



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي  
معهد العلوم الإسلامية  
قسم أصول الدين



مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية  
الدينية "الفييس بوك أنموذجا"

دراسة ميدانية على عينة من طلبة معهد العلوم الإسلامية بجامعة الوادي

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر  
في العلوم الإسلامية - تخصص: دعوة وإعلام

المشرف:

الطاهر اعمار الادغم

الطالب:

عمار دبار

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
معمر قول	أستاذ محاضر أ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
الطاهر اعمار الادغم	أستاذ مساعد أ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
باي أحمد عامر	أستاذ محاضر ب	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 1439 - 1440 هـ / 2018 - 2019 م

الله أكبر

# الإهداء

إلى شجرة الوقار ومداد العطاء إلى نبع الكرم والنضحية والصبر إلى والدي العزيز أطال

الله في عمره إلى نبع الحنان ورمز الطهارة إلى من منحني صفاء الوداد

وصدق الكلمة وحب الإيثار إلى من غمرني بدعائها الذي كان نبراس إضاءة لي في

ظلمة الحياة وشمعة الأمل والتي أضأت لي طريق المستقبل...

إلى والدتي الحبيبة حفظها الله... إلى سندي ومصدر قوتي بعد الله إلى من أفنخسهم كثيرا

إلى إخوتي وأخواتي حبا وعرفانا ومودة فنشجعكم وسؤ الكرم الدائم دفعني لمواصلته

الطريق...

وفتكم الله جميعا... إلى كل أفراد عائلتي كبيرهم وصغيرهم إلى كل أساتذتي الأفاضل

حفظهم الله...

إلى زملائي وزميلاتي بالدراسة الجامعية إلى كل طاقم وإدارة قسم العلوم الإسلامية

إلى كل طلاب العلم والمعرفة أهدي ثمرة جهدي المنواضع

بعمارة

## شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله، قال تعالى: ﴿لَيْنَ شَكَرْتُمْ

لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾

إن كان الشكر توجان النية ولسان الطوية وحب الإخلاص وعنوان الإخصاص  
فإليكم شكر أنفاس الأحباب في الأسحار أو أنفاس الرياض غب الأمطار فشكراً  
إلى ...

- إلى الله تعالى الذي وفقني بنوفيقته.

- ثم إلى من مد لي يد العون وذل لي الصعاب التي واجهت سير البحث الأسناذيين

الفاضلين "الطاهر عمارة الأذغم" "قادري محمد الصديق" اللذين تبنا هذا العمل بالرعاية

والإشراف فأحاطاه بالمساعدة الصادقة والشجيع المتواصل.

- إلى الأساتذة الكرام أعضاء اللجنة الموقرة، الذين سهروا على قراءة البحث ومراجعتنا،

ونقدنا نقداً بناءً.

- إلى كل الأساتذة الكرام الذين ساعدوني وأرشدوني في سير هذا العمل.

## ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة للتعرف على مدى أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التوعية الدينية، وذلك للتعرف على أحوال التوعية الدينية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بكل جوانبها بصفه عامة، وموقع الفيس بوك بصفه خاصة، ومعرفة كيفية الاستعمال لهذا الموقع معتمدين في ذلك على منهج المسح بالعينة، بالتطبيق على عينة من طلبة معهد العلوم الإسلامية بجامعة الوادي، المستخدم لموقع الفيس بوك، بلغ عدد العينة 100 مفردة، تم اختيارهم بطريقة العينة القصدية وصممت استمارة استبانة ورقية والكترونية لجمع البيانات ثم تحليلها، وخلصت الدراسة الى عدة نتائج أبرزها أن الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع الفيس بوك بشكل يومي بمعدل استخدام متوسط، من خلال نشر أفكارهم واهتماماتهم ومتابعاتهم للأحداث الجارية، كما يرى الطلبة الجامعيون الفيس بوك من ضمن الوسائل التي تزيد وتثري الوعي الديني للفرد.

**الكلمات المفتاحية:** مواقع التواصل الاجتماعي، التوعية الدينية، الفيس بوك.

### **Study Summary:**

The study aimed to identify the impact of social media sites on religious awareness, in order to identify the conditions of religious awareness through social networks in all their aspects in general, and the site of Facebook in particular, and knowing how to use this site, how to use this site relying on the methodology of the survey sample, applying to a sample of students of the Institute of Islamic Sciences, University of El Oued, Algeria, used for Facebook. The number of sample is a hundred individuals that were selected by the way of the sample, paper, and electronic questionnaire form were designed to collect data and then analyze it. The study concluded with several results, the prominent ones are that students use the site of Facebook on a daily basis with average rate, through the dissemination of their ideas and interests and follow-up to the current events. Students also see Facebook among the means that increase and enrich the individual's religious awareness

**Key words:** Social media sites - Religious awareness - Facebook.

# المقدمة

شهد عالمنا الحاضر ثورة كبيرة على جميع الأصعدة العلمية والتكنولوجية، ومن مفرزات هذه الثورة العلمية التطور الهائل الذي مس قطاع تكنولوجيات الإعلام والاتصال والذي بدوره مر بالعديد من المراحل وذلك تبعاً لتقدم المحيط لتلك المرحلة والمنبثق من درجة الوعي البشري، وقد شهد القرن العشرين قفزة هائلة في وسائل الاتصال حيث انتشرت شبكة الانترنت في أرجاء المعمورة كافة وربطت أجهزة هذا العالم المترامية بفضائها الواسع حيث ساعدت هذه التكنولوجيا الرقمية على التواصل بين الشعوب بمختلف توجهاتها الجغرافية متجاوزة بذلك الحدود الجغرافية والسياسية والعزلة الحضارية التي كانت تحتها معظم المجتمعات البشرية، إذا يشهد عالمنا المعاصر تحولات كبيرة في تكنولوجيا الاتصال أثرت بدورها في العلاقات السياسية والاقتصادية وفي أنماط التفكير في المجتمعات المختلفة.

وقد استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي أن تبني نظاماً أكثر قدرة على تنمية مشاركة المستخدم وتحقيق درجة أعلى من التفاعلية والتحكم في الاتصال وهو ما برز بشكل واضح في وسائل التواصل الاجتماعي من حيث حرية الرأي والتعبير وتبادل المعلومات مساهماً بذلك في تشكيل وعي الإنسان وإعداده ليكون أكثر قدرة على التأثير في الآخرين واستمالتهم، كما مكن أيضاً المستخدم من التعبير الحر عما يراه وتشجيعه على رصد أفكاره بصفة مستمرة، ومن المواقع الأكثر تصفحاً: موقع الفيس بوك، تويتر، يوتيوب، واتس آب..... الخ.

وهذه المواقع أتاحت للمستخدم تبادل الصور ومقاطع الفيديو ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين، ويسجل بهذه الشبكات كسر احتكار المعلومة ونشر الأفكار والرؤى الشخصية بدون رقيب أو حسيب ومن هنا بدأت تتجمع وتتجاوز بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات والتي تحمل أفكاراً ورؤى مختلفة متقاربة أو موحدة أحياناً، وهو ما يعطى شعوراً أكيداً بتأثيرها على القيم أيّ كان نوعها سواء دينية أو أخلاقية ومن هنا ظهر مفهوم التوعية الدينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي نتيجة تغيرات ومستجدات العصر الحديث ولاسيما تنامي موجات العولمة وما رافقها من تطور هائل في مجال المعلوماتية وما أحدثه ذلك من تأثير في النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع بشكل عام والنسق القيمي بشكل خاص مما أوقع الشباب في فخ الانفصام في الشخصية والصراع

بين القيم الموروثة والتقاليد المستوردة مما استدعى القيام بحملات التوعية الدينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال نشر الحقائق ودعوة الخلق إليه لدرء الشبهات والدعوة لترك الشهوات.

ومنه كان من الأهمية البالغة تخصيص دراسة لمعالجة هذا الموضوع حيث اتبعنا خطة تتكون من: مقدمة، الإطار المنهجي الذي يتضمن طرح الإشكالية، تساؤلات، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة.

مع عرض التحديد الاصطلاحي لمختلف مفاهيم الدراسة المستخدمة في البحث ثم الدراسات السابقة وأخيرا تم التطرق إلى المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات ومجتمع البحث وعينته، ثم الانتقال إلى الفصل الثاني والمتمثل في الإطار النظري للدراسة والذي يحتوي على ثلاثة مباحث الأول بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي، الثاني الفيس بوك والثالثة التوعية الدينية وأخيرا الفصل الثالث والمتمثل في الإطار التطبيقي للدراسة والمتضمن لتحليل الجداول والنتائج الإحصائية للدراسة ومن ثم نتائج الدراسة واقتراحاتها والخاتمة.

