخص لحاجاته ورغباته وتربيته وظروفه كما لا بد أن تختلف أيضا من شخص إلى آخر ومن زمن إلى آخر ومن مكان إلى آخر.
- أنها ليست من وضع شخص معيّن، بل هي حصيلة تجربة اجتماعية.
- ليست صفات مجردة بل يتوصل إلى معرفتها عن طريق دراسة أنماط السلوك التي تعبر عن هذه القيمة.
- لها صفة التغيير والتطور على الرغم من بطئه، وهذا التطور يتم نتيجة عوامل داخلية سكانية أو اقتصادية أو فكرية أو عوامل خارجية.⁽¹⁾
- مجردة أي غير محسوسة، فالعدل في حد ذاته لا نلمسه، ولا نشاهده، ولكن لكل قيمة مؤشرات عليها.
- تكتسب من البيئة التي تحيط بالفرد، وهذا ما بيّنه حديث الرسول (صلى الله عليه وسلم) ((ما من مولود إلا بولد على الفطرة؛ فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه))، فالحديث الشريف يبين أن الفطرة قيمة عظيمة.
- القيم موجّهات لسلوك المجتمع الذي تسود فيه، وهي تعمل بصورة متكاملة، فقيمة التعاون في مجتمع إسلامي ترتبط بالعبادة وبسائل القيم الإسلامية الأخرى.⁽²⁾

(1) خالد محمد أبو شعيرة، نائر أحمد غباري، مرجع سابق، ص 50.

(2) سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، عمان: دار عالم الكتب الحديث، 2008، ص 36.

2-2- تصنيف القيم:

اختلف العلماء والفلاسفة في تصنيف القيم تصنيفا شاملا ودقيقا والسبب في ذلك هو تباين الاهتمامات والمصالح الروحية والاقتصادية والسياسية، ومن أبرز هذه التصنيفات نذكر ما يلي:

• تصنيف سبرنجر **springer**: يعد من أشهر التصنيفات في مجال القيم حيث صنفها طبقا لبعدها المحتوى.

1- التصنيف على أساس المحتوى: وهو الأكثر شمولا حيث ميز بين ستة أنواع من القيم وهي كالاتي:

أ- قيم نظرية: وتتمثل في اهتمام الفرد بالعالم المحيط به، وسعيه إلى معرفة القوانين التي تحكم الظواهر، وأن الأشخاص يتسمون بنظرة نقدية موضوعية معرفية تنظيمية، وهم في العادة الفلاسفة والعلماء، أي الفئة التي تكتسب اتجاهها معرفيا معينا كمنطلق لها.

ب- القيم الاقتصادية: وتمثل ميل الفرد إلى ما هو نافع على أن يكون العالم المحيط به هو وسيلة لتحقيق الثروة وزيادة الإنتاج والاستثمار وأن أهم من يتبعها هو رجال المال والأعمال.

ج- القيم الاجتماعية: وتتمثل في ميل الفرد إلى غيره من الناس، يتجسد في مساعدتهم وتقديم يد العون لهم، حيث أن هذه الفئة تسودها قيم مزدوجة بالعطف والحنان.⁽¹⁾

• تصنيف القيم حسب مقياس "روكيتش": نسبة إلى عالم النفس الاجتماعي "روكيتش ميلتن" صنفها إلى صنفان هما:

أ- القيم النهائية: والتي يسعى الفرد إلى تحقيقها في حياته وتحتوي على ثمانية عشرة قيمة منها الصداقة الحقيقية، الحب الناضج، الاحترام الذاتي، السعادة، الحرية، الاعتراف الاجتماعي، الحكمة، الأمن العائلي، الإحساس بالإنجاز، الحياة المريحة... الخ.

⁽¹⁾ محمد الفاتح حمدي، مرجع سابق، ص ص 68-69.

ب- القيم الوسائلية: يستخدمها الفرد قصد الوصول إلى القيم النهائية وتشمل ثمانية عشر قيمة منها: الطموح، الرقابة الذاتية، الأدب، النزاهة، الاستقلالية، اتساع الأفق، المنطق، الطاعة، المساعدة، المسؤولية.⁽¹⁾

● تصنيف وايت: تضمن ثماني مجموعة متجانسة من القيم وهي:

- 1- القيم الاجتماعية: التعاون، المسؤولية...
- 2- القيم الوطنية: الحرية، استقلال، الوحدة.
- 3- القيم الأخلاقية والدينية: الصدق، العدالة، الدين، الطاعة.
- 4- القيم الترويحية: التسلية، اللعب، الإثارة، الجمال، المرح...
- 5- قيم تكامل الشخصية: التكيف والأمن الانفعالي، السعادة، التحصيل والمدح، السيطرة...
- 6- القيم المعرفية: وتتضمن الذكاء، الثقافة...
- 7- القيم الجسمانية: الطعام، الراحة، النشاط، الصحة، الرفاهية...
- 8- القيم العملية الاقتصادية: وتتمثل في العمل، الضمان الاقتصادي...⁽²⁾

● تصنيف القيم حسب شيوعها: وتنقسم القيم من حيث درجة شيوعها وانتشارها إلى قسمين:

أ- القيم العامة: وهي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله.

ب- القيم الخاصة: وهي القيم المتعلقة بمناسبات اجتماعية معينة أو بمناطق محدودة أو بطبقة أو بجماعة خاصة.⁽³⁾

ج- القيم الجمالية: تتمثل هذه القيم الجمالية في اهتمام الفرد وميله إلى كل ما هو جميل والقدرة على الإبداع والابتكار لأن هذه القيمة يتبناها الفنانون والمبدعون والمبتكرون.

(1) عبد الرحمان عزوي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، تونس: دار المتوسطة للنشر، 2013، ص 80.

(2) الطاهر بوغازي، القيم التربوية "مقاربة نسقية"، الجزائر: منشورات الحبر، 2010، ص 39.

(3) صالح محمد أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط8، د.م.ن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012، ص 210.

د- القيم السياسية: وتتمثل في السلطة السياسية في ميل الفرد للحصول على القوة، وحب السيطرة والتسلط والتحكم في الأشياء والأشخاص، ولا يعني ذلك أن الذين يمتازون بهذه القيم يكونون من رجال الحرب والسياسة.

هـ- القيم الدينية: ويقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهري، فهو يرغب في معرفة أصل الإنسان ومصيره، وتتمثل هذه القيم في النظرة الخلفية للأمور والإيمان بكل ما يتعلق بالأديان.⁽¹⁾

2-3- أهمية القيم ووظائفها:

احتلت القيم أهمية كبيرة في الآونة الأخيرة وذلك من خلال قيامها بعدة وظائف وتمثلت هذه الأهمية فيما يلي:

- المساهمة في تحديد الطريقة التي يعرض بها الفرد نفسه للآخرين.
 - العمل على تحقيق التلاؤم بين الفرد والمحيط الاجتماعي الذي يتعامل معه.
 - تزود الفرد بالإحساس بالغرض لكل ما يقوم به وتساعد في توجيهه للوصول نحو ذلك الغرض.
 - تهيء الأساس للعمل الفردي والجماعي الموحد.
 - تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين وماهية ردود أفعالهم.
 - توجد لدى الفرد القدرة على الإحساس بالصواب والخطأ.
 - تساعد الفرد على تحمل المسؤولية اتجاه حياته، ليكون قادرا على تفهم كيانه الشخصي.⁽²⁾
- إضافة إلى ذلك هناك عدة وظائف أخرى يمكن إجمالها فيما يلي:
- تعمل كمعيار لتوجيه القول والفعل والسلوك الصادر عن الأفراد في المواقف المختلفة.

⁽¹⁾ حسين عبد الحميد أحمد رشوان، الاتجاهات والنظريات العلمية، دراسة في علم اجتماع العلم، د.م.ن: دار الكتب والوثائق القومية، 2015، ص ص 105-106.

⁽²⁾ صالح محمد أبو جادو، المرجع السابق، ص 207.

- الوصول إلى التكامل أو التضامن في المجتمع، من خلال نسق القيمة العامة التي تعطي شرعية لمصالح الأهداف الجمعية وتحدد المسؤولية.
- تعمل على تنظيم المجتمع وضبطه واستمراره، والحفاظ على هوية المجتمع وثقافته.
- المساعدة على التكيف مع الأوضاع المستجدة للفرد، وبناء الشخصية الفردية.
- تساعد في حل الصراعات واتخاذ القرارات، وذلك أن القيم هي مجموعة من المبادئ التي يستعملها الفرد لتساعده على الاختيار بين البدائل المختلفة.⁽¹⁾

4-2- الدين والقيم:

من الأمور المقررة أنه ما من مجتمع يخلو من دين ولم يكن الدين أبدا منفصلا عن الحياة الاجتماعية، ففي كل الديانات سواء كانت من قبيل الوحي الإلهي أو من وضع البشر نجد اختراق ديني للنظم الاجتماعي، يؤثر في القيم والأخلاق والعادات والتقاليد والآداب مع تفاوت في الشمول والعمق، ويبقى الدين حتى في صورته البشرية الأسطورية مطلبا فطريا وضرورة اجتماعية لأنه يلي حاجة الإنسان الفطرية للاعتقاد، لأنه كذلك يمثل أكبر عامل ضبط اجتماعي يضمن تماسك المجتمع واستقراره ونظامه، والإسلام وحده من بين كل الديانات التي عرفتها البشرية يملك من بين ما يملك من الخصائص والمميزات خاصية التوحيد الخالص التي تجعل منه الدين الحق المناسب للفطرة البشرية، ولما جاء الإسلام يحتوي العقيدة والشريعة والعبادة دون فصل بينها، فهو بذلك يمثل منهجا كاملا متكاملا للحياة، وقد أقام في الوقت ذاته منظومة أخلاقية وقيمية تستجيب لمطالب الفطرة البشرية، فالأخلاق الإسلامية ترتفع بالإنسان إلى مستوى التكريم الإلهي وتعمل على تناسق مصالح الفرد وتكاملها مع مصالح المجتمع وهيئاته ومؤسساته، بهدف تحقيق الأمن والسعادة للفرد والمجتمع على السواء، والقيم الإسلامية تجعل منه إنسانا كاملا الذي تصير حياته روحانية موقوفة على خدمة المطلق والجهد في سبيله.

⁽¹⁾ ماجد الزبود، مرجع سابق، ص ص 26-27.