# الفصل الأول: الإطار المنهجي

## الفصل الأول: الإطار المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- تحديد مفاهيم الدراسة
- 5-1 مواقع التواصل الاجتماعي
- 5-2 التوعية الدينية
- 5-3 الفيس بوك ( الفيس بوك )
- 6- الدراسات السابقة
- 7- منهج الدراسة
- 8- أدوات جمع البيانات
- 9- مجتمع البحث وعينته

## 1- إشكالية الدراسة:

مما لاشك فيه أن الانترنت أضحت تشكل حيزا كبيرا في حياة الأفراد واهتماماتهم اليومية مما أكسبها رواجاً وقبولاً كبيراً بين الأفراد في المجتمع على اختلاف فئاتهم وأعمارهم، خصوصاً بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي لتشكل أداة اتصال وتواصل بين المستخدمين، غير أنها لم تقتصر على هذا الدور فقط بل أصبحت أداة تؤثر في حياة الناس وقراراتهم وذلك من خلال الاستماع إلى آراء الأفراد وكذلك نشر أفكارهم ومما سهل هذه العملية ظهور موقع الفيس بوك والذي يعتبر منبراً يتأثر فيه المستخدمون ويؤثرون، ومن هذا المنطلق استغل هذا الفضاء لنشر التوعية بين مختلف الأفراد سواء كانت اجتماعية، سياسية اقتصادية، أو دينية، وبما يتميز به مجتمعنا العربي عامة والجزائر خاصة هو اعتناقه للدين الإسلامي برزت أهمية التوعية الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي كانت مقتصرة على المنابر في المساجد والحلقات العلمية والدروس والتي بدورها كانت معتمدة على الحضور فقط إلى أن أصبحت تنشر بين كافة الشعوب المسلمة وغير المسلمة في أقل وقت ممكن متخطية بذلك كل الحواجز الزمنية والمكانية وهذا ما ساهم في انتشارها من خلال التفاعلية بين المستخدمين وكل هذه من شأنها أن تساهم في التوعية الدينية وزيادة الوعي لدى الطلبة الجامعيين بالخصوص لكثرة استخدامهم لهذه المواقع، ومن هنا جاءت هذه الدراسة حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك خصيصاً " على التوعية الدينية ومن هنا نرسم تساؤلاً رئيسياً مفاده:

- ما هو دور الفيس بوك في التوعية الدينية لطلبة معهد العلوم الإسلامية بجامعة الوادي؟  
وتندرج تحته تساؤلات فرعية:

1- ماهي مواقع التواصل الاجتماعي؟

2- ماهي التوعية الدينية؟

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

## 2- أسباب اختيار الموضوع:

وتنقسم هذه الأسباب إلى قسمين أسباب ذاتية وأخرى موضوعية

### أ- الأسباب الذاتية:

- التعرف على الجانب الايجابي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك تحديدا باعتباري مستخدما له.

- الميولات الشخصية لمعرفة أثر الفيس بوك على التوعية الدينية.

- معرفة سبب تفضيل الفيس بوك على المواقع الأخرى.

- إدراك الأساليب الحسنة لاستخدام الفيس بوك لنشر التوعية الدينية لأكثر عدد من المستخدمين.

- معرفة أسباب ميول المستخدمين لموقع الفيس بوك على حساب مواقع التواصل الاجتماعي.

### ب- الأسباب الموضوعية:

- تزايد الحديث حول المواضيع الدينية إذ أصبح بإمكان كل مستخدم نشر معلومة دينية على الفيس بوك دون التأكد من مصدرها.

- تزايد انتشار ظاهرة الخرافات والأحاديث المكذوبة والمنسوبة للدين الإسلامي مما يستوجب نشر التوعية الدينية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

- التزايد الكبير لعدد مستخدمي الفيس بوك وتعدد اهتماماته الأمر الذي بات يستدعي البحث والدراسة.

- اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي أحد الوسائل الحديثة والأكثر انتشارا.

## 3- أهمية الدراسة:

يمكن تحديد أهمية هذه الدراسة في ضوء الاعتبارات التالية:

- تناولت هذه الدراسة وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الحديثة والتي تنتشر في مواقع

التواصل الاجتماعي وموقع الفيس بوك تحديدا الذي أصبح منبرا للمشاركة والتعبير وتبادل المعلومات والأفكار حول القضايا الدينية.

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من طبيعة فئة الطلبة الجامعيين التي تعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع.

- معرفة طرق وأساليب نشر التوعية الدينية عبر موقع الفيس بوك.

#### 4- أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى الفضول المعرفي الذي يلازمه وإزالة الغموض على بعض القضايا ولذلك تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيسي لها وهو معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية " الفيس بوك " ومن هذا تندرج جملة من الأهداف الفرعية الآتية:

- التعرف على أثر موقع الفيس بوك في التوعية الدينية.

- معرفة مدى تأثير الطلبة الجامعيين بالتوعية الدينية عبر الفيس بوك.

- معرفة الدوافع من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " خاصة.

#### 5- تحديد مفاهيم الدراسة:

#### 5-1 مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- التواصل لغة: الرجوع إلى مادة وصل

وصل: وصلت الشيء وصلا وصلته، والوصل ضد الهجران، ويعرفه ابن سيده: الوصل خلاف الفصل، وصل الشيء بالشيء يصله وصلا وسيلة وصلته واتصل الشيء بالشيء أي لم ينقطع<sup>1</sup>.

ب- اجتماعي لغة: بالنظر في مادة جمع نجد الجيم والميم والعين أصل واحد يدل على

أتضام الشيء يقال جمعت الشيء جمعا والجماع الأشابة من قبائل شتى<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، دار صادر بيروت، الطبعة الأولى، 1997، المجلد السادسة، مادة (وصل)، ص449.

<sup>2</sup> أحمد بن فارس بن زكرياء أبو الحسن، معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون، الجزء الأول، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1979، ص479.

**ج- اصطلاحاً:** هي تلك المواقع التي تنتج للمشارك بأن ينشئ لنفسه حساباً أو ملفاً شخصياً على شكل بطاقة تعريف أو سيرة ذاتية تمكنه من عمل علاقات (صداقات) مع المشتركين الآخرين على الشبكة حيث تمكنه هذه العلاقات من رؤية ما يعرضه الأصدقاء من الروابط أو الصور أو الفيديو أو التعليقات أو الأسئلة أو الإجابات مع إمكانية التعليق عليها جميعاً، أو مشاركتها مع الآخرين، كما يمكن للمشارك نفسه أن يشارك الأصدقاء بما لديه من الروابط أو الصور أو الفيديو أو الأسئلة أو الإجابات<sup>1</sup>.

وتعرف كذلك بالمواقع الإلكترونية التي تتوفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامّة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئي الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت<sup>2</sup>.

#### د- التعريف الإجرائي:

نقصد بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي الشبكات الإلكترونية المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين لمعهد العلوم الإسلامية في مجال التوعية الدينية والتي لها أثر في تبادل الآراء والأفكار والمناقشات في اتجاه القضايا التوعوية.

#### 5-2 التوعية الدينية:

**أ- التوعية لغة:** وعى ((يعي وعيا)) الشيء أي جمعه وحواه وعي الحديث قبله وتدبره وحفظه وتعي الآذان إذا سمعت والعامّة تقول وعى فلان أي انتبه من نومه أو من غفلته، أو إعاء الكلام أو الشيء حفظه وجمعه<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> نزهة حنون، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري "دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الانسانية، العدد الثامن، الجزء الأول، ديسمبر 2017، جامعة أم البواقي ص 69.

<sup>2</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ط1، دار النفائس عمان، الأردن، 2013، ص24.

<sup>3</sup> المنجد في اللغة والاعلام، دار المشرق، ط2، بيروت، لبنان، ص809.

وعى وعيت الحديث وعيا من باب وعد حفظته وتدبرته وأوعيت المتاع بالألف في الوعي وضعته<sup>1</sup>.

**ب- التوعية اصطلاحا:** التوعية هي عملية محاولة الإقناع والتأثير في سلوك الأفراد حول موضوع أو فكرة أو قضية وتتضمن التوعية آليات الإقناع اللساني والتفهم وتعزيز كل ذلك بالأدلة والبراهين المقنعة والتي تناسب إلى عقول المستقبلين ويشترط في التوعية الوضوح في الأفكار المراد إيصالها والبساطة الموضوعية، عدم التناقض ووضوح الهدف<sup>2</sup>.

**ج- الدين لغة:** اسم جامع لجميع ما يعبد به الله، الإسلام، الاعتقاد بالجنان والإقرار باللسان والعمل بالجوارح والأركان<sup>3</sup>.

**د- الدين اصطلاحا:** الدين هو المله في الإسلام وفي العبادة وما تقتضيه اليقظة الشاملة لجميع ما يعبد به الله أي أنه حالة من الوعي المقدس عقليا وقلبيا ووجدانيا وسلوكيا وعبادته بما يصدق له في اعتقاد أو قول أو فعل<sup>4</sup>.

**هـ- التوعية الدينية اصطلاحا:** يمكن تعريف التوعية الدينية بأنها: " تزويد أفراد المجتمع بمبادئ الشريعة السمحة وقيمها العليا التي تعمل على حفظ الدين وترجمته ترجمة عملية في حياة الناس "

<sup>1</sup> رجب عبد الجواد، معظم المصطلحات الاسلامية في المصباح المنير، دار الآفاق العربية، ط1، 2002 القاهرة، ص305.

<sup>2</sup> محمد غزالي، خصوصية التوعية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي "دراسة تحليلية في المحتوى الدعوي للفيديوهات مدعمة بدراسة ميدانية على عينة من الشباب، مؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع جامعة النجاح الوطنية، د س ن، ص7.

<sup>3</sup> معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط43، دار الفكر القاهرة، 1983، ص307.

<sup>4</sup> شائم باللافي الهمزاني، تقويم الوعي الديني للمسلمين، مقياس اتجاه ومستوى الوعي بالتطبيق على مسلمي ألبانيا قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1995، ص5.

فهي عبارة عن جهد منهجي منظم يصب في تعريف الإنسان بمسؤولياته وواجباته الدينية وتعميق التزاماته بتعاليم دينية في مختلف نشاطات الحياة باعتباره خليفة في الأرض ومكلف بالعبادة وعمار الكون والمساهمة في صناعة حياة سعيدة منسجمة مع توجيهات الإسلام<sup>1</sup>.

و- **التوعية الدينية إجرائيا:** هي جهود إعلامية تثقيفية دينية لجعل الناس يلتزمون بقواعد وأحكام الشريعة الإسلامية والالتزام بالأخلاق المنصوص عليها في القرآن والسنة النبوية عن طريق استخدام كل الوسائل المتاحة مثل: الفضائيات وشبكات التواصل الاجتماعي.

### 5-3- الفيس بوك ( الفيس بوك ):

أ- **تعريف الفيس بوك اصطلاحا:** الفيس بوك كلمة أعجمية مكونة من جزأين: فيس (face) وبوك (Book) وهي تعني كتاب الوجوه، مثلما أراد بها مؤسس الموقع<sup>2</sup> وهو شبكة للتواصل الاجتماعي ينتمي إلى مواقع الويب (Web 2.0) ويمكن الاشتراك مجاناً تديره شركة (فيسبوك) محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم. الخ.

وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم ويمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم<sup>3</sup>.

ب- **تعريف الفيس بوك إجرائيا:** هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي يتم استخدامه من طرف طلبة معهد العلوم الإسلامية للتواصل فيما بينهم ومع غيرهم في عالم افتراضي

<sup>1</sup> عمر صالح بن عمر، مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها ندوة الحج الكبرى، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، د س ن، ص 38-39.

<sup>2</sup> حسان أحمد قمحية، الفيس بوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر والتوزيع، الجزيرة، مصر، 2017م، ص58.

<sup>3</sup> محمد أمين عيوب، تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً دراسة استكشافية وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي الفيس بوك مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص مجتمع المعلومات، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال، 2012/2011، ص168.

يتقاسمون فيه اهتماماتهم ويتبادلون فيه أفكارهم وآراءهم حول القضايا الدينية ومشاكلها المطروحة محليا وعالميا.

### 6- الدراسات السابقة:

في إطار البحث عن أبرز الدراسات السابقة والتي تشترك مع دراستنا في المتغيرات الأساسية لها، فقمنا باختيار ثلاثة دراسات نذكرها كالتالي:

❖ **الدراسة الأولى:** مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام واتصال بجامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي - معهد العلوم الإسلامية سنة 2017/2016 من إعداد الطالبة أسماء عمامرة وكانت تحت عنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية الفيس بوك أنموذجا "، دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول

" دور مساهمة الفيس بوك في التوعية الدينية لدى الطلبة الجامعيين، وللتوصل للنتائج المرجوة قامت الباحثة بطرح التساؤلات التالية:

- ما مدى استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك؟

- هل يعتبر الفيس بوك عامل مؤثر في التوعية الدينية لدى الطلبة الجامعيين؟

- ما هو تأثير التفاعل التوعوي الديني على صفحات الفيس بوك؟

وللإجابة على هذه التساؤلات اتبعت الباحثة المنهج الوصفي في الجانب النظري للدراسة

وأسلوب العينة الطبقية العشوائية في الجانب التطبيقي.

وقد جرت هذه الدراسة على 150 مفردة من مجتمع الدراسة وزعت على مستوى 5

كليات، ومن كل كلية أخذت 30 مفردة، وذلك بالاعتماد على أدوات جمع البيانات والمتمثلة

في الاستبيان الذي تضمن ثلاثة محاور:

**المحور الأول:** مستوى التفاعل واستخدام الفيس بوك للطلبة الجامعيين ويضم 14

سؤالا.

**المحور الثاني:** مدى تأثير الفيس بوك على التوعية الدينية لدى الطلبة الجامعيين والذي بدوره يعالج الموضوع، والذي يضم 15 سؤالاً.

**المحور الثالث:** مدى تأثير الفيس بوك على التوعية الدينية الذي بدوره يعالج الموضوع ويهتم بـ 15 سؤالاً.

وقد خلصت الباحثة الى النتائج التالية وذلك من خلال تحليل بيانات الاستبيان:  
يعتبر موقع الفيس بوك وسيلة من وسائل الاتصال الفعال والتواصل مع الآخرين؟  
كان للمنشورات والكتابات الدينية على حائط الفيس بوك الأثر البالغ في نشر التوعية الدينية والأخلاقية بين مختلف شرائح المجتمع وخصوصاً فئة الشباب الجامعي.  
تقوم فئة كبيرة من الطلبة بنشر أمور دينية في صفحاتهم أو في صفحات العامة من أجل نشر التوعية والثقافة الدينية فيما بينهم، مما كان لها من أثر في توعية الشباب.  
وتشترك هذه الدراسة مع دراستنا في متغيرين أساسيين وهما مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الدينية والعلاقة بينهما.

❖ **الدراسة الثانية: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلابي " الفيس بوك نموذجاً"** من إعداد الباحثتين بوكديرون إيمان، حاج قويدر أسماء، والمقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع للموسم الجامعي 2018/2017 بجامعة الجليلاني بونعامية بخميس مليانة، والتي هدفت إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين وذلك من خلال دراسة عينة عددها 70 من مستخدمي موقع الفيس بوك عن كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية لجامعة الجليلاني بونعامية بخميس مليانة، وللوصول إلى الأهداف المرجوة قامت الباحثتان بتحديد التساؤل الرئيسي كالتالي:

- ما طبيعة الدور الذي يؤديه موقع الفيس بوك كأبرز مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتشكيل الوعي الديني لدى فئة الطلبة الجامعيين؟ وللتغلغل أكثر في الموضوع قامت بطرح تساؤلات الدراسة كما يلي:

- ما هي دوافع استخدام طلبة جامعة الجليلاني بونعامية بخميس مليانة لموقع الفيس بوك؟

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيس بوك؟
- هل يزود الفيس بوك الطلبة الجامعيين إشاعات دينية؟ وكيف يتم ذلك؟
- ما هو أكثر استخدام موقع الفيس بوك في تشكيل الصورة الذهنية ونشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

وللتوصل للنتائج المرجوة تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي واستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من الباحثين، وقد تم تقسيم استمارة الاستبيان إلى أربعة محاور وهي نفسها أهداف هذه الدراسة.

**المحور الأول:** دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيس بوك.

**المحور الثاني:** عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيس بوك؟

**المحور الثالث:** الاشاعات الدينية المحققة من استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك؟

**المحور الرابع:** استخدام الفيس بوك في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

وقد توصلت هذه الدراسة إلى:

- أغلب الطلبة الجامعيين يتصفحون موقع الفيس بوك يوميا بمعدل ثلاث ساعات للتواصل مع الأصدقاء والأقارب ولتلبية الاحتياجات الثقافية الدينية والعلمية وهم يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح هذا الموقع خاصة في الفترة الليلية؟
- معظم أفراد العينة يعتبرون مفهوم الوعي الديني عبر الفيس بوك هو الاستزادة من الثقافة الدينية من خلال النصوص والفيديوهات عبر الصفحات والمنشورات الدينية التي يتبعونها بكثرة.
- أغلبية الإناث من الطلبة الجامعيين يتأثرون بالمعلومات الدينية التي تقدمها لهم الصفحات الفيسبوكية على غرار الذكور الذين لهم احتكاك كبير بالمساجد والأئمة حيث يتلقون المعلومات الدينية منها، وتتشرك هذه الدراسة مع دراستنا في المتغيرين الأساسيين وطبيعة عينة الدراسة.
- إن أهم الممارسات الدينية التي تدعو إليها الحملات الإعلانية الدينية هي أداء الصلاة والعبادات المفروضة الصيام، الزكاة. الخ.

نسبة 66.09 % من أفراد العينة يوافقون على أن الحملات الإعلانية الدينية حسنت من أدائهم للصلاة.

وتشارك هذه الدراسة مع موضوع دراستي في متغير التوعية الدينية حيث أنهما يشتركان في تأثير الإعلام التقليدي والمتمثل في التلفاز والراديو وغيرها مع الإعلام الجديد والمنتشر في مواقع التواصل الاجتماعي على التوعية الدينية.

#### ❖ الدراسة الثالثة: الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب

دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف من إعداد الطالبة لامية صابر، وذلك لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، كلية الحقوق، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، للموسم الجامعي 2010/2009، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة السمات الديموغرافية والخصائص الاجتماعية والثقافية لمشاهدي هذه الحملات التوعوية الدينية في شبكة MBC، وكذلك إبراز الدور الفعلي الذي يمكن أن تقوم به الحملات الإعلانية في باقة MBC في التوعية الدينية ومدى قدرتها على توجيه الشباب نحو الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية من جانب أو التذكير بها والتكيف مع هذه الالتزامات والقيم الإسلامية مع التغيرات الحاصلة، وللوصول إلى هذه الأهداف قامت الباحثة بطرح التساؤل الرئيسي على الشكل التالي:

ما دور الحملات الإعلانية الدينية التي تبثها باقة MBC في التوعية الدينية لشباب ولاية سطيف؟ وقد اندرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح بالعينة، واعتمد هنا على أسلوب العينة القصدية في اختيار الدراسة واعتمدت الدراسة على أدوات جمع البيانات والمتمثلة في الاستمارات كأداة لجمع البيانات والمعلومات، حيث وزعت على 292 مفردة من مجتمع البحث منها 146 مفردة على الشباب الجامعي والباقية على الشباب الغير جامعي وقد توصلت هذه الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

المستوى التعليمي له دور في ترتيب اهتمامات أفراد العينة بمشاهدة الحملات، فبالنسبة للشباب الجامعي تأتي حملة أقم صلاتك في المرتبة الأولى بنفس الرتبة لدى الشباب غير الجامعي.