وبالتالي فإن ارتباط القيم بالدين ليس رغبة ذاتية أو أملا فلسفيا، وإنما هو حقيقة واقعية، فالدين

هو مصدر القيم.⁽¹⁾

2-5- مفهوم الدين:

يدور حول محور التوحيد، والاستسلام والتسليم الكامل لله تعالى، وعبادته قولاً وفعلاً والإيمان بما جاء في كتاب الله، والسنة النبوية الشريفة، والإلزام بالعقائد والأحكام، والتشريعات والأوامر والنواهي التي حددتها الشريعة.⁽²⁾

2-6- مفهوم القيم الدينية:

هي تلك المفاهيم و المبادئ التي تسود لدى الأشخاص المتدينين و المتأثرين بالأحكام الدينية و السعي وراء رضا الله عز وجل و تنفيذاً لأوامره و الاهتمام باخترتهم أكثر من ديانتهم، اد أن تأثرهم الشديد يكون برجال الدين و الزاهدين الصالحين.⁽³⁾

2-7- خصائص القيم الدينية:

1- الربانية:

تعتبر سمة الربانية السمة الأولى من سمات وخصائص القيم الأخلاقية الإسلامية، فالقيم الأخلاقية في الإسلام تستمد من القرآن الكريم والسنة النبوية، وهي تربط سلوك الإنسان وتصرفاته المختلفة

⁽¹⁾ بن منصور اليمن، دور القيم الدينية في التنمية الاجتماعية، مذكرة ماستر: قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009-2010، ص ص 30 - 31.

⁽²⁾ متاح على الرابط الإلكتروني الآتي: <http://mawdoo3.com>، تمت الزيارة، يوم: 2018/04/08.

⁽³⁾ متاح على الرابط الإلكتروني الآتي: <http://www.almratimrsol.com/post> . يوم 2018/06/25.

بأسس العقيدة الإسلامية قال تعالى: ﴿وَلَوْ كَانَ مِنْ عِنْدِ غَيْرِ اللَّهِ لَوَجَدُوا فِيهِ اخْتِلَافًا كَثِيرًا﴾⁽¹⁾
وربانية القيم الدينية يقصد بها أمران:

- ربانية المصدر والمنبع، وربانية الوجهة والغاية.

- ربانية القيم الخلقية تتمثل في الغاية العظمى من وجود الإنسان والكون وهي عبادة الله عز وجل.

2- الشمول والتكامل:

من خصائص القيم الأخلاقية أنها تتميز في الإسلام بالشمول حيث تراعي عالم الإنسان وما فيه، والمجتمع الذي يعيش فيه، وتحدد أهداف حياة الإنسان وغايتها، كما تميزت بالتكامل في القيم الأخلاقية وذلك أنها جمعت بين النفع وافصلاح للحياة الفردية وأيضاً الحياة الجماعية، إن القيم الأخلاقية بلغت (من التكامل والصلاحية حداً مثالياً).

وخاصية الشمول والتكامل لم تقتصر على كونها شملت كل فضيلة تنفع الفرد والمجتمع بل إنها امتدت من الحياة الدنيا إلى الحياة الآخرة التي يكون فيها الجزاء والثواب.⁽¹⁾

3- الوسطية والاعتدال:

لقد اتصفت القيم التربوية الإسلامية بالوسطية والتوازن والاعتدال، فقد جعل الله الوسطية سمة من سمات الأمة الإسلامية، قال تعالى: ﴿وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا﴾.⁽¹⁾

⁽¹⁾ علي بن مسعود أحمد العيسى، تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب المرحلة المتوسطة من وجهة نظر معلمي التربية الإسلامية بمحافظة القنفذة، رسالة ماجستير: قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية، 1429-1430، ص ص 100-101.

تتماز المبادئ والقيم في التربية الإسلامية بالوسطية والاعتدال، فلا غلو ولا جنوح، بل توازن واعتدال في كل أمور الإنسان الدينية والدنيوية

4- الاستمرارية والتجديد : إن الاستمرارية والتجديد في التربية الإسلامية ترجع إلى سعة الشريعة الإسلامية، حيث المبادئ والقواعد الرئيسية إضافة إلى فتح باب الاجتهاد والقياس في الأمور الفرعية والجزئية؛ فالقيم التربوية الإسلامية خالدة حيّة متجددة، خلافا لمبادئ النظريات التربوية الوضعية التي تحكم بزمن معين ومكان محدد.⁽²⁾

أما في دين الإسلام فإن الأخلاق الحسنة مطلوبة محمودة مثاب عليها، والمراد بالأخلاق هنا أوسع مما هو متعارف عليه بين الناس حيث أن الأخلاق تشتمل على جميع أنواع المعاملة:

- 1- معاملة العبد مع ربه بالحياء منه والأدب معه والشكر له وغير ذلك.
- 2- معاملته مع الخلق، بالأمانة والعدل والمسؤولية والتواضع وغير ذلك.
- 3- معاملته مع نفسه بالعفة والنزاهة والتكريم وعلو الهمة.⁽³⁾

2-8- أنواع القيم الدينية:

تعتبر القيم الدينية مجموعة من الأخلاق التي تصنع نسيج الشخصية الإسلامية وتجعلها متكاملة، وقادرة على التفاعل الحي مع المجتمع والتوافق مع أعضائه، والقيم الدينية في مجموعها نوعان:

⁽¹⁾ سورة البقرة، الآية 143.

⁽²⁾ الطيب أحمد عبد الصمد الشنقيطي، الأساليب النبوية لتنمية القيم الإيمانية لدى الشباب المسلم في ضوء التحديات المعاصرة، رسالة ماجستير في التربية الإسلامية والمقارنة : قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى، 1428-1429، ص 64.

⁽³⁾ سعيد بن ناصر الغامدي، أخلاقيات العمل، ضرورة تنمية ومصلحة شرعية، إدارة الثقافة والنشر، ص 32.

1- القيم السلبية: وهي قيم التحلي وتتجلى في هجر ما نهى الله عنه من شرور وموبقات كشرب الخمر والكذب والسرقة... الخ.

2- القيم الإيجابية: وهي القيم التي كلف الفرد بالتحلي وأخذ نفسه بمقتضياتها مثل: الصدق والأمانة والرحمة والكرم وحسن الجوار. (1)

أما أبو العينين فقد صنّف القيم الدينية (القيم الإسلامية) إلى:

- قيم روحية وعقدية كقيم الإيمان بالله وقيم الجهاد في سبيله.
- قسم خلقية كقيم العدل وقيم الأمانة وقيم الصدق.
- قيم عقلية تتعلق بقيم المعرفة مثل قيم التفكير وقيم التخطيط.
- قيم وجدانية مثل قيم ضبط النفس وقيم الحب.
- قيم اجتماعية مثل قيم بر الوالدين وقيم الإحسان للجيران.
- قيم مادية مثل قيم ترشيد الاستهلاك وقيم الاعتناء بالجسم.
- قيم جمالية مثل قيم الجمال وقيم النظافة وقيم النظام. (2)

أما الحميد الهاشمي وفاروق عبد السلام فصنّف القيم الدينية (القيم الإسلامية) إلى:

- قيم متصلة بعلاقة الإنسان مع ربه.
- قيم متصلة بعلاقة الإنسان مع الآخرين. (3)

❖ من حيث الإطلاق والنسبية:

(1) سامية حمريش، القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري، رسالك ماجستير في علم الاجتماع الديني: قسم علم الاجتماع، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009-2010، ص 31.

(2) بن منصور اليمن، مرجع سابق، ص 59.

(3) فؤاد علي العاجز، عطية العمري، القيم وطرق تعلمها وتعليمها؛ دراسة مقدمة إلى مؤتمر كلية التربية والفنون تحت عنوان "القيم والتربية في عالم متغير"، جامعة اليرموك، عمان: 1999، ص 9.

- القيم المطلقة: هي القيم الثابتة المستمرة التي لا تتغير فيها الزمان والمكان ولا مجال فيها للاجتهاد وعلى المسلم التسليم وتقبلها والعمل بمقتضاها ومصدرها الكتاب والسنة.
- القيم النسبية: ترتبط بما لم يرد فيه نص صريح وتخضع للاجتهاد دون تعارض مع النص وبتغير الزمان والمكان.

❖ من حيث تحقيق المصلحة:

وتتعلق بحفظ الكليات الخمس المتمثلة في:

- الدين: تتجسد القيم هنا في صلة الإنسان بربه.
- العقل: تتجسد القيم هنا في الجوانب العقلية والفكرية في حياة الإنسان.
- النفس: موضوع القيم هنا حياة الإنسان وصلته بنفسه.
- المال: تتجسد القيم هنا في صلة الإنسان بالمكاسب والأشياء.
- النسل: موضوع القيم هنا صلة بغيره.

❖ من حيث المجالات: وتنقسم إلى:

- مجال العقيدة: ويشمل قيم المعاملات والإيمان.
- مجال علاقة الفرد بغيره من البشر: وتشمل قيم التعامل مع الآخرين من صدق القول والعمل وغيرها.

- مجال علاقة الإنسان بالكون: وتشمل القيم العلمية من التدبير والتخطيط والعمل وغيرها.⁽¹⁾

❖ من حيث درجة الإلزام:

- قيم إلزامية: وهي القيم الملزمة لكل فرد في المجتمع.

(1) سلمى حميدان، القيم الإسلامية في الدراما التاريخية العربية التلفزيونية "دراسة تحليلية وميدانية"، أطروحة دكتوراه في الإعلام الثقافي: قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة، 2018، ص ص 55-

القيم التفضيلية: وهي قيم تشجع الفرد على الاقتداء بها والسير تبعاً لها.⁽¹⁾

2-9- مصادر القيم الدينية:

1- القرآن الكريم:

هو كتاب الله عز وجل الذي نزل على النبي صلى الله عليه وسلم بألفاظه ومعانيه ليكون حجة للرسول على أنه رسول الله تعالى ودستوراً للناس يهتدون بهداه، وقربة يتعبدون بتلاوته، وهو المدون بين ضفتي المصحف المبدوء بسورة الفاتحة المختوم بسورة الناس، المنقول إلينا بالتواتر كتابة ومشاهدة جيلاً عن جيل محفوظاً من أي تغيير أو تبديل.

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 والقدر خيره وشره.

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

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

● **العبادات:** ويقصد بها تنظيم علاقة الإنسان بربه.

● **المعاملات:** ويقصد بها تنظيم علاقات الناس ببعضهم بعض سواء كانت علاقات أفراد أو أمم أو

جماعات وهذه تضم أخلاقاً تتصل بالأسرة والقضاء ونظام الحكم، ومعاملات الدولة الإسلامية،

معاملات غير مسلمين، كما تضم أخلاقاً تتصل بالنواحي المادية والاقتصادية.⁽²⁾

(1) سامية حمريش، مرجع سابق، ص 51.

(2) أيسر فائق جهاد الحسيني الألويسي، الأخلاق في الكتاب والسنة المادة المقررة للمرحلة الرابعة/ الكورس الثاني، قسم

العقيدة والدعوة والفكر، جامعة الانبار، ص ص 8-8.

وهو مقتضى قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَتْكُمْ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِمَا فِي الصُّدُورِ وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِلْمُؤْمِنِينَ﴾.

2- السنة النبوية: هي مصدر هام من مصادر القيم الأخلاقية وتبرز أهميتها من خلال كونها تعمل على إيضاح المنهج الإسلامي المتكامل في القرآن الكريم وبيان التفاصيل التي لم ترد فيه.

فإذا كان القرآن الكريم والسنة النبوية مصدران هامين وأساسيان للقيم الدينية

3- الاجتهاد: عرفه العلماء بأنه بدل الجهد في استنباط الحكم الشرعي بما اعتبره الشارع دليلاً، والاجتهاد ثابت في الكتاب والسنة ويعمل النبي صلى الله عليه وسلم وتعامل صحابته رضي الله عنهم أجمعين، فمن دلائله في الكتاب قوله تعالى: ﴿إِنَّا أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِتَحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ بِمَا أَرَاكَ اللَّهُ وَلَا تَكُنْ لِلْخَائِنِينَ خَصِيمًا﴾، النساء، الآية: 105.

فالاجتهاد مصدر هام للقيم الدينية نابع من مفكرين مسلمين ثقات، يجتهدون في التوصل إلى ما يحقق المنفعة الهامة ونشر الخير والعدل والمساواة.⁽¹⁾

4- الإجماع: وهو اتفاق المجتهدين من أمة محمد صلى الله عليه وسلم على حكم شرعي في عصر غير عصر الرسول، والمراد من الاتفاق الاشتراك في الاعتقاد أو القول أو الفعل أو ما في معناهما من التقرير والسكوت، والإجماع إما أن يكون قطعي الدلالة على الحكم أو ظني الدلالة، فإن كان قطعي الدلالة على الحكم وهو الإجماع الصريح، أما ما كان ظني الدلالة فهو الإجماع السكوتي، فإنه لا يخرج الواقعية عن أن تكون محلاً للاجتهاد لأنه لا يخرج عن كونه رأي جماعة من المجتهدين لا جميعهم.

5- القياس: يعرفه الفقهاء على أنه أصل من أصول التشريع ودليل من الأدلة الشرعية التي يرجع إليها في معرفة الأحكام الشرعية العملية والقياس أربعة أركان:

(1) عهد محمود محمد مرتضى، مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمهم في محافظة

غزة، رسالة ماجستير: قسم أصول التربية، جامعة الأزهر، 2004، ص 64.

- أ-الأصل: الذي ثبت الحكم فيه بالنص والإجماع ويسمى: المقيس عليها.
- ب- حكم الأصل: وهو الحكم الشرعي الذي ثبت في الأصل نصاً أو إجماعاً وما يراد تعديته إلى محل آخر.
- ج- الفرع: وهو المحل الذي لم ينص على حكمه ويراد تعديته حكم في الأصل إليه.
- د- العلة: وهي الوصف الجامع الذي أجله شرع الحكم في الأصل.⁽¹⁾

2-10- أهمية القيم الدينية:

- 1- تحقق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين بها على مواجهة ضعف نفسه والتحديات التي تواجهه في حياته.
- 2- تعطي للفرد فرصة للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته.
- 3- تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتتصنع الرؤيا أمامه، وبالتالي تساعد على فهم العالم من حوله وتوسع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته.
- 4- تحافظ على تماسك المجتمع، فتحدد له أهداف حياته ومثله العليا ومبادئه المثالية.
- 5- تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الاختيارات الصحيحة وذلك يسهل على الناس حياتهم ويحفظ المجتمع استقراره وكيانه في إطار واحد.
- 6- تزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع العالم وتحدد له أهداف ومبررات وجوده.⁽²⁾
- 7- القيم هي الأساس للقواعد والقوانين التي يتوافق عليها الناس نتيجة التزامهم بتعاليم دينهم وقناعتهم التامة بضرورة التمسك بتلك القيم وتطبيقها في حياتهم لتستقيم الحياة ويتحقق لديهم الرضا، والشعور بالسعادة والوحدة والانتماء، فيكون المجتمع متماسكاً.
- 8- تعمل القيم كمؤشرات للتنبؤ بالسلوك الحسن للإنسان كما أنها تشبع رغبات الفرد وحاجات بما يتناسب مع عقائده وأفكاره ومجتمعه إضافة إلى أنها تحقق للفرد الراحة والاطمئنان من خلال حمايته

⁽¹⁾ فؤاد علي العاجز، عطية العمري، مرجع سابق، ص 16.

⁽²⁾ علي بن مسعود بن أحمد العيسى، مرجع سابق، ص ص 91-92.

من الانحراف والانجرار وراء شهوات النفس وغرائزها وهي التي تحدد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة.

9- تعبّر القيم عن غايات يسعى الفرد لتحقيقها، وتعمل على توجيه أبناء المجتمع إلى العمل الجماعي كما تساعد المجتمع على مواجهة الأزمات.⁽¹⁾

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل، والتعمق في معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية، قمنا فيه بالتعرف على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

⁽¹⁾ متاح على الرابط الإلكتروني: www.dspace.univ-djelfa.dz ، تمت الزيارة يوم: 2018/04/06.

وخصائصها وأنواعها، وسلبياتها وإيجابياتها، بعد ذلك انتقلنا مباشرة إلى المتغير الثاني والذي تناولنا فيه القيم وخصوصا القيم الدينية، حيث أشرنا إلى أهم خصائصها وأنواعها وأهميتها.

الإطار الميداني

تمهيد

أولا: تفرغ وتحليل بيانات الجداول

1- عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل

2- دوافع وحاجات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل

الاجتماعي

3- إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية

ثانيا: نتائج الدراسة

1- النتائج الجزئية

2- مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات

3- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد التطرق إلى الإطار النظري وتحديد إشكالية الدراسة وفرضياتها، والهدف من تناول هذا الموضوع وتحديد المفاهيم والدراسات السابقة والنظرية المفسرة للدراسة، فإن هذا ساعدنا على الانطلاق في العمل الميداني وذلك بهدف الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين (القطب الجامعي تاسوست) وبالأخص قسم العلوم التجارية وقسم علم النفس.

حيث تطرقنا فيه إلى الإجراءات المنهجية التي تناولناها من قبل في الإطار المنهجي، كما قمنا في هذا الجانب بتفريغ بيانات الاستمارة بعد أن تم توزيعها على مفردات العينة (121 مفردة) ثم القيام بالتحليل الكمي والكيفي للبيانات التي تم وضعها في الجداول، وأخيرا عرض النتائج المتوصل إليها ومناقشتها في ظل التساؤلات والدراسات السابقة والوصول إلى النتائج العامة للدراسة.

أولاً: تفرغ وتحليل بيانات الجدول:

1-البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01:توزيع المبحوثين وفقاً للجنس:

النسبة	التكرار	الاحتمالات
%24.78	29	ذكر
%75.21	88	أنثى
%100	117	المجموع

1-يوضح لنا الجدول رقم (1) توزيع المبحوثين وفقاً للجنس، بلغت نسبة الإناث %75.21، والتي مثلت بـ 88 مفردة من مجموع أفراد العينة، أما نسبة الذكور قدرت بنسبة %24.78 وهي تمثل بـ 29 مفردة من أفراد العينة.

ومن خلال هذه النماذج نستنتج أنّ نسبة الإناث أكثر نسبة نظراً لكونها الفئة الأكثر استمراراً للدراسة حتى سنوات التدرج وما بعد التدرج بينما الذكور فهم يقتحمون مجال الشغل مبكراً.

الجدول 02: توزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	الاحتمالات
2.56%	3	متزوج
97.43%	114	أعزب
-	-	أرمل
100%	117	المجموع

2- يتضح لنا من خلال الجدول رقم (2) أن أغلبية أفراد المبحوثين غير متزوجين حيث بلغت نسبتهم 97.43%، أما الفئة المتزوجة بنسبة بلغت 2.56%، أما الأرامل منهم غير موجودين بتاتا وهذا منطقي ذلك أنّ أغلب الطلبة الجامعيين لازالوا في مرحلة الدراسة.

ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلبية الطلبة الجامعيين غير متزوجين وذلك من أجل استكمال مشوارهم الدراسي في الجامعة.

الجدول رقم 03: توزيع المبحوثين حسب السن:

النسبة	التكرار	الاحتمالات
48.71%	57	من 18 إلى 22 سنة
49.57%	58	من 23 إلى 27 سنة
1.70%	02	أكثر من 27
100%	117	المجموع

3- من خلال الجدول رقم (3) و الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن يتضح أن نسبة الفئات التي تنحصر أعمارهم ما بين [23-27 سنة] مثلت أعلى نسبة حيث قدرت بـ 49.57%، حيث تعتبر هذه الفئات العمرية هي الفئة الشابة والأكثر وجودا في الجامعة لاستكمال مشوارهم الدراسي، أما الأفراد الأكثر من 27 قدرت نسبتهم بـ 1.70% وهي نسبة ضئيلة.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلب المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين 23 إلى 27 سنة لأن هذه الفئة هي الأكثر ولوجا في الوسط الجامعي.

الجدول رقم 04: توزيع الباحثين حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
46.15%	54	السنة الثانية
53.84%	63	السنة الثالثة
100%	117	المجموع

3- يمثل الجدول رقم (4) فئة الباحثين حسب المستوى التعليمي، حيث تبين من خلاله أن السنة الثالثة جامعي بلغت بنسبة 53.84% والممثلة بـ 63 مفردة من مجموع أفراد العينة، ثم تليها السنة الثانية بنسبة 46.15% الممثلة بـ 54 مفردة، وهي نسب متقاربة.

ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن فئة السنة الثالثة هي الأكثر نسبة، وهذا راجع إلى طبيعة توزيع العينة على الأفراد الباحثين.

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 05: يوضح مدة تصفح الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
أقل من سنة	11	9.40%
من سنة إلى 03 سنوات	46	39.31%
من 03 سنوات إلى 06 سنوات	20	17.09%
أكثر من 06 سنوات	40	34.18%
المجموع	117	100%

5- يبيّن الجدول رقم (5) مدة تصفح الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن أغلبية الباحثين من الإناث يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى ثلاث سنوات، وذلك بنسبة 39.31%، ثم تليها فئة المستخدمين أكثر من 06 سنوات حيث بلغت نسبتهم 34.18%، ويستخدم 17.09% من الباحثين مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث سنوات إلى 06 سنوات، أما أقل من سنة فقد أجاب عنها 9.40%، من هنا نستنتج أن أغلبية الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى ثلاث سنوات، وهذا يعود إلى توفر خدمات الانترنت بكثرة وانتشار الهواتف النقالة الذكية، وتطور خدمات مواقع التواصل الاجتماعي من صوت وصورة وفيديوهات، مما سهلت على الباحثين بتصفح هذه المواقع، وظهور مواقع جديدة ساعدتهم في تنمية معارفهم والحصول على معلومات جمة.