## 7- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج في البحث العلمي، العمود الفقري لكل دراسة، ولبلوغ النتائج المرجوة من هذه الدراسة لابد من إنتاج خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة وذلك باتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة، ومن هنا يتوجب علينا تحديد مفهوم المنهج العلمي:

عرف المنهج بأنه مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم أو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة.<sup>1</sup> كما يعرف كذلك بأنه الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه العالم في بحثه أو دراسة مشكلة والوصول إلى حلول أو إلى بعض النتائج ونظرا إلى أهمية المنهج أو الأسلوب المستخدم للدراسة أي كان نوعها.<sup>2</sup>

والمنهج عند "موريس أنجرس" مجموعة من العمليات المنظمة في سبيل الوصول إلى هدف الدراسة ويعرف أيضا على أنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة للوصول إلى نتيجة معينة.<sup>3</sup>

كما أن طبيعة الموضوع هي التي تحدد نوع المنهج المستعمل ولأن هدفنا من هذه الدراسة التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية، وبالتالي فإن المنهج الأكثر ملاءمة في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي لملائمة الواقع الاجتماعي وكفيل لفهم ظواهره، واستخلاص سماته فإن المنهج الوصفي هو عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي تم التوصل إليها إلى أشكال رقمية معبرة

<sup>1</sup> - صلاح الدين شروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2003، ص 92

<sup>2</sup> - عبد الفتاح محمد العيسوي، عبد الرحمن محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، دار الراتب الجامعية، 1996-1997، ص 13.

<sup>3</sup> - عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، د - ط، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990، ص 28.

يمكن تفسيرها كما يعتمد لتنفيذه على مختلف طرق جمع البيانات كالمقابلات الشخصية والملاحظة المباشرة الآلية منها والبشرية وإستمارات الاستبائية وتحليل الوثائق والمستندات<sup>1</sup>.

### 8- أدوات جمع البيانات:

كثيرة هي الوسائل التي تستخدم في مجال البحث العلمي ومن أكثرها شيوعا الاستبائيات والمقابلات، والملاحظات، والاختبارات، وتكون وفق أسلوب منظم في جمع المعلومات الموثوقة وتدوين الملاحظات والتحليل الموضوعي لتلك المعلومات بإتباع أساليب ومناهج علمية محددة، وباعتبار أن موضوع بحثنا يتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية فقد استخدمنا أداة محددة لجمع المعلومات والبيانات لتوافقها مع منهج دراستنا وهي استمارة الاستبيان.

### 8-1 استمارة الاستبيان: هي أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق

استمارة يجري تعبئتها من خلال المستجيب ويكون المستجيب سيد الموقف بينما كان الباحث في المقابلة هو سيد الموقف.

ويستخدم الاستبيان لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات المستجيبين وكذلك الحقائق التي هم على علم بها ولهذا استخدم الاستبائيات بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف الى استكشاف حقائق من الممارسات الخالية واستطلاعات الرأي وميول الأفراد.<sup>2</sup> ونعني بالاستبيان أيضا، استمارة يصممها الباحث على ضوء الكتابات ذات الصلة بالمشكلة التي يراد بحثها أو يحصل عليها جاهزة ويعدلها على ضوء أسس علمية تتضمن بيانات أولية على المبحوثين وفقرات على أهداف البحث، تم إعدادها بصيغة مغلقة أو مفتوحة أو الاثنين معا أو بالصور، بحيث تصل إليهم بواسطة وسيلة معينة مثل البريد، أو المناولة، أو نحوها وتعود للباحث بالوسيلة ذاتها بعد الفراغ من الإجابة عنها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية الجامعية الأردنية، ط2، 1999، ص46-47.

<sup>2</sup> عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار التميز، دمشق، ط 2، 2004، ص172.

<sup>3</sup> عماد حسين المرشدي، وسائل وأدوات البحث العلم التربوي، وثيقة بحثية منشورة على موقع جامعة بابل د ط - د، ص 01.

## 9-مجتمع البحث وعينته:

**9-1 مجتمع البحث:** ويقصد جميع الأفراد (أو الأشياء أو العناصر) الذين لهم خصائص واحدة يمكن ملاحظتها.

ويمثل كذلك في المجتمع الذي يكون محل دراسته من طرف الباحث، فالمجتمع هو كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة<sup>1</sup>.

وبالتالي فإن مجتمع بحثنا يتمثل في طلبة معهد العلوم الإسلامية لجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي الذين يستخدمون موقع الفيس بوك ونظرا لصعوبة دراسة كل مجتمع البحث نلجأ الى العينة كأسلوب لإجراء الدراسة بدلا من المجتمع الكلي.

**9-2 العينة:** وهي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع<sup>2</sup>. وللعينة أنواع يمكن إيجازها في صنفين رئيسيين:

عينات احتمالية وعينات غير احتمالية، أما الأولى فيتم اختيار أفراد العينة بطريقة عشوائية منها البسيطة والمنتظمة والطبقية والعنقودية، أما الأخيرة يتم فيها اختيار عينة الدراسة بشكل عشوائي وهي العينات الملائمة والحكيمة والتقديرية والعينات الحصصية والقصدية<sup>3</sup>.

وقد اعتمدنا في دراستنا على أسلوب **العينة القصدية** وهذه غير احتمالية، وقد يكون الاختبار فيها كفي من قبل الباحث للمبحوثين استنادا إلى أهداف بحثه<sup>4</sup>.

وتتم عن طريق اختيار الباحث لمجموعة من الأفراد تلائم الغرض من البحث كأن تكون هذه العينة عايشة ظاهرة معينة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - محمد عبيدات وآخرون، مرجع سابق، ص96

<sup>2</sup> - محمد زيان محمد، منهج البحث العلمي وتقنياته، د - ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص123

<sup>3</sup> - محمد عبيدات وآخرون، مرجع سابق، ص96

<sup>4</sup> - معين خليل العمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، ط1، دار الشروق للنشر، الأردن، 2004، ص208.

<sup>5</sup> ابراهيم حامد الأسطل مناهج البحث العلمي، قسم المناهج، د ط، قسم المناهج والتكنولوجيا الجامعة الإسلامية غزة، 2012، ص9.

وبذلك تكونت عينة البحث من مفردة من مجتمع البحث المتمثل في الطلبة الجامعيين الذين يدرسون.

### الإطار المكاني والزمني:

**الإطار المكاني:** يتمثل في معهد العلوم الإسلامية جامعة حمه لخضر بالوادي، أين يدرس الطلبة المتمثلين في أفراد مجتمع الدراسة في هذا البحث العلمي.

**الإطار الزمني:** امتد الحد الزمني لهذه الدراسة من أوائل شهر جانفي إلى منتصف شهر ماي 2019، حيث تم اعداد الإطار المنهجي أولا ثم الانتقال إلى الإطار النظري، وفي الاخير الجانب الميداني، حيث شرعنا في توزيع استمارات على الطلبة الجامعيين من أواخر شهر أفريل إلى أوائل شهر ماي وقمنا بتفريغ البيانات المتحصل عليها ومعالجتها وتحليلها.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

تمهيد

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: الفيس بوك

المطلب الأول: نشأة وتطور الفيس بوك

المطلب الثاني: محتوى الفيس بوك

المطلب الثالث: إيجابيات وسلبيات الفيس بوك

المبحث الثالث: التوعية الدينية

المطلب الأول: خصائص التوعية الدينية وأهدافها

المطلب الثاني: شروط نجاح التوعية الدينية

المطلب الثالث: استخدام الفيس بوك كوسيلة للتوعية الدينية

الخلاصة

تمهيد:

إن التسارع العلمي والتطور الذي يشهده العالم حاليا خصوصا في مجال تكنولوجيا الاتصالات غير كثيرا من حياة الأفراد في جميع نواحيها وخصوصا من حيث تواصلهم في علاقاتهم الإنسانية حيث تحول الاتصال بين الأفراد من مواجهي إلى افتراضي فهي بذلك قربت المسافات بين الشعوب وألغت الحدود وزاوجت بين الثقافات وكل ذلك بفضل مواقع التواصل الاجتماعي والتي شهدت هي الأخيرة تطورا كبيرا مؤخرا فهي كونها تقتصر على الكتابة فقط إلى أن صارت لها عدة أشكال كالسمعي والبصري والرسائل الصوتية ومن أمثلتها الفيس بوك وتويتر والواتس آب.