الجدول رقم 06: يوضح الأوقات التي يتصفح فيها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	117	%28.20	33	%71.79	84	في أوقات الفراغ
%100	117	%92.30	108	%7.69	09	في فترة الصباح
%100	117	%84.61	99	%15.38	18	في فترة المساء
%100	117	%54.70	64	%45.29	53	في فترة الليل

6- يبدو لنا من خلال الجدول رقم (6) التي يتصفح فيها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي والتي تتمثل في أوقات الفراغ التي قدرت بنسبة 71.79% ثم تليها فترة الليل بنسبة 45.29%، ومنهم من يستخدمها في فترة المساء بنسبة 15.35%، أما 7.69% يفضلون استخدامها في فترة الصباح، ومن خلال تحليل هذه النتائج نجد أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الفراغ، وهذا يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين يفضلون أوقات الفراغ لتصفح المواقع، أما فترة الصباح نجد فيها عدد قليل من الطلبة لتصفح هذه المواقع فقط، لأن الفترة الصباحية أكثرهم يلتحقون بالدراسة والقيام بواجباتهم.

الجدول رقم 07: توزيع الباحثين حسب عدد الساعات التي يقضونها مع مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
%11.11	13	أقل من ساعة
%28.20	33	ساعة واحدة
%39.31	46	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
%21.36	25	من ثلاث ساعات فما فوق
%100	117	المجموع

7-توضح لنا نتائج الجدول رقم (7) أن 39.31% من الباحثين يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ونجد أن هناك من يتصفح هذه المواقع ساعة واحدة لقضاء حاجياته فقط وقد بلغت نسبتهم بـ 28.20%، أما نسبة الباحثين الذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث ساعات فما فوق قدرت نسبتهم 21.36%، وهذا راجع إلى أن هناك فئة من الطلبة لا يشعرون بمرور الوقت عندما يتصفحون المواقع، أما عدد الطلبة الذين يتصفحون المواقع أقل من ساعة بلغت نسبتهم 11.11%.

ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلبية الباحثين يقضون وقتهم مع مواقع التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى ثلاث ساعات بالإطلاع على الأحداث الجارية والتحدث مع الأصدقاء، والبحث عن المعلومات وإجراء البحوث.

الجدول رقم 08: يوضح مكان تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	117	% 96.58	113	%3.41	04	قاعة الأنترن
%100	117	%3.41	4	%96.58	113	المنزل
%100	117	%96.58	113	%3.41	04	المقهى
%100	117	%44.44	52	%21.36	25	الجامعة
%100	117	% 91.45	107	%8.54	10	الشارع
-	-	-	-	-	-	أخرى

8- تمثل نتائج الجدول رقم (8) أن أغلبية المبحوثين من الإناث يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي من المنزل والتي قدرت نسبتهم بـ 96.58%، بينما يتصفح 21.36% من الجامعة، تليها الشارع بنسبة 8.54%، أما المقهى وقاعة الانترنت كانت نسبتهم متساوية بلغت 3.41%، ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلبية المبحوثين يتصفحون هذه المواقع من المنزل بفضل توفر شبكة الانترنت في المنازل، حيث أصبح أغلب الأفراد لديهم اتصال بشبكة الانترنت أما الجامعة توجد فيها خدمة الانترنت للطلبة، أما فيما يخص الشارع والمقهى فأغلبية المبحوثين يمتلكون الهواتف الذكية وامتلاكه لخدمات الشبكة المتوفرة لديه مثل شبكة 3G، أما قاعة الانترنت فأغلبية الطلبة لا يتصفحون المواقع منها.

الجدول رقم 09: يوضح من يستخدم المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	117	%29.05	34	%58.04	83	بمفردك
%100	117	%85.47	100	%11.88	17	مع العائلة
%100	117	%14.52	17	%27.97	40	مع الأصدقاء
%100	117	%97.43	114	%2.09	03	مع أشخاص آخرين
-	-	-	-	-	-	أخرى

9- تبين لنا من خلال الجدول رقم (9) أن الأفراد المبحوثين يتصفحون المواقع الاجتماعية بمفردهم بنسبة 58.04%، ثم تليها نسبة 27.97% من المبحوثين يتصفحون هذه المواقع مع الأصدقاء، أما مع العائلة بلغت بنسبة 11.88% مع الأشخاص الآخرين قدرت بنسبة 2.09%.

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى طبيعة استخدام المبحوثين لهذه المواقع بمفردهم وهذا راجع إلى أن أغلبية الأفراد يمتلكون الهواتف الذكية وغيرها من الأجهزة الالكترونية، وكذلك استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء يعود إلى تشارك الأفراد مع بعضهم البعض في التسلية والبحث عن المعلومات.

الجدول رقم 10: يبين مشاركة الباحثين في المجموعات ذات الطابع الديني

النسبة	التكرار	الاحتمالات
62.39%	73	نعم
37.60%	44	لا
100%	117	المجموع

10-انطلاقاً من بيانات هذا الجدول رقم (10) اتضح لنا أن 62.39% من الباحثين يشاركون في مجموعات ذات طابع ديني، ونجد 37.60% منهم لا يشاركون في هذه المجموعات، ومن خلال هذه النتائج نخلص إلى أن هناك أكثر من نصف الباحثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي يفضلون الانضمام إلى مجموعات ذات طابع ديني وهذا يعود إلى أن الأفراد الباحثين أغلبيتهم مهتمين بالجانب الديني وراغبين في تدعيم أنفسهم بما يتعلق بالطابع الديني.

الجدول رقم 11: توزيع المبحوثين حسب متابعتهم للروابط الالكترونية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	61	52.13%
لا	56	47.86%
المجموع	117	100%

11- بالاعتماد على بيانات الجدول رقم (11) تبين لنا من خلاله أن 52.13% من المبحوثين يتابعون الروابط الالكترونية، ثم تليها 47.86% لا يتابعون هذه الروابط، ومن خلال هذا التحليل نستنتج أن أغلبية المبحوثين يتابعون الروابط الالكترونية، وكل مبحوث يتبع رابط معين من الروابط المختلفة؛ وذلك بحسب اهتمام كل فرد منهم لإشباع حاجاتهم المعرفية في أي مجال من المجالات سواء كان مجال ديني أو مجال ثقافي أو اجتماعي؛ أو المجال العلمي، المجال الاقتصادي، المجال السياسي، وهذا يعود كذلك أن الأفراد المبحوثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي يستفيدون من هذه الروابط.

الجدول رقم 12: يوضح نوع الروابط التي يتبعها المبحوثين في حالة الإجابة بنعم

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	61	%47.54	29	% 2.45	32	ديني
%100	61	% 83.60	51	%16.39	10	اقتصادي
%100	61	%45.90	28	%54.09	33	ثقافي
%100	61	% 50.81	31	% 49.18	30	علمي
%100	61	% 44.26	27	%55.73	34	اجتماعي
%100	61	%88.52	54	%11.47	7	سياسي

12- تبين لنا نتائج الجدول رقم (12) متابعة المبحوثين للروابط الالكترونية حيث نجد أن %55.73 من المبحوثين يتابعون الروابط الاجتماعية، ثم تليها %54.09 يتابعون الروابط الثقافية، أما الروابط الدينية أجابوا عنها %52.45 ثم نجد %49.18 الروابط العلمية، أما الروابط الاقتصادية قدرت بنسبة %16.36، والروابط السياسية بلغت نسبتها %11.47.

من خلال تحليل هذه النتائج نستخلص أن أغلبية المبحوثين يتابعون الروابط الاجتماعية، وذلك للتفاعل مع الأفراد الآخرين ومعرفة عادات وأنماط المجتمع الذي يعيش فيه، كما اهتم المبحوثين بالروابط الثقافية لتنمية معارفهم وتثقيف أنفسهم.

الجدول رقم 13: يوضح المواقع المفضلة لدى المبحوثين:

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	117	%35.89	42	%44.91	75	الفايسبوك
%100	117	%33.33	39	%46.70	78	اليوتيوب
%100	117	%99.14	116	%0.59	01	تويتر
%100	117	%88.88	104	%7.78	13	أخرى

13- يبدو من خلال الجدول رقم (13) أن أغلبية المبحوثين يستخدمون موقع اليوتيوب بنسبة %46.70، ثم تليها موقع الفايسبوك بنسبة %44.91، وموقع تويتر قدرت بنسبة %0.59، أما %7.78 يستخدمون مواقع أخرى كالانستغرام وفير.

نستنج من خلال هذه النتائج أن أغلبية المبحوثين يستخدمون موقع اليوتيوب والفايسبوك للإطلاع على الأحداث الجارية وإفادتهم بمعلومات عديدة حول قضايا مختلفة، كما تساهم في تنمية معارفهم ومكتسباتهم لاحتواء هذه المواقع على صوت وصورة تجعل المبحوث يستمتع بذلك.

الجدول رقم 14: يبين توزيع الباحثين وفقا لما يفضلون عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	117	%41.88	49	%57.11	68	مشاهدة الصور
%100	117	%42.73	50	%57.26	67	مشاهدة الفيديوهات
%100	117	%71.79	84	%28.20	33	تحميل بعض التطبيقات
%100	117	%88.88	104	%11.11	13	تحميل الألعاب
%100	117	%90.59	106	%9.40	11	أخرى

14- يلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (14) الخدمات المفضلة لدى الباحثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي مثل: مشاهدة الصور والفيديوهات وتحميل بعض التطبيقات والألعاب.

وقد أظهرت نتائج الدراسة الموضحة في الجدول رقم (14) أن 58.11% من الباحثين يفضلون مشاهدة الصور عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، تليها مشاهدة الفيديوهات 57.26%، وهي نسب متقاربة، تحميل بعض التطبيقات بنسبة 28.20%، وتحميل الألعاب بنسبة 11.11%، كما نجد الدردشة والإطلاع على الأحداث الجديدة بنسبة 9.40%.

ويمكن تفسير هذه النتائج أن تفضيل الأفراد الباحثين لمشاهدة الصور ووضعها على صفحاتهم أو تحميلها في هواتفهم النقالة، وهذه الصور تكون إما صور معبرة أو صورة مناظر طبيعية، صور أماكن أخرى، صور أشخاص... أما تفضيلهم لمشاهدة الفيديوهات لاحتوائه هذا الأخير على الصوت والصورة واستمتاع الباحثين بذلك.

المحور الثاني: دوافع وحاجات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 15: دوافع وحاجات تصفح الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	117	%52.13	61	%47.86	56	دوافع دينية
%100	117	%29.91	35	%70.08	82	دوافع ثقافية
%100	117	%98.29	115	%1.70	02	دوافع سياسية
%100	117	%41.02	48	%58.97	69	دوافع اجتماعية
%100	117	%95.72	112	%4.27	05	أخرى

15- يمثل الجدول رقم (15) دوافع تصفح الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تحصلت فئة الدوافع الثقافية على أعلى نسبة بلغت %70.08، تليها الدوافع الاجتماعية بنسبة %58.27، بعدها الدوافع الدينية بنسبة %47.86، أما %4.27 من الباحثين لديهم دوافع أخرى تتمثل في الدوافع العلمية، التسلية و الترفيه، في حين نجد فئة الدوافع السياسية تحصلت على أدنى نسبة بـ %1.70 حيث لم تحظى باهتمام الباحثين.

إذن من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن دوافع الباحثين من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في دوافع ثقافية، اجتماعية، دينية أكثر منها سياسية، وذلك أن غالبية الباحثين لا يهتمون بالجانب السياسي.

الجدول رقم 16: يبين الهدف من تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	117	%29.91	35	%70.08	82	الإطلاع على الأحداث الجارية
%100	117	%70.08	82	%29.91	35	التعرف على عادات وثقافات دول أخرى
%100	117	%88.88	104	%11.11	13	الهروب من الواقع
%100		%41.02	48	%58.97	69	التسلية والترفيه
-	-	-	-	-	-	أخرى

16- يتبين من خلال الجدول رقم (16) توزيع إجابات المبحوثين حسب الهدف من تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث نجد 70.08% من المبحوثين هدفهم هو الإطلاع على الأحداث الجارية، في حين نجد 58.97% منهم يستخدمون هذه المواقع من أجل التسلية والترفيه، أما 29.91% من المبحوثين هدفهم هو التعرف على عادات وثقافات دول أخرى في حين نجد نسبة قليلة منهم هدفهم هو الهروب من الواقع والتي تحصلت على 11.11%.

وعليه يمكن القول أن أغلبية أفراد العينة كان هدفهم من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي هو الإطلاع على الأحداث الجارية وذلك حتى يبقى على علم بما يحدث عبر جميع أنحاء العالم ومواكبة الأخبار وتبادل وجهات النظر في مختلف المواضيع ومتابعتها أول بأول، وكذلك يستخدمها من أجل التسلية والترفيه للترويح عن أنفسهم.

الجدول رقم 17: يوضح الإشباعات والحاجات المحققة لدى المبحوثين

النسبة	التكرار	الاحتمالات
56.41	66	نعم
43.58	51	لا
%100	117	المجموع

17- تبين نتائج الجدول رقم (17) أن أغلبية المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة بلغت 56.41%، في حين نجد 48.58% من المبحوثين أجابوا ب لا أي لم تحقق لهم اشباعاتهم.

إذن من خلال الجدول نستنتج أن أغلب المبحوثين حققت لهم مواقع التواصل الاجتماعي الإشباعات التي يطمحون إلى تحقيقها باعتبارها مصدر للحصول على المعلومات التي يرغبون الوصول إليها في مختلف المجالات سواء دينية أو علمية أو تكوين علاقات وتبادل الآراء مع الأقارب والأصدقاء.

الجدول رقم 18: يوضح الإشباعات والحاجات المحققة لدى المبحوثين

في حالة الإجابة بنعم :

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	66	%66.66	44	%33.33	22	نفسية
%100	66	%36.36	24	%63.63	42	اجتماعية
%100	66	%34.84	23	%65.15	43	دينية
%100	66	%40.90	27	%59.09	39	ثقافية
%100	66	%90.90	60	%9.09	06	اقتصادية
%100	66	%96.96	64	%3.03	02	سياسية

18- يبين توزيع المبحوثين حسب الإشباعات والحاجات التي تلبها لهم مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن غالبية المبحوثين يتصفحون هذه المواقع من أجل تحقيق إشباعهم الدينية والاجتماعية والثقافية، حيث تحصلت على نسبة متقاربة جاءت على الترتيب وهي 65.15%، 63.63%، 59.09%، أما 33.33% من المبحوثين الحاجة التي تلبها لهم مواقع التواصل الاجتماعي هي تحقيق إشباعهم النفسية، في حين نجد فئة الإشباعات الاقتصادية والسياسية تحصلت على نسب متدنية بلغت 3.89%، 1.29% على الترتيب.

وعليه نستنتج أن الإشباعات التي تلبها مواقع التواصل الاجتماعي لأغلب أفراد العينة هي التثقيف وزيادة وعيهم الديني وتقوية الروابط الاجتماعية التي تربطهم مع الأفراد الآخرين.

الجدول رقم 19: يوضح إحساس الباحثين عند غيابهم عن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	117	%91.45	107	%8.54	10	الشعور بالقلق والتوتر
%100	117	%53.84	63	%46.15	45	وجود فراغ
%100	117	%88.88	104	%11.11	13	الشعور بالراحة
%100	117	%63.24	74	%36.75	43	لا شيء
%100	117	%97.43	114	%2.56	03	أخرى

19- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن 46.15% من أفراد العينة يحسون بوجود فراغ عند غيابهم عن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نجد 36.75% من الباحثين لا يشعرون بشيء أما 11.11% من الباحثين يشعرون بالراحة، تليها الشعور بالقلق والتوتر بنسبة ضئيلة بلغت 8.54%، أما 2.42% من الباحثين يشعرون بالاكئاب.

ومنه نستنتج أن أكبر نسبة من الباحثين يشعرون بوجود فراغ عند غيابهم عن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا راجع إلى إقبالهم المتزايد عليها واستخدامها باستمرار في حياتهم اليومية.

المحور الثالث: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية

الجدول رقم 20: يبين الدور الديني لمواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	117	%54.70	64	%45.29	53	تهتم أكثر بالمواقع الدينية
%100	117	%68.37	80	%31.62	37	تساهم في نشرها لتعميم الفائدة
%100	117	%47.008	55	%52.99	62	العمل على تطبيق ما تراه مناسباً
%100	117	%98.29	115	%1.70	02	أخرى

20- نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) أن 52.29% من المبحوثين أجابوا على أن مواقع التواصل الاجتماعي تجعلهم يطبقون ما يرونه مناسباً، أما 45.29% يهتمون بالمواقع الدينية، في حين نجد 31.62% من أفراد العينة كانت إجاباتهم أنها تساهم في تعميم الفائدة، أما 1.70% من المبحوثين يرون بأنها ساهمت في الإطلاع على المسائل المتعلقة بالدين، والتشجيع على القيام بالأعمال الخيرية.

إذن نستنتج من خلال بيانات الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في توجيه الأفراد نحو الطريق الصحيح والقيام بما يتناسب مع قيمهم وقيم مجتمعاتهم، كما تساهم في نشر المعلومات والأفكار في مختلف المجالات سواء الثقافية أو الدينية أو الاجتماعية، وذلك حسب رأي المبحوثين.

الجدول رقم 21: يوضح رأي المبحوثين في المنشورات الدينية التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	115	%98.29
لا	02	%1.70
المجموع	117	%100

21- من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن %98.29 من المبحوثين يؤكدون على أنهم استفادوا من المنشورات الدينية التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نجد %1.70 أجابوا بلا أي أنهم لم يستفيدوا من تلك المنشورات التي تم عرضها.

وعليه يمكن القول أن أعلى نسبة من المبحوثين أجابو على أنهم استفادوا من تلك المنشورات المتعلقة بالدين والتي تنشر عبر الشبكات الاجتماعية، وهذا راجع إلى اهتمامهم الكبير بهذه المنشورات، سواء من ناحية القيام بواجباتهم الدينية أو حسن التعامل وتقوية العلاقات بين أفراد المجتمع.

الجدول رقم 22: يوضح تقييم الباحثين للمنشورات التي تعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
64.10%	75	مفيدة
24.78%	29	نوعاً ما
8.54%	10	عادية
2.56%	03	غير مفيدة
100%	117	المجموع

22- يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكبر من نصف الباحثين أي 64.10% أجابوا على أن هذه المنشورات الدينية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة، أما 24.78% يرون بأن هذه المنشورات مفيدة نوعاً ما يعني أنه ليست كل المنشورات التي تعرض مفيدة في بعض الأحيان قد تكون العكس، في حين نجد 8.54% من الباحثين أجابوا على أن هذه المنشورات عادية أي ليست بالضرورة تكون مفيدة، تليها 2.56% من أفراد العينة يرون بأنها غير مفيدة، وذلك لعدم تتبعهم لهذه المنشورات.

إذن نستنتج من خلال بيانات الجدول أن غالبية الباحثين أكدوا على أن المنشورات الدينية التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة، وذلك من خلال الصور والتعليقات والمنشورات التي تنشر والتي تدعو إلى التمسك بالقيم وبالدين الإسلامي الحنيف و كذلك التذكير بالمناسبات الدينية .

الجدول رقم 23: يمثل رأي الباحثين في مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين القيم الأخلاقية

النسبة	التكرار	الاحتمالات
14.52%	17	نعم
19.65%	23	لا
47.008%	55	ربما
18.80%	22	لا أدري
100%	117	المجموع

23- يوضح الجدول أعلاه أن 47.008% من الباحثين أجابوا برضا أي أنهم غير متأكدين من مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين القيم الأخلاقية للأفراد، في حين نجد 19.65% من مفردات العينة أجابوا بـ لا بمعنى أن هذه المواقع لم تساهم بتاتا في تحسين القيم الأخلاقية، تليها 18.80% من الباحثين أجابوا بلا أدري في حين نجد في الأخير 14.52% يرون بأن هذه المواقع ساهمت في تحسين قيم الأفراد لكنها بنسبة ضئيلة من طرف الباحثين.

إذن نستنتج من خلال تحليل هذه النتائج أن أكبر نسبة من الباحثين غير متأكدين من مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية.

الجدول رقم 24: يبين رأي الباحثين حول مساهمة المنشورات الدينية في تحسين الواقع الاجتماعي للأفراد من عدمه

النسبة	التكرار	الاحتمالات
57.26%	67	نعم
42.73%	50	لا
100%	117	ربما

24

24- من خلال بيانات الجدول رقم (24) نلاحظ أن أكبر من نصف الباحثين أي ما يعادل 57.26% يؤكدون على أن المنشورات الدينية التي تبث على مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تحسين الواقع الاجتماعي للأفراد، في حين نجد 42.73% من الباحثين يعتقدون العكس ويرون بأن تلك المنشورات لم تساهم بتاتا في تحسين الواقع الاجتماعي للأفراد.

إذن من خلال إجابة أغلبية الباحثين نستنتج أن المنشورات الدينية ساهمت في تحسين الواقع الاجتماعي للأفراد، وهذا راجع إلى بث أو نشر كل ما يتعلق بالألفة والمودة والدعوة إلى القيام بما يرضي الله سبحانه وتعالى قولاً وفعلاً.

الجدول رقم 25: يمثل رأي المبحوثين فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	117	%45.70	64	%45.29	53	زاد من وعيك بالمناسبات الدينية
%100	117	%64.95	76	%35.04	41	زاد من وعيك بحقوق الآخرين
%100	117	%62.39	73	%37.60	44	زاد من وعيك بواجباتنا الدينية
%100	117	%94.01	110	%5.98	07	أخرى

25- يبين الجدول رقم (25) رأي المبحوثين فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد 45.29% من إجابات المبحوثين يؤكدون على أنها زادت من وعيهم بالمناسبات الدينية، تليها 37.60% يرون بأنها زادت من وعيهم بواجباتهم الدينية، في حين نجد 35.04% أجابوا بأنها زادت من وعيهم بحقوق الآخرين، أما 5.98% من المبحوثين يرون أنها زادت كذلك في بناء الأخلاق الإسلامية، والانفتاح على المجتمعات المتقدمة وزيادة ثقافتهم الدينية.