وقد وفرت هذه المواقع لمستخدميها مجالات ومساحات كبيرة لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم السياسية والاجتماعية والدينية متجاوزين بذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة لا رقيب عليها، فهي بذلك أصبحت أحد الوسائل المؤثرة في سلوكيات الأفراد وتعتبر التوعية الدينية ركيزة أساسية مهمة في صياغة الواقع الاجتماعي وضبطه على أسس ومرجعيات وقيم محددة تتماشى مع مستجدات العصر.

## المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

### المطلب الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

عند الحديث عن مراحل تطور الشبكات الاجتماعية في الفضاء المعلوماتي تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

**المرحلة الأولى:** ويمكن وصفها بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب (web01) ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع Six de grees.com وهو الموقع الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم وبدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1998 وقد أخفق هذا الموقع عام 2000 وقد شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى مثل موقع live journal وموقع cyworld1999 الذي أنشئ في كوريا وموقع Kyze وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة الخاصة بالأصدقاء.<sup>1</sup>

**المرحلة الثانية:** وتوصف بأنها المرحلة الفعلية لتطور الشبكات الاجتماعية ويشار إليها بـ (web 2.0) وهي مجموعة من التطبيقات على الويب، مدونات مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطورات خدمات شبكة الانترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية "وقد أُرّخ" لهذه المرحلة بانطلاق موقع " ماي سايس " My Space وهو الموقع الأمريكي المشهور ثم ظهر موقع الفيس بوك وتعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لظهور المواقع الاجتماعية أو التي تسمى شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت حين صمم (راندي كونرادز) موقعا اجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام 1995م.

<sup>1</sup> جبريل بن حسن العرشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص24.

وأطلق عليه اسم (class mates.com) وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس<sup>1</sup>.

وقد شهدت هذه المرحلة من تطور الشبكات الاجتماعية إقبالا متزايدا من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم وقد ساهمت هذه الشبكات في جذب العديد من المتفاعلين على مستوى العالم وتعدد مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة للتواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية<sup>2</sup>.

**المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:**

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الانترنت ورغم تنوع هذه الشبكات من موقع إلى آخر الا أنها تشترك في عدد من الخصائص نوردتها كالتالي:

- **الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية profile page:** ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف إلى اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات<sup>3</sup>.
- **طرق جديدة لتكوين مجتمع:** تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بتكوين صداقات مع أصدقاء يبادلونهم الاهتمام والمحتوى وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت، غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرقا جديدة للاتصال بين الناس فمستخدمي هاته المواقع يخبرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل الوسوم (Tags) والتطبيقات المدججة في مواقع الشبكات كما

<sup>1</sup> كمال توفيق أحمد بدوي، أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة " الفيس بوك نموذجا" بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع، كلية الشريعة بجامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، دون سنة نشر، ص4.

<sup>2</sup> جبريل بن حسن العرشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، مرجع سابق، ص25.

<sup>3</sup> أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجا"، مجلة الأدب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، 2015، ص399.

- بالإمكان للأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبوها وغيرها من الخدمات<sup>1</sup>.
- **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفعالة من المشاهد والقارئ<sup>2</sup>.
- **الاهتمام:** هي شبكات تتبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب والموسيقى وسوق المال والسياسة والصحة، والشؤون الخارجية وغيرها<sup>3</sup>.
- **سهولة الاستخدام:** من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا فان لأي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه تكوين وتسيير موقع شبكة اجتماعية، فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على تواجد عبر الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية ولكن المشكل كان صعوبة تكوين هذه الصفحات وتطويرها واستضافة الموقع غالبا ما يتحمل تكاليف، في حين أن الشبكات الاجتماعية مجانية ومفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل فيها في الوقت الذي يتم فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص 52

<sup>2</sup> نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، المجلة العربية للأبحاث والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد 25، 2016، ص 4.

<sup>3</sup> أسامة غازي المدني، مرجع سابق، ص 400.

<sup>4</sup> مريم ناريمان نومار، مرجع سابق، ص 52-53.

- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، ببساطة وسهولة<sup>1</sup>.

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

تتجلى مواقع التواصل الاجتماعي في نماذج مختلفة وهي مقسمة إلى ما يلي:

1- المدونات (Blogs):

وهي عبارة عن مدونة شخصية تختص بتناقل المعلومات بكل أنواعها بالإضافة لنشر يوميات وتدوينات شخصية لمدير المدونة<sup>2</sup>، ومن أشكالها موقع الفيس بوك.

2- المدونات الجزئية (Micro Biogs):

موقع لبث المعلومات بشكل سريع وما يميزه عن المدونات العادية هو صغر الحجم وكمية المعلومات المتداولة عليه، سواء كانت نصية، فوتوغرافية، مرئية ومن أبرزها موقع تويتر<sup>3</sup>.

3- تويتر (Twitter):

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يقدم خدمة تدوين مصغر وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المداخلات بحد أقصى 140 حرف فقط للرسالة الواحدة ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر أو على شكل رسائل SMS وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> وردة مصييح، الاتصال العلمي داخل بيئة الشبكات الاجتماعية cyborins journo دورية علمية محكمة تعنى بمجاز المكتبات والمعلومات، العدد 36، 2014، ص 306.

<sup>2</sup> سمر محمد الدريملي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة، أطروحة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في برنامج دراسات الشرق الأوسط كلية العلوم الإنسانية، قسم التاريخ، جامعة الأزهر، غزة، 2013، ص 27.

<sup>3</sup> سمر محمد الدريملي، مرجع سابق، ص 27.

<sup>4</sup> خليل علي شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي " دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2014، ص 75.

4- مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي ( Social netrouinking siter):

وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة أو البحث عن عمل جديد وهي مواقع توفر العديد من الفوائد للمستخدمين ومن أشهر هذه المواقع لينكدان<sup>1</sup>.

5- لينكدان **Linkedin**: وهو موقع متخصص في قطاع الأعمال والشركات ويقدم هذا الموقع العديد من المزايا للشركات ورجال الأعمال حيث يقوم بتسهيل عملية الحصول على الموظفين المرشحين للعمل، حيث يتيح موقع لينكدان للأشخاص عرض سيرتهم الذاتية المفصلة وتستطيع الشركات إجراء البحث عن هؤلاء عبر كلمات مفتاحية<sup>2</sup>.

6- مواقع التعاون وبناء فرق العمل ( Wiki): ظهر أول موقع عن الويكي 25 مارس 1990، وهي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة (جماعية) وأشهر هذه المواقع موقع ويكيبيديا (Wikipédia) وهي موسوعة كبيرة تضم ملايين المقالات المعرفية بمعظم لغات العالم فحسب إحصائية لشركة ( Intel) أن هناك 6 مقالات جديدة تنشر خلال دقيقة واحدة<sup>3</sup>.

7- مواقع التصوير والفن (photo sharing): تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد حيث تمنح مكانا لحفظ وتخزين وعرض الأعمال الفنية سواء كانت صور أو رسومات فنية، حيث يتمكن الناس من رؤيتها وإبداء الإعجاب أو النقد لها، وتوفر خاصية التبادل التجاري وإيجاد دخل مالي منها<sup>4</sup>. ومن أمثلتها موقع الأنستغرام.

8- الأنستغرام (Instagram): ويعد شبكة هواة التصوير بجدارة، فهو موقع من المواقع الاجتماعية التي استخدمت حديثا وهو عبارة عن تطبيق في الهواتف الذكية يطلق عليه اسم الجيل الجديد من مواقع التواصل الاجتماعي والخالية من النصوص الكتابية وقد استحوذت عليه

<sup>1</sup> عباس صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات "، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، ص20.

<sup>2</sup> علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص83.

<sup>3</sup> سمير دريوش زياتي، الدور التربوي التعليمي لموقع الفيس بوك قراءة في بعض..... الاثار الايجابية والسلبية لشبكات

التواصل الاجتماعي، المحور الثالث ( القسم الثاني ) المجلد الخامس، د، ط، د، سنة نشر، ص 14.

<sup>4</sup> سمر محمد الدرهميلي، مرجع سابق، ص 31.

شركة فيسبوك مقابل 1 مليار دولار وأصبحت شعبية الأنستغرام في تزايد وانتشار يوما بعد الأخر وقد أتاح هذا التطبيق لمستخدميه إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة فهذا الموقع مستند في الأساس على هذين العنصرين وقد أطلق هذا الموقع في أكتوبر 2010، وكان عبارة عن موقع يتيح لمستخدميه التقاط الصور وفي عام 2013 تم تطوير هذا التطبيق وتجاوز عدد مستخدميه في نفس العام (300 مليون مستخدم)<sup>1</sup>.

**9- مواقع مشاركة الفيديو والبت المباشر:** عبر هذه المواقع يمكن البحث وإيجاد العديد من مقاطع الفيديو المرئية، وتقييمها كما تقدم هذه المواقع خدمة مشاركتها على المواقع الاجتماعية الأخرى حتى يتمكن المستخدمون من التعرف عليها وإعادة نشرها على شبكاتهم الخاصة، وإضافتها إلى المدونة الخاصة مباشرة، كما تمكن من إنشاء الفيديو الخاص بالمستخدم عن طريق استخدام كاميراته الخاصة أو جهازه الخلوي ورفع المقاطع بهذه المواقع مباشرة دون الحاجة لاستخدام جهاز الكمبيوتر ومن الأمثلة على هذا النوع موقع اليوتيوب.