وعليه يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في توعية الأفراد بدينهم وبواجباتهم الدينية، وبما أننا نعيش في عصر التكنولوجيا والمعلومات يجب أن يكون الفرد على وعي تام بكل ما يجب عليه وما نهى الله عنه.

الجدول رقم 26: يمثل رأي المبحوثين فيما إذا كان هناك خطر على قيمنا الدينية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من عدمه

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	75	64.10%
لا	42	35.89%
المجموع	117	100%

26- من خلال الجدول رقم (26) يتبين لنا أن أكبر من نصف المبحوثين أي ما يعادل 61.10% يرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يشكل خطر على قيمنا الدينية، في حين نجد 35.89% من إجابات المبحوثين يرون عكس ذلك.

وعليه نستنتج من خلال بيانات الجدول أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يشكل خطر على قيمنا الدينية، وهذا راجع إلى أن المبحوثين يرون بأنها تعمل على نشر ما يتعلق بالانحراف والفساد الأخلاقي وبث أشياء أخرى لا تتناسب خاصة مع الفئات العمرية الأدنى وذلك حسب طبيعة المستخدم.

الجدول رقم 27: يمثل رأي الباحثين في ما اذا كان هناك خطر على قيمنا الدينية عند استخدام

مواقع التواصل الاجتماعي:

في حالة الإجابة ب "نعم":

النسبة	التكرار	الاحتمالات
38.66%	29	وجود منشورات لا تتناسب مع قيمنا الدينية
40%	30	الابتعاد عن الدين و الانحراف والفساد الأخلاقي
21.33%	16	وجود مواقع إباحية وغير محتشمة لا تتناسب مع الفئات العمرية
100%	75	المجموع

27- يتبين لنا من خلال الجدول رقم (27) أن 40% من الباحثين يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي تشكل خطر على القيم الدينية، وذلك من خلال الابتعاد عن الدين والانحراف والفساد الأخلاقي للأفراد، تليها مباشرة 38.66% من مفردات العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تعرض منشورات لا تتناسب مع قيمنا الدينية، في حين نجد 21.33% من إجابات الباحثين يرون بأنه يوجد خطر وذلك من خلال وجود مواقع إباحية وغير محتشمة لا تتناسب مع الفئات العمرية .

من خلال تحليل هذه النتائج نستخلص أن أغلبية الباحثين يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي تشكل خطر على القيم الدينية، وهذا راجع إلي إدمان الفرد على تصفح هذه المواقع والتشبع بالثقافات الغربية والدخول في مجموعات غير لائقة لا تتناسب مع قيمنا الدينية وهذا راجع إلي طبيعة المستخدم لها.

الجدول رقم 28: يمثل رأي المبحوثين في ما إذا كان هناك خطر على قيمنا الدينية عند استخدام

مواقع التواصل من عدمه:

في حالة الإجابة ب"لا":

النسبة	التكرار	الاحتمالات
64.28%	27	لا يوجد خطر على القيم الدينية وذلك بفعل قوة الوازع الديني
35.71%	15	التذكير بالمناسبات الدينية والتعريف بعبادات وتقاليد الدول الأخرى
100%	42	المجموع

28- يتبين لنا من خلال الجدول (28) أن 64.28% من المبحوثين يرون بأنه لا يوجد خطر على القيم الدينية وذلك بفعل قوة الوازع الديني للأفراد، في حين نجد 35.71% من المبحوثين تبين لهم بأنها تعمل على التذكير بالمناسبات الدينية والتعرف على عادات وثقافات الدول الأخرى.

ادن نستنتج من خلال هذا التحليل إن مواقع التواصل الاجتماعي لم تشكل خطر على القيم الدينية، باعتبارها وسيلة للتواصل تجعل الفرد على علم بالمناسبات الدينية وعبادات وثقافات الدول الأخرى، كما يلجأ إليها الفرد من اجل التسلية والترفيه .

وهذا يعود إلى قوة الوازع الديني للفرد، وطبيعة استخدامه لهذه المواقع.

ثانياً: عرض نتائج الدراسة

1- النتائج الجزئية:

من خلال دراستنا النظرية توصلنا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في تدعيم القيم الدينية، وذلك من وجهة نظر الطلبة الجامعيين، حيث فتحت هذه المواقع مجالاً واسعاً للتفاعل بين الأفراد

إذن من خلال دراستنا الميدانية لهذه الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج نستعرضها فيما يلي:

● بالنسبة للبيانات الشخصية تبين لنا أن:

- الإناث هم الفئة الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي في القطب الجامعي تأسوست وذلك بنسبة 75.21%.

- نستنتج أن الفئة غير المتزوجة هي الأكثر تصفحاً لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 97.43%.

- تبين لنا أن أغلب أفراد العينة الذين يتصفحون مواقع التواصل تتراوح أعمارهم من 23 إلى 27 سنة قدرت بنسبة 49.57%.

- كشفت الدراسة أن أغلبية الباحثين ذات مستوى تعليمي السنة الثالثة بنسبة بلغت 53.84%.

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

- تبين لنا النتائج أن 39.31% من مفردات العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى ثلاث سنوات، وذلك في أوقات الفراغ بنسبة 71.79%، وتشير النتائج إلى أن أغلب الباحثين يتصفحون هذه المواقع من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة بلغت 39.31%.

- أكدت الدراسة أن أغلبية الباحثين يدخلون إلى هذه المواقع في المنزل بنسبة بلغت 96.58%، وبمفردهم بنسبة بلغت 58.04%.

- كشفت لنا نتائج الدراسة أن أكبر نسبة من المبحوثين يشاركون في المجموعات ذات الطابع الديني بنسبة 62.39%.
- أثبتت الدراسة أن أفراد العينة يتابعون الروابط الالكترونية وذلك بنسبة 52.13%، ومن أكثر الروابط اتباعاً من طرف المبحوثين، الرابط الاجتماعي بنسبة 55.73% والثقافي 54.09%، والديني 52.45% على التوالي.
- خلصت الدراسة بأن المواقع المفضلة من قبل المبحوثين هو موقع اليوتيوب بنسبة 46.70%، وذلك من أجل مشاهدة الصور بنسبة بلغت 58.11% وكذلك مشاهدة الفيديوهات بنسبة 57.26%.

المحور الثاني: دوافع وحاجات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

- أثبتت الدراسة أن دوافع المبحوثين من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي هو دافع ثقافي بنسبة 70.08%، و دافع اجتماعي بنسبة بلغت 58.97% و ديني بنسبة 47.86%.
- اتضح لنا من خلال الدراسة أن أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الإطلاع على الأحداث الجارية بنسبة قدرت بـ 70.08%.
- كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت اشباعاً وحاجات المبحوثين وذلك بنسبة 56.41%، وهي إشباعاً دينية بنسبة 65.15%، واجتماعية بنسبة 63.63%.
- تبين من خلال الدراسة أن غالبية المبحوثين يشعرون بوجود فراغ عند غيابهم عن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 46.15%.

المحور الثالث: ما هي إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية

- حسب رأي أغلبية المبحوثين فمواقع التواصل الاجتماعي تجعل الفرد يقوم بالعمل على تطبيق ما يراه مناسباً بنسبة قدرت بـ 52.99%.
- قد تبين لنا من خلال نتائج الدراسة أن المنشورات الدينية التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي تنمي الثقافة الدينية للأفراد بنسبة 98.29%، ومفيدة بنسبة 64.10%.

- بينت الدراسة أن غالبية الباحثين غير متأكدين من أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في تحسين القيم الأخلاقية، حيث كانت إجابتهم ربما قدرت بنسبة 47.008%، كما ساهمت في تحسين الواقع الاجتماعي للأفراد بنسبة 57.26%.
- كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي زادت من وعي الباحثين بالمناسبات الدينية بنسبة 45.29%.
- كشفت الدراسة أن غالبية الباحثين يرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يشكل خطر على قيمنا الدينية بنسبة 64.10% كالاتبعاد عن الذين والانحراف الأخلاقي بنسبة 40% حسب رأي الباحثين.
- كشفت الدراسة أن 64.28% من الباحثين يرون بأنه لا يوجد خطر على القيم الدينية وذلك بفعل قوة الوازع الديني .

2-مناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

التساؤل الأول: ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- تشير هذه الدراسة إلى أن الطلبة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى ثلاث سوات، ومن ساعتين إلى ثلاث ساعات.
- كما أكدت الدراسة أن أغلبية الطلبة يتصفحون هذه المواقع في المنزل، وبنسبة كبيرة في أوقات الفراغ.
- كشفت الدراسة أن الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمفردهم، ويفضلون استخدام اليوتيوب بدرجة كبيرة، وذلك من أجل مشاهدة الصور والفيديوهات.

التساؤل الثاني: ما هي دوافع وحاجات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- خلصت الدراسة أن الطلبة الجامعيين يتصفحون مواقع التواصل بدوافع ثقافية، ويهدف الإطلاع على الأحداث الجارية.
- كما تشير الدراسة أن الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق إشباعاتهم الدينية والاجتماعية والثقافية.
- أكدت الدراسة أن أكبر نسبة من مفردات يحسون بوجود فراغ عند غيابهم عن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

التساؤل الثالث: كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية؟

- أكدت الدراسة أنّ مواقع التواصل الاجتماعي جعلت الطلبة الجامعيين يطبقون ما يرونه مناسباً، وبأن المنشورات التي يتم عرضها على صفحات هذه المواقع مفيدة.
- تبين من خلال هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي زادت من وعي الطلبة الجامعيين بالمناسبات الدينية، وأن المنشورات الدينية ساهمت في تحسين الواقع الاجتماعي للأفراد.
- وأظهرت الدراسة أن الطلبة الجامعيين غير متأكدين من مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين القيم الأخلاقية للأفراد، وأن استخدامهم لهذه المواقع يشكل خطر على قيمنا الدينية.

3- نتائج الدراسة وفقاً للدراسات السابقة:

✓ نتائج التساؤل الأول: ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أشارت نتائج الدراسة إلى أن:

- أغلبية الأفراد المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ سنة إلى ثلاث سنوات تتفق هذه الدراسة مع دراسة مريم نريمان نومان التي توصلت إلى أن غالبية المبحوثين يتصفحون المواقع من

سنة إلى ثلاث سنوات، كما تتفق مع دراسة مديحة جيطاني أن غالبية الباحثين يستخدمون هذه المواقع من سنة إلى ثلاث سنوات كما توصلت دراستنا أن الباحثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في وقت الفراغ غير أن دراسة مريم نريمان نومار أثبتت أن الفترة الليلية هي الفترة المفضلة لتصفح الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي.

- أكدت دراستنا أن أغلب الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من منازلهم تتفق هذه النتيجة مع دراسة مريم نريمان نومار التي توصلت بأن المنزل هو أكثر الأماكن المفضلة لدى الباحثين للتصفح.