**10- اليوتيوب YouTube:** تأسس موقع اليوتيوب كموقع مستقل في الرابع عشر فيفري 2005 بواسطة ثلاث موظفين هم الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني تشين، والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة ( pay pol ) المتخصصة في التجارة الالكترونية ويقوم موقع اليوتيوب على فكرة مبدئية هي البث ويعتبر أهم موقع على شبكة الانترنت من خلال مشاركة الفيديوهات التي تحمل عليه يوميا سواء فنية أو سياسية أو اجتماعية....الخ. ويستطيع مستخدموه تحميل وتبادل مقاطع الفيديو ونشرها في جميع أنحاء العالم في وقت وجيز<sup>2</sup>.

**11- مواقع مشاركة المقاطع الصوتية والموسيقى:** هذه النوعية من المواقع تمكن المستخدم من مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقى كما أن بعض هذه المواقع تقدم خدمة راديو على الانترنت حيث يمكن تحديد نوعية الموسيقى والبرامج التي يود المستخدم الاستماع لها ومن ثم الحصول على ما يناسب ذوقه<sup>3</sup> ومن الأمثلة على هذا النوع تطبيق ساوند كلاود.

<sup>1</sup> أحمد قاسمي، سليم جداي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، المركز الديمقراطي العربي، ط 1، 2019، ص22.

<sup>2</sup> عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص216.

<sup>3</sup> سمر محمد الرميلى، مرجع سابق، ص31.

**12- ساوند كلاود Saound Cloud:** هو موقع ويب للموسيقى والصوتيات يمكن لأي شخص من خلاله إنشاء الأصوات ومشاركتها كما يتيح ساوند كلاود تسجيل الأصوات وتحميلها بسهولة ومشاركة الصوت في إطار خاص مع أصدقائهم أو بشكل عام على المدونات ومواقع الويب والشبكات الاجتماعية كما يزور الموقع حوالي 175 مليون شخص كل شهر كما أنه متوفر كتطبيق للهواتف الذكية<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> ويكيبيديا الموسوعة الحرة <https://ar.wikipedia.org/wiki>، شوهد يوم 2019/02/12، 20:38.

## المبحث الثاني: الفيس بوك

## المطلب الأول: نشأة وتطور الفيس بوك

نشأ موقع الفيس بوك في 04 شباط/فيفري 2004، من قبل "مارك زوكربورغ" بمساعدة " أنزروما كلوم" و"إدوارد سفارين"<sup>1</sup>، وكانت فكرة إنشائه انطلاقا من الكتاب الذي يعطى للطلبة في بداية العام الدراسي من قبل إدارات الجامعات بنية أن يكون الطلبة متآلفين مع بعضهم وهو دليل متعارف عليه لدى جامعات أخرى باسم كتاب وجوه الطلبة (Face book) ومنه نبع اسم الفيس بوك<sup>2</sup>، وكانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد ونظرا للإقبال الشديد من قبل الطلاب قرر مارك توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى وطلبة الثانوية الذين يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية وفي أيلول 2006 قرر مارك أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه من الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فما أكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح<sup>3</sup>، وبذلك تحول موقع الفيس بوك إلى أحد أشهر المواقع العالمية ونجده منذ منتصف عام 2007 من بين المواقع الأكثر شعبية في معظم الدول العربية ويقدر عدد المشتركين فيه حوالي 60 مليون مستخدم حول العالم خلال تلك الفترة ويحتل الموقع المراتب الأولى في كثير

<sup>1</sup> وسيم شفيق الحجار، النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي "واتس آب"، تويتر، دراسة قانونية مقارنة حول الخصوصية والحرية الشخصية والمسؤولية والاختصاص، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، مجلس وزراء العدل العرب، جامعة الدول العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2017، ص19.

<sup>2</sup> بن جديدي سعاد، علاقات مستوى النرجسية بالإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي " الفيس بوك لدى المراهق الجزائري" أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراء الطور الثالث ( LMD) في علم النفس، تخصص علم النفس العيادي، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016، ص131.

<sup>3</sup> طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2012، ص28.

من الدول العربية ويأتي أحيانا في المرتبة الأولى<sup>1</sup>. وفي آب/أوت 2007 طلب فيسبوك من مستخدميه وضع هوياتهم الحقيقية ومعلوماتهم الشخصية الصحيحة وعدم إنشاء حسابات وهمية، وهو ما يعرف بمبدأ التعريف، ويبقى المحتوى الموضوع من المستخدم على الفيس بوك موجود في حين إزالته من قلب المستخدم نفسه أو من قبل المسؤول عن الفيس بوك.

وهو ما يعرف بمبدأ الدوام ويلتزم فيسبوك إلى شركة خاصة هي (Odesk) مهمته إدارة المحتوى المنشور عليه وتقوم الشركة المذكورة عبر العاملين لديها بمراجعة يومية للمحتوى على الفيس بوك وللتأكد من عدم وجود انتهاك للسياسات ومعايير الموقع ويتبين أن هناك قواعد مفصلة للعاملين على إدارة المحتوى<sup>2</sup>.

وفي تشرين الأول/أكتوبر من عام 2008 م انتقل مقر الفيس بوك إلى دبلن عاصمة أيرلندا مع أنه أنشئ في كاليفورنيا الأمريكية<sup>3</sup>.

### المطلب الثاني: محتوى الفيس بوك:

يتميز الفيس بوك بعدد من الخصائص التي يتضمنها والتي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن أهمها:

1. **الملفات الشخصية (Profile):** ومن خلال الملف أو الرصيد الشخصي يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصور، والصورة الشخصية بالإضافة إلى غير هاته المعلومات يعد الملف الشخصي بوابة الدخول إلى عالم الشخص فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، ومن هم أصدقاؤه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات<sup>4</sup>.

1 أحمد المهدي الزواوي، خيرة الزواوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المقاصد السياحية الداخلية، "مدينة بوسعادة نموذجا" مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد 06، المجلة 03، 2018، ص181.

2 وسيم شفيق الحجار، مرجع سابق، ص20.

3 سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، جداول للنشر والتوزيع، ط1، الحمرا بيروت لبنان، 2011، ص116.

4 محمد الأمين ععبوب، مرجع سابق، ص 159-160

2. لوحة الحائط (Wall): وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم، كما يظهر بها كل جديد من تعليقات وصور وروابط للأصدقاء المضافين وربما جديد وتعليقات أصدقاء الأصدقاء وذلك حسب ما يتيح المستخدم عبر إعدادات الخصوصية<sup>1</sup>.
3. الحالة (status): وهي التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي جدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفق إعدادات الخصوصية، كما يتيح الفيس بوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط<sup>2</sup>.
4. المجموعات (Groups): يمكن لكل مشترك في الموقع أن ينشر مجموعة حسب تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم إيميل الأدمن admin مدير المجموعة كما يتم إنشاء المجموعات لإهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر اجتماعي ديني أو سياسي.
5. والمجموعات لديها نفس عناصر وأدوات الصفحة الشخصية (wall) صفحة يسمح بالكتابة فيها لجميع أعضاء المجموعة وألبوم صور وساحة للحوار وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح يشرف عليها مدير المجموعة<sup>3</sup>.
6. الأصدقاء (Friands): في السابق كان البقاء على الاتصال مع الأصدقاء والعائلة يتطلب الكثير من الوقت والجهد أما اليوم فالتواصل مستمر مع مئات الأشخاص لا

<sup>1</sup> سمر محمد الدرمليلي، مرجع سابق، ص29.

<sup>2</sup> جبريل بن حسن العرشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، مرجع سابق، ص41.

<sup>3</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، ط1، 2010، ص15.

بل بالآلاف وذلك بفضل استخدام والانتساب إلى صفحات مواقع التواصل الاجتماعي<sup>1</sup>.

7. **التعليقات (Comment):** خاصية متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات، ويمكن للمستخدم أن يكتب تعليقا في مساحة التعليقات والضغط على زر إضافة تعليق، في نفس المساحة يمكن إضافة رابط موقع أو صورة<sup>2</sup>.

8. **الألعاب (Gammes):** بالفيس بوك العديد من الألعاب المختلفة: مغامرات إستراتيجية، كرة قدم،.. إلخ يستطيع المستخدم أن يستخدمها ويجتاز مراحلها مرحلة تلو الأخرى والمثير في هذه الألعاب والأكثر أهمية هو أنه يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة جماعية<sup>3</sup>.

9. **آخر الأخبار (News Feed):** أو التغذية الاخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث الموثقة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم<sup>4</sup>.

10. **الصفحات (Pages):** تم استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحددها<sup>5</sup>.

11. **الرسائل (Messages):** يستطيع المشترك من خلال تطبيق الرسائل الإطلاع على الرسائل الواردة وكذلك إرسال رسائل جديدة ومشاهدة الرسائل التي يقوم بإرسالها كما

<sup>1</sup> صونية عبديش، الشبكات الاجتماعية على الانترنت " دراسة مسحية لمستخدمي الفيس بوك من طلبة جامعة الجزائر العاصمة 1 و 2 و 3 سنة 2013 / 2014"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، سنة 2015، ص 103.

<sup>2</sup> بن جديدي سعاد، مرجع سابق، ص 135.

<sup>3</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق ص 16.

<sup>4</sup> جبريل بن حسين العرشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، مرجع سابق، ص 41.

<sup>5</sup> مريم نزيهان نومار، مرجع سابق، ص 47.

تطور هذا التطبيق ليسمح بإرفاق ملفات مستندات أو صور أو فيديو، كذلك يوفر إمكانية الحديث بالصوت أو الفيديو<sup>1</sup>.

12. **Market place**: ابتدعت هذه الفكرة مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، واستخدمتها تجاريا بطريقة فعالة، حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحدونها من المستخدمين ويقوم موقع الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول بها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان<sup>2</sup>.

13. **خاصية التقاسم والمشاركة (Share)**: أو المشاركة (partager) تأتي بعد نشر موضوع معين في حائط المستخدمين إذ تسمح هذه الخاصية بمشاهدة الموضوع مع الأصدقاء وتسمح لكل عضو من المجموعة أن يتشاطر نفس الموضوع مع أشخاص آخرين ويتم ذلك بمجرد النقر على أيقونة المشاركة<sup>3</sup>.

14. **النكر (Poke)**: تتيح للمستخدمين إرسال نكرة (وخزة) إفتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به) تحدث فقط للأصدقاء بينهم بحيث يقوم المستخدم بتنفيذ ذلك على أصدقائه ويقوم الآخر برد النكر لصديقة<sup>4</sup>.

**المطلب الثالث: إيجابيات وسلبيات الفيس بوك:**

مما لا شك فيه أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل أضفت بعدا إيجابيا جديدا على حياة العديد من المجتمعات والتي ساهمت في تغيير ثقافتهم الاجتماعية

<sup>1</sup> سمر محمد الدرملبي، مرجع سابق، ص 29.

<sup>2</sup> سلامي سعيدي، 1000 سؤال في الإعلام والاتصال، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة القديمة، الجزائر، ص 486.

<sup>3</sup> صونية عبديش، مرجع سابق، ص 105.

<sup>4</sup> سعاد عيساني، أوليات الأساتذة الجامعيين على الفيس بوك، دراسة تحليلية للمنشورات الالكترونية " مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014، ص 70.

والسياسية والاقتصادية، كما لا يخفى عن مستخدمي هذه التكنولوجيا أن لها سلبياتها، فهي سلاح ذو حدين، ومما سبق نتطرق إلى إيجابيات وسلبيات موقع الفيس بوك:

### 1 - إيجابيات موقع الفيس بوك:

- يعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال.
- مشاركة الاهتمامات بين الأفراد.
- يساهم في التسلية والترفيه.
- ينشط المهارات لدى المستخدم.
- يعمق التفكير الإبداعي بأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيئات مختلفة.
- يبقي الفرد على اتصال مع الأصدقاء والزلاء والأسرة<sup>1</sup>.
- يساعد على التعلم عن طريق تبادل المعلومات والخبرات مع الآخرين.
- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين.
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات كالشخصيات الدينية والسياسية.
- ملء الفراغ وهو من أهم أسباب الإقبال على الفيس بوك.
- الإعلان عن السلع التجارية وكذلك إظهار بعض المواهب للمستخدمين الذين يجدون في الفيس بوك ضالته<sup>2</sup>.

### 2 - سلبيات موقع الفيس بوك:

- إضاعة الوقت فبمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة إلى أخرى ومن ملف إلى آخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي منفعة له أو لغيره فالفيس بوك يهدر الكثير من الوقت لدى المستخدمين.

<sup>1</sup> نزهة حنون، مرجع سابق، ص 72.

<sup>2</sup> علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص، ص: 66-69.

- الإدمان وإضعاف مهارات التواصل وهي من أهم الآثار التي قد تشكل خطراً على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصاً الشباب والمراهقين.
- ظهور لغة جديدة بين الشباب: ظهرت لغة جديدة بين فئة الشباب يستخدمونها في جميع اتصالاتهم بين رسائل الجوال والمحادثات عبر الإنترنت.
- انعدام الخصوصية: تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تسبب بكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على المستخدمين وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية.
- التعرض للجرائم الإلكترونية كما أعلن بذلك موقع كاسبر سكاي الذي رصد أكثر من 43 ألف فيروس خبيث عام 2008<sup>1</sup>.
- انتحال أسماء شخصية عامة واستخدام صور أشخاص آخرين وتزوير الصور الخاصة بالأفراد الذين نتواصل معهم عبر الموقع وربما يساء استغلالها بشكل سيء لأصحابها وقد واجه الفيس بوك انتقادات كثيرة في هذا المجال.
- فتور الحس الأخلاقي نتيجة للكمية الهائلة المشحونة بالعنف وحيث تجعله مألوفاً لدى الناس.
- نشر للأفكار الهابطة مثل العنف والجنس والجريمة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> سلطنة جدعان نايف الخريشة، أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الاعلام والقانون في الجامعات الأردنية قدمت هذه الرسالة للحصول على شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط سنة 2016، ص.ص 30-31.

<sup>2</sup> نزهة حنون، مرجع سابق، ص 72.

## المبحث الثالث: التوعية الدينية

المطلب الأول: خصائص التوعية الدينية وأهدافها:

أ/: خصائص التوعية الدينية:

من خصائص الوعي والتوعية الدينية ما يأتي:

1- لا يكفي في الوعي مجرد العلم بالمسألة بل يحتاج الأمر إلى الاقتناع بها وترجمتها إلى سلوك عملي.

2- التوعية الدينية توعية شاملة متوازنة تهتم بالمعاملات اهتمامها بالعبادات لأن الدين يشمل الدنيا والآخرة على حد سواء، وفي هذا يقول حذيفة: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم (من لم يهتم بأمر المسلمين فليس منهم ومن لم يصبح ويسمي ناصحا لله ولرسوله ولكتابه ولأمامه ولعامه المسلمين فليس منهم)<sup>1</sup>.

3- التوعية الدينية تقوم على النصوص الشرعية في مشروعيتها وأساليب تنفيذها، فقد تكون سرا وقد تكون جهرا وقد تكون بالكلمة الطيبة وقد تكون بالمجادلة العلمية وقد تكون للحاكم وقد تكون للمحكوم قال تعالى: ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُمْ بِلَا تَأْتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ (النحل الآية 125).

وقال ﴿ قَالَ رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا ﴿١٠٠﴾ فَلَمْ يَزِدْهُمْ دُعَائِي إِلَّا فِرَارًا ﴿١٠١﴾ وَإِنِّي كُلَّمَا دَعَوْتُهُمْ لِتَغْفِرَ لَهُمْ جَعَلُوا أَصْبَعَهُمْ فِي آذَانِهِمْ وَأَسْتَغْشَوْا ثِيَابَهُمْ وَأَصْرُوا وَاسْتَكْبَرُوا اسْتِكْبَارًا ﴿١٠٢﴾ ثُمَّ إِنِّي دَعَوْتُهُمْ جِهَارًا ﴿١٠٣﴾ ثُمَّ إِنِّي أَعْلَنْتُ لَهُمْ وَأَسْرَرْتُ لَهُمْ إِسْرَارًا ﴿١٠٤﴾ ﴿ (نوح الآيات 5-9).

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «الدين النصيحة، قلنا لمن يا رسول الله قال لله ولكتابه ولرسوله ولأئمة المسلمين وعامتهم»<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - رواه الحاكم في مستدرکه والطبرانی فی المعجم الأوسط عن حذيفة رضي الله عنه، عن النبي صلى الله عليه وسلم بهذا اللفظ المعجم الأوسط 7/ 270.

<sup>2</sup> - صحيح مسلم، كتاب الايمان، باب بيان أن الدين النصيحة، ج 1، حديث رقم 55 ص 53.

4- التوعية الدينية تقوم على الوسطية فلا إفراط ولا تفريط لأنها إذا أكثر لم تؤثر في القلوب فيسقط بالإكثار فائدة الوعظ<sup>1</sup>.

ب/: أهداف التوعية الدينية:

- 1- إعداد الفرد المتكامل الذي يتوافق سلوكه مع إيمانه بالعتيدة.
- 2- تحقيق التوافق النفسي والاجتماعي للفرد وصحته والتزامه بالضوابط الدينية والاجتماعية.
- 3- التقليل من الانحرافات السلوكية في المجتمع.
- 4- تقوية ايمان وعقيدة الفرد بالله ودينه وتعريفه بطرق الخير والشر.
- 5- التمسك بالقيم والمبادئ الإسلامية.
- 6- تساعد على التثقيف الديني وتغيير مفاهيم المجتمع نحو الأفضل وتعديل سلوك الأفراد<sup>2</sup>.

المطلب الثاني: شروط نجاح التوعية الدينية:

لكي تنجح توعيتنا الدينية لا بد من مراعاة الأمور الآتية:

- 1- الاستيعاب الواعي لحقائق ديننا ومقاصده وقيمه، وفهمها فهما صحيحا بلا إفراط ولا تفريط وبلا غلو ولا انحلال.
- 2- استيعاب الواقع الذي نعيشه وإدراك مدى تأثير العوامل الخارجية "الظروف المحيطة بنا في نفوس الناس مثل البرامج الموجهة ضد تعاليم ديننا والخط من قيمنا وتشويش عقول أبنائنا بمختلف الوسائل التي تنشر الخلاعة والفوضى والتطرف والإرهاب مثل: الانترنت والفضائيات والأفلام الخليعة والمجلات الماجنة والكتب المسمومة.
- 3- تنظيم التوعية بوضع برامج توعوية متكاملة وفق إستراتيجية واضحة، وتخطيط محكم تراعى فيه أحوال الأفراد وظروف المجتمع وتغيرات الواقع الإنساني، وليست توعية وقتية عابرة قاصرة على المناسبات.