- أثبتت دراستنا أن معظم الباحثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي لمشاهدة الصور والفيديوهات غير أن دراسة مريم نريمان نومار أكدت أن الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للدردشة ومشاهدة الصور وقراءة مشاركة الأصدقاء والتعليق.

✓ نتائج التساؤل الثاني: ما هي دوافع وحاجات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

تشير نتائج دراستنا إلى ما يلي:

- أغلب الباحثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع ثقافي واجتماعي وهذا ما أكدته نتائج دراسة الباحثة مريم نريمان نومار التي توصلت إلى أن الباحثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التواصل مع الأصدقاء والأقارب إلى جانب التثقيف.

- كشفت دراستنا هذه أن الأفراد الباحثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الإطلاع على الأحداث الجارية والتعرف على ثقافات الدول الأخرى، وهذا ما توصلت إليه دراسة فهد بن علي الطيار التي توصلت إلى نتيجة مفادها أن تصفح الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي بهدف الإطلاع على أخبار البلد وتعلم أمور جديدة.

- أثبتت دراستنا أن الأفراد المبحوثين يتصفحون المواقع بهدف التسلية والترفيه وهذا ما توصلت إليه دراسة مريم نزيهان نومان التي أكدت أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التسلية والترفيه.

✓ نتائج التساؤل الثالث: ما هي إسهامات 8+23 التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية؟
توصلت نتائج دراستنا هذه إلى أن:

- أغلب المبحوثين يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي تجعلهم يطبقون ما يراه مناسباً بنسبة بلغت 52.99%، وكذلك الاهتمام أكثر بالمواقع الدينية، وهذا ما توصلت إليه دراسة كوثر نوار خرخاشي التي أكدت أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر على الممارسة الدينية.

- أكدت دراستنا أن المنشورات الدينية ساهمت في تحسين الواقع الاجتماعي للأفراد وذلك بنسبة 57.26%.

- أما دراسة الباحثة كوثر نوار خرخاشي توصلت إلى نتيجة مفادها أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على نشر القيم الأخلاقية وتهذيبها وتحفيز نشرها.

- كما أكدت دراستنا أن ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي زاد من وعي المبحوثين بالمناسبات الدينية بنسبة 45.29%، وهذا ما أثبتته دراسة كوثر نوار خرخاشي التي ترى بأن الشبكات الاجتماعية ساهمت في استحضار المناسبات الدينية.

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 الجزئية للدراسة، بعد ذلك قمنا بمناقشة النتائج المتوصل إليها على ضوء التساؤلات الفرعية أي النتائج المتوصل إليها من خلال إجابات الباحثين، كما تطرقنا إلى الدراسات السابقة والتي تم عرضها في الإطار المنهجي 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

الخاتمة:

إن التطور الهائل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أدى إلى ظهور وسائل وتقنيات جديدة بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي التي لعبت دورا كبيرا في عصرنا الحالي، حيث سعينا من خلال دراستنا إلى تناول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بهدف الكشف عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية بحيث أصبح الأفراد لا يستطيعون الاستغناء عنها، وذلك لدوافع اجتماعية ثقافية، دينية، وبهدف الإطلاع على الأحداث الجارية وتلبية إشباعاتهم وحاجاتهم مما يجعلهم يشعرون بوجود فراغ عند غيابهم عن تصفح هذه المواقع.

كما أن لهذه المواقع دور ديني يتمثل أساسا في جعل الأفراد يطبقون ما يرونه مناسبا مع قيم مجتمعهم وذلك من خلال ما يتم عرضه على صفحات هذه المواقع من منشورات دينية، حيث ساهمت في تنمية الثقافة الدينية وتحسين الواقع الاجتماعي للأفراد، مما زادت من وعيهم بالمناسبات الدينية من خلال الصور والملصقات التي يتم نشرها على هذه المواقع.

ولقد كشفت هذه الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يشكل خطرا على قيمنا الدينية ومن جهة أخرى نرى عكس ذلك، بمعنى أن قوة الوازع الديني يجعل الفرد يعرف ما له وما عليه أي استخدامها بشكل إيجابي.

وعليه يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي ليست بالضرورة دائما تساهم في تدعيم القيم الدينية للأفراد، فهذا يختلف من مجتمع إلى آخر وحسب طبيعة استخدام الأفراد لهذه المواقع.

وفي الأخير تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصلة، أي أنها ما زالت تحتاج إلى البحث والتعمق أكثر باعتبار أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من المواضيع التي تتطلب الدراسة، ولا يمكننا القول أننا كشفنا عن كل عادات وأنماط ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وإسهاماتها في تدعيم القيم الدينية، كما أن هذا الموضوع أي مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر من المواضيع الهامة بحيث حظيت باهتمام العديد من الأفراد في جميع أنحاء العالم.

توصيات الدراسة:

- ضرورة الإلمام بموضوع مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لحداثته وأهميته البالغة في المجال الدراسي.
- القيام بإجراء بحوث ودراسات حول هذا الموضوع من قبل العلماء والمختصون وتسهيل الضوء عليها.
- على جميع المستخدمين ألا يفرطوا في استخدام هذه المواقع وذلك حتى لا تصل بهم إلى درجة الإدمان، وبالتالي الانحياز إلى أشياء أخرى لا تتوافق مع قيم المجتمع.
- يجب على كل الطلبة حسن استخدام هذه المواقع وتحسين صورتهم من خلال منشوراتهم وتعليقاتهم وكلامهم الراقى مع الأصدقاء واجتنابهم للمنشورات المنحطة التي تسيء إلى الدين الإسلامي وكذلك القيم الأخلاقية للأفراد المستخدمين.
- على أي مستخدم التعبير بحرية عن أفكاره وآرائه عبر هذه المواقع مما يسمح لهم بعرض إبداعاته ومواهبه.
- على أي مستخدم عند مشاهدته للفيديوهات والصور ألا يخرج على الحد المعقول الذي قد يؤدي به إلى الانحياز لمشاهدة الفيديوهات الفاضحة والدخول إلى المواقع الإباحية الغير أخلاقية والتي لا تتفق مع قيمنا الدينية.
- على كل المستخدمين أن يعلموا جيدا أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تشكل خطر عليهم وذلك من خلال الاستعمال الجيد لها ومراعاة مرجعيتهم عند كل استخدام.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- القرآن الكريم:
- القواميس والمعاجم:
- 2- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1977.
- 3- ناصر قاسمي، دليل مصطلحات علم الاجتماع التنظيم والعمل، ديوان المطبوعات الجامعية، 2011.
- الكتب:
- 4- إبراهيم عبد الله المسند وآخرون، المكتبة والبحث، السعودية: 2007-2008.
- 5- احمد مرسللي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
- 6- بسام عبد الرحمان المشاقبة ، نظريات الإعلام، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011.
- 7- بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
- 8- جبريل بن حسن العريشي ، سلمى بنتعبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، عمان: دار المنهجية للنشر والتوزيع، د. س. ن.
- 9- حسين عبد الحميد أحمد رشوان، الاتجاهات والنظريات العلمية، دراسة في علم اجتماع العلم، د م ن: دار الكتب والوثائق القومية، 2015.
- 10- حسين محمود هتمي ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015.
- 11- حميد سميسم ، نظريات الاتصال، د م ن: مكتبة نانسي دمياط، 2005.
- 12- خالد محمد أبو شعيرة ، غباري ثائر أحمد، الثقافة وعناصرها، عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2009.
- 13- ربحي مصطفى عليان، غنيم عثمان محمد، مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2000.
- 14- رضا أمين ، الإعلام الجديد، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015.
- 15- زياد احمد الطوسي ، مجتمع الدراسة والعينات، د. م. ن: د. د. ن، 2001.

- 16- سعاد جبر سعيد ، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، د م ن: جدار الكتاب العالمي للنشر والتوزيع، 2008.
- 17- سعد الدين السيد صالح ، البحث العلمي ومناهجه النظرية، ط2، القاهرة: مؤسسة الأهرام للنشر والتوزيع، 1993.
- 18- سعيد بن ناصر الغامدي ، أخلاقيات العمل ضرورة تنمية ومصلحة شرعية.
- 19- سليمان بكر کران ، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، عمان: دار الراسية للنشر والتوزيع، 2015.
- 20- شبكات التواصل الاجتماعي (منصات للحرب الأمريكية الناعمة)، جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، 2016.
- 21- صالح العلي ، مهارات التواصل الاجتماعي (أسس ومفاهيم وقيم)، عمان: دار الجامد للنشر والتوزيع، د س ن.
- 22- صالح محمد أبو جادو ، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط8، د م ن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012.
- 23- الطاهر بوغازي ، القيم التربوية (مقاربة نسقية)، الجزائر: منشورات الخبر، 2010.
- 24- عامر ابراهيم قندلجي ، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2015.
- 25- عبد الرحمان العيسوي ، العيسوي عبد الفاتح محمد، مناهج البحث العلمي، د م ن: دار الراتب الجامعية، 1996.
- 26- عبد الرحمان عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، تونس، دار المتوسطة للنشر، 2013.
- 27- عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2011.
- 28- علاء الدين محمد عفيفي ، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، القاهرة: دار التعليم الجامعي، 2015.
- 29- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.

- 30- كامل خورشيد مراد ، الاتصال الجماهيري والإعلام، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011.
- 31- ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006.
- 32- ماجد زكي الجلاء، تعلم القيم وتعليمها (تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم)، ط3، جامعة اليرموك: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2010.
- 33- ماهر عودة الشمايلية وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015.
- 34- محمد الفاتح حمدي ، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، دروس نظرية وتطبيقات، الجزائر: جامعة جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2017.
- 35- محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلات الشباب في زمن البث الفضائي العربي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017.
- 36- محمد خيرت يوسف، مؤشرات التقييم الإعلامي، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2015.
- 37- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، ط2، عمان: دار وائل للنشر، 1999.
- 38- مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب "تويتر نموذجاً"، الرياض: دار المحتسب للنشر والتوزيع، 1438.
- 39- منتصر حاتم حسين ، ايدولوجيات الإعلام الإسلامي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
- 40- موريس أنجرس ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الجزائر: دار القصة للنشر، 2004.
- 41- هارون منصر ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة المسائل النظرية والتطبيقية، د. م. ن: دار الأمانة للنشر والتوزيع، 2012.
- 42- وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر الفاييسوك على المجتمع، الخرطوم: مدونة شهد النهضة، 2010.
- الرسائل الجامعية:
- 43- أيسر فائق جهاد الحسيني الالوسي، الأخلاق في الكتاب والسنة.

- 44- بن منصور اليمين، دور القيم الدينية في التنمية الاجتماعية، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة باتنة، 2010.
- 45- مديحة جيطاني ، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط، رسالة ماجستير: قسم أصول الدين، جامعة باتنة، 2009-2010.
- 46- حميدة خولة، قاسم مريم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة، 2015-2016.
- 47- سامية حمريش ، القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة باتنة، 2009-2010.
- 48- حميدان سلمى، القيم الإسلامية في الدراما التاريخية العربية التلفزيونية، أطروحة دكتوراه: قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2017-2018.
- 49- علي حوش ، محمد بوزريّة ، استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2016-2017.
- 50- كوتر نوار خرخاشي ، شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماستر: قسيم العلوم الاجتماعية، جامعة بسكرة، 2012-2013.
- 51- محسن بن جابر بن عواض الزهراني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العلمية، أطروحة دكتوراه: قسم المناهج وطرق التدريس، جامعة أم القرى، 2013.
- 52- الطيب أحمد الصمد الشنقيطي، الأساليب النبوية لتنمية القيم الإيمانية لدى الشباب المسلم في ضوء التحديات المعاصرة، رسالة ماجستير، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى، 1428.
- 53- فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً"، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، عضو هيئة التدريس بكلية الملك خالد العسكرية.
- 54- علي بن مسعود أحمد العيسي، تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب المرحلة المتوسطة من وجهة نظر معلمي التربية الإسلامية بمحافظة القنفذة، رسالة ماجستير: قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى، 1429.
- 55- عهد محمود محمد مرتحي، مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمهم في محافظة غزة، رسالة ماجستير: قسم التربية، جامعة الأزهر، 2004.

56- مريم نزيهان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير: قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، 2011-2012.

• المجلات:

57- نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، ع11، جامعة الجلفة، الجزائر، د.س.ن.

• الملتقيات والمؤتمرات والندوات:

58- فؤاد علي العاجز، العمري عطية، القيم وطرق تعلمها وتعليمها، دراسة مقدمة إلى مؤتمر كلية التربية والفنون تحت عنوان "القيم والتربية في عالم متغير" عمان، جامعة اليرموك، 1999.

59- السلطان مسفر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المسابقة الثانية (فرع الدراسات والأبحاث)، المملكة العربية السعودية، 2010.

60- هناك سرور، جلسة وسائل التواصل الاجتماعي وإثراء المحتوى القوي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة.

• المواقع الالكترونية:

- <http://www.youm7.com/story/2017-62>

تمت الزيارة يوم: 2018/12/16

- <http://mawoo3.com>

تمت الزيارة يوم 2018/04/08

- قاموس المعاني متاح على الرابط الالكتروني:

- <http://www.almaany.com>

تمت الزيارة يوم 2018/04/05

- يوسف ورداني، ثقافة الشباب تحديات وعجز الدولة، متاح على الرابط الالكتروني:

- <http://www.alwaef.org>

- تمت الزيارة يوم 2018/04/05

- متاح على الرابط الالكتروني:

- <http://www.dzpace.univ.djelfz.dz>

تمت الزيارة يوم 2018/03/03

- متاح على الرابط الالكتروني:

- [http://www. Almratmrsol.com/post](http://www.Almratmrsol.com/post)

تمت الزيارة يوم 2018/06/25.

الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى

والاجتماعية كلية العلوم الإنسانية

والاتصال قسم علوم الإعلام

استمارة استبيان بعنوان :

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين
دراسة ميدانية على عينة من طلبة القطب الجامعي تاسوست

1- بين أيديكم استمارة استبيان بعنوان : دور مواقع التواصل الاجتماعي في
تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين

نرجو منكم الإجابة عن الأسئلة بكل موضوعية ونعدكم بالحفاظ على
سرية المعلومات

إشراف الأستاذة (ة)

د. حورية بولعويديات

الطالبتان:

✓ ريمة مرابط

✓ زهرة بخبخ

2- ضع العلامة (x) في مربع الإجابة المناسبة

يمكن اختيار أكثر من احتمال

شكرا لتعاونكم

الموسم الجامعي 2017 - 2018

البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- الحالة الاجتماعية: متزوج (ة) أعزب (ة) أرمل (ة)
- 3- السن: من 18 الى 22 سنة
- من 23 الى 27 سنة
- اكثر من 27

4- المستوى التعليمي:

- سنة ثانية سنة ثالثة

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

5- منذ متى تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي:

- اقل من سنة
- من سنة إلى 3 سنوات
- من 3 سنوات إلى 6 سنوات
- أكثر من 6 سنوات

6- ماهي الأوقات التي تتصفح فيها مواقع التواصل الاجتماعي:

- في أوقات الفراغ
- في فترة الصباح
- في فترة المساء
- في فترة الليل

7- ماهي عدد الساعات التي تقضيها مع مواقع التواصل الاجتماعي:

- اقل من ساعة

- ساعة واحدة

- من ساعتين إلى ثلاث ساعات

- من 3 ساعات فما فوق

8- أين تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي :

- في قاعة الانترنت - في الجامعة

- في المنزل - في الشارع

- في المقهى

- أخرى تذكر

9- مع من تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي :

- بمفردك

- مع العائلة

- مع الأصدقاء

- مع أشخاص آخرين

- أخرى تذكر

10- هل أنت عضو في مجموعة ذات طابع ديني:

- نعم لا

11- هل أنت من متبعي الروابط الالكترونية :

- نعم لا

- إذا كانت إجابتك بنعم ما نوع الرابط الذي تتبعه :

ديني - علمي

اقتصادي - اجتماعي

ثقافي - سياسي

12- ماهي المواقع المفضلة لديك :

الفيسبوك

اليوتيوب

تويتر

- أخرى تذكر.....

13- ماذا تفضل عند تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي:- مشاهدة الصور

مشاهدة الفيديوهات

-تحميل بعض التطبيقات

-تحميل الألعاب

- أخرى تذكر.....

المحور الثاني:دوافع و حاجات استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع التواصل الاجتماعي :

14- ماهي دوافعك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي:

-دوافع دينية - دوافع سياسية

- دوافع ثقافية - دوافع اجتماعية

- أخرى تذكر.....

15- ما هو الهدف من تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي :

- الاطلاع على الأحداث الجارية

- التعرف على عادات وثقافات دول أخرى

- الهروب من الواقع

- للتسلية و الترفيه

..... أخرى تذكر

16- هل حققت لك مواقع التواصل الاجتماعي الاشباعات الحاجات التي
تطمح إليها :

- نعم

- لا

- إذا كانت الإجابة بنعم ما نوع هذه الإشباعات المحققة :

- نفسية - اجتماعية - دينية

- ثقافية - اقتصادية - سياسية

17- عند غيابك عن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لمدة طويلة ما هو
إحساسك:

- الشعور بالقلق و التوتر

- وجود فراغ

- الشعور بالراحة

- لا تشعر بشيء

..... أخرى تذكر

- المحور الثالث: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية

18 - جعلتك مواقع التواصل الاجتماعي :

- تهتم أكثر بالمواقع الدينية

- تساهم في نشرها لتعميم الفائدة

- العمل على تطبيق ما تراه مناسباً

- أخرى تذكر

19- هل المنشورات الدينية التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي تفيدك وتنمي ثقافتك الدينية:

- نعم

- لا

20- ما تقييمك للمنشورات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- مفيدة - نوعاً ما

- عادية - غير مفيدة

21- في رأيك هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين القيم الأخلاقية للأفراد:

- نعم - ربما

- لا - لا ادري

22- هل ترى أن المنشورات الدينية ساهمت في تحسين الواقع الاجتماعي للأفراد:

- نعم

- لا

23- هل ترى أن ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي :

- زاد من وعيك بالمناسبات الدينية

- زاد من وعيك بحقوق الآخرين

- زاد من وعيك بواجباتنا الدينية

- أخرى تذكر

24- هل ترى أن هناك خطر على قيمنا الدينية عند استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي:

- نعم

- لا

25- في كلتا الحالتين لماذا؟

.....

الملخصات

- باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين، وذلك من خلال دراسة على عينة من طلبة القطب الجامعي تاسوست، وتدور إشكالية هذه الدراسة حول تساؤل رئيسي مفاده:

كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين؟ ويندرج تحت هذا التساؤل جملة من التساؤلات الفرعية وهي كالاتي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي دوافع وحاجات تصفح الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين؟

وكان هدفنا من هذه الدراسة معرفة الدوافع الحقيقية في استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن التأثيرات التي تحدثها في تدعيم القيم الدينية لدى الطالب الجامعي، وكذلك التدريب والتمكن من إنجاز بحوث ميدانية تساعد على معالجة مختلف المشكلات القابلة للدراسة وكيفية استخدام الإجراءات المنهجية بطريقة علمية.

اتبعنا المنهج الوصفي باعتباره المنهج الأنسب لدراستنا، واستخدمنا أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المبحوثين، أما طريقة المعاينة فقد اخترنا العينة العنقودية المقدرة بـ 121 وحدة بهدف تمثيل مجتمع الدراسة وهم طلبة القطب الجامعي تاسوست، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور رئيسية:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثاني: دوافع وحاجات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: يتضمن إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي كما يلي:

يتضح أن أكبر نسبة من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى ثلاث سنوات ومن ساعتين إلى ثلاث ساعات، وذلك في أوقات الفراغ، حيث يفضل أغلبهم مشاركة الصور والفيديوهات من خلال تصفحهم لموقع اليوتيوب والفيس بوك، كما تبين لنا من خلال هذه الدراسة أن دوافع تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي هي دوافع اجتماعية، ثقافية، دينية، وذلك بهدف الإطلاع على الأحداث الجارية، كما خلصت هذه الدراسة إلى أن المنشورات الدينية التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي تنمي الثقافة الدينية وتحسن الواقع الاجتماعي للأفراد، وزيادة وعيهم الديني.

Summary of the study

This study aims at unveiling the role of social media in strengthening the religious values of college students, through a study on a sample of the university of Mohamed-essadik Ben-Yahya.

The main question of the study:

- How do social media contribute in strengthening the religious values of students in the university?

This main question has many sub-questions and they are as follows:

1. What are the habits and patterns of student's use of social media?
2. What are the needs and motives behind student's use of social media?
3. What are social media's contributions in strengthening the religious values of students?

The aim of this study was to identify the real motives of students' use of social media, and reveal its effects on strengthening the students' values, through practicing and being able to do field studies that help treat different problems and how to use the methodology in a scientific way.

We followed the descriptive method because it was the most suitable for this study; we also used the questionnaire in gathering data. We used the cluster sample which consisted of 121 units, in order to present the study population which is the student of Mohamed-Essadik Ben-Yahya University.

The questionnaire was divided into (03) main sections:

1. First section was devoted for Habits and patterns in using social media.
2. Second section was devoted for Students' needs and motives in using social media.

3. Third section includes social media's contributions in strengthening the religious values.

This study resulted in many findings and they are as follows:

Most of the population has been using social media for one to at least three years and from one to three hours a day in their free time; most of them also, prefer sharing videos and pictures in YouTube and Facebook. Moreover, the motives of students behind using social media are social, cultural and religious motives; and also to keep up to date with current events around the world. Finally this study concluded that religious posts in social media develop the religious knowledge and the social status of people by raising their religious awareness.