<sup>1</sup> عمر صالح بن عمر، مرجع سابق، ص-ص، 54-55.

<sup>2</sup> فواد عبد المنعم أحمد، التوعية الدينية والتربية الإسلامية ودور المسجد في الحد من تعاطي المخدرات الدورة التدريبية الخاصة، خفض الطلب على المخدرات لمنسوبي الحرس الملكي، الرياض، 2009، ص ص، 8-9

4- شمولية مضامين التوعية الدينية لتشمل ما ينفع العباد في دينهم ودنياهم وهذا هو الزاد الذي جاء في قوله تعالى ﴿ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ ۗ وَآتَقُونِ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ ﴾ البقرة 197.

والزاد يشمل زاد الدنيا والآخرة والتقوى فإنها تشمل الحذر من عقاب الله بإتباع أوامره واجتناب نواهيه وتشمل كذلك الحذر من المكروهات المضرة ومن تكاملها ألا تقتصر على التوجيه النظري والترشيد الأخلاقي العام، بل تعالج المشكلات وتذلل الصعوبات مع الحرص على تطور الخطاب الديني، فيأخذ بعين الاعتبار التوجيهات الإسلامية والتفاعل بجدية مع مستجدات الواقع بالإضافة إلى الخبرات الإنسانية والمعارف التي تطورت في مجال التعامل مع الواقع النفسي والاجتماعي.

5- تنوع مداخل التوعية الدينية بحيث يستفاد من كل المؤسسات والطاقات الرسمية والشعبية التي تساهم في تحقيق هذه التوعية مثل: المؤسسات الدينية والجامعات والمدارس والجمعيات الخيرية والبرامج الإعلامية والكتب والوسائل الحديثة المتنوعة والمحاضرات وعندئذ ينتشر الوعي الديني، مما يساعد على تحقيق السعادة الدنيوية والأخروية<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: استخدام الفيس بوك كوسيلة للتوعية الدينية:

تعتبر منصات التواصل الاجتماعي ظاهرة إعلامية بارزة في الوقت الراهن كونها تستقطب كل شرائح المجتمع بمختلف فئاته خصوصا فئة الشباب باعتبارهم الأكثر تأثرا وتأثيرا في أي مجتمع بما لديهم من طاقة وقابلية للتغيير والتطوير وبما أن الشباب هم الفئة الأكثر استخداما ونشاطا لمواقع التواصل الاجتماعي فقد أصبحت هذه المواقع ملاذا لهم لنشر أفكارهم وأراءهم وثقافتهم ومعتقداتهم بكل حرية وأريحية ويعتبر الفيس بوك من أشهر المواقع استقطابا لهذه الفئة وذلك لتوفره على عدة خصائص ومزايا تفتقر إليها مواقع التواصل الأخرى كخاصية إنشاء الصفحات والمجموعات والتي يمكن من خلالها نشر هاته الأفكار والثقافات والمعتقدات إما عن طريق صور، مقاطع فيديو، مقالات، أو مقاطع صوتية ويتم التفاعل معها من قبل المعجبين أو

<sup>1</sup> عمر صالح بن عمر، مرجع سابق، ص-ص، 55-56.

المتابعين لهذه الصفحات عن طريق التعليق أو الإعجاب أو إعادة مشاركتها، حيث تلعب هذه الأخيرة دورا هاما في عملية نشر التوعية الدينية باعتبارها آلية بناء اتصال فعال في المجتمع، ومن طرق التوعية الدينية عبر الفيس بوك.

**1- البطاقات أو الصور التوعوية:** وتكون على شكل ورقي أو الكتروني توجه إلى فرد أو مجموعة أفراد من أجل توعيتهم أو تذكيرهم بقضية أو مسألة ما مثل حرمة الاحتفال بغير أعياد المسلمين التي شرعها لنا الدين الإسلامي أو بصيام يومي الاثنين والخميس أو بنشر السنن، وقد ساهمت تطبيقات التواصل الاجتماعي في انتشار هاته البطاقات الالكترونية والتي تساعد الشخص على إرسالها إلى الأشخاص الموجودين في قائمة الأصدقاء الخاصة به أو نشرها للعامه عن طريق الصفحة الشخصية أو الصفحات المخصصة لذلك أو المجموعات وخير مثال على ذلك صفحة "بذرة خير"<sup>1</sup> وهي عبارة عن مشروع ينشر المحتوى الدعوي على شكل بطاقات ومقاطع فيديو وتلقى هذه الصفحة رواجاً كبيراً عند فئة الشباب لوضوح رسالتها وبساطة أسلوبها وتصاميمها المعاصرة كما أنها تنشط على العديد من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى: مثل الانستغرام، تويتر، ويبلغ عدد متابعيها على الفيس بوك 1.331.895 مستخدم.

**2- مقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية:** وهي عبارة عن مقاطع تمتاز بقصر مدتها وذلك لتفادي الملل لدى المتلقي وسهولة نشرها عبر مختلف الوسائط الاجتماعية الأخرى، وتتضمن هذه المقاطع المصورة بتقنية الفيديو أو الصوتية على رسائل توعوية تهتم بدين المرء وأمور دنياه، وعادة ما تكون هذه المقاطع تهتم بالقضايا والمسائل المعاصرة، كما أنها تحتوي على مقاطع تفسير القرآن الكريم كتب السيرة النبوية وما إلى ذلك ومن الأمثلة على هذه الصفحات صفحة "كن للخير داعياً"<sup>2</sup> والتي تحمل شعار ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ﴾ وتعتبر هذه الصفحة مليونية حيث يبلغ عدد مشتركها إلى 3.912.511 مستخدم.

<sup>1</sup> رابط صفحة بذرة خير على الفيس بوك ((/https://www.facebook.com/badratkhaier...)) شوهد يوم 2019/03/02، على الساعة 20:02.

<sup>2</sup> -رابط صفحة: كن للخير داعياً، /https://www.facebook.com/... شوهد يوم 2019/03/04، على الساعة 21:40.

- 3- تطبيق الرسائل " المسنجر " :** وهو تطبيق متخصص للتواصل بين مستخدمي الفيسبوك ويمكن من خلاله إرسال الرسائل والصور ومقاطع الفيديو وكذلك إرسال المقاطع الصوتية كما يحتوي المسنجر على تقنية " البوت"<sup>1</sup> وهي خدمة تدار من خلال الذكاء الاصطناعي ويتفاعل معها البشر عن طريق الدردشة وقد استخدمت هذه التقنية لعدة أغراض من بينها التوعوية والتجارية والخدمية أو لمجرد المتعة فقط ومن أمثلة هذه الخدمة تطبيق المسلم<sup>2</sup> والذي ينبه المستخدم بأذكار الصباح والمساء والورد القرآني اليومي وأدعية وأحاديث ونصائح إسلامية.
- 4- الصفحات الشخصية (الرسمية):** هي صفحات خاصة بالدعاة والأئمة والمصلحين أو خاصة بهيئات رسمية أو وزارات مثل وزارة الشؤون الدينية والأوقاف، وتقوم بنشر كل ما له علاقة بالدين الإسلامي، برامج دينية، مقالات دينية، ندوات، خطب، ملتقيات، ومثال على ذلك الصفحة الرسمية لمديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية قسنطينة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> موقع عالم التقنية، <https://www.tech-wd.com>، شوهد يوم 2019/03/04، على الساعة 22:07.

<sup>2</sup> رابط تطبيق المسلم / <https://application-muslim.blogspot.com/>

<sup>3</sup> رابط صفحة مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية قسنطينة / <https://www.facebook.com/>، شوهد يوم 2019/03/04، على الساعة 22:20.

## الخلاصة

ومن خلال ما سبق نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أداة جد مهمة في نشر التوعية الدينية بما يجاري متطلبات العصر وذلك من خلال تخصيص الفرد من الانحرافات والشبهات والجرائم والعمل على تثبيت القيم والمرجعيات الدينية الأصلية ويظهر ذلك من خلال التفاعلية والكم الهائل للمنشورات الدينية التي تغزو معظم هذا الفضاء الافتراضي.

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد.

المطلب الأول: الخصائص العامة للعينة.

المطلب الثاني: تفسير وتحليل النتائج.

**تمهيد:**

يتناول هذا الفصل الدراسة الميدانية لموضوع البحث حيث تهدف هذه الدراسة الى التطرق الى الاستجابات التي تم التوصل اليها في الدراسة النظرية للموضوع والذي يشير الى مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية ولقد استخدمنا اسلوب العينة وذلك لاختبار فرضيات الموضوع من خلال الاستبيان للطلبة الجامعيين وذلك لأجل تبين موضوع البحث وللإلمام أكثر بالدراسة الميدانية توصلنا الى النتائج التي تم الحصول عليها من خلال توزيع قوائم الاستبيان على عينه من مجتمع الدراسة والتي تشمل مجموعه من الأسئلة اللازمة لحصر وتجميع البيانات ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج اكسل و برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف باسم "Statistique Package for Social Science" باختصار SPSS وفي ما يأتي عرض النتائج المتوصل اليها ثم تقسيمها الى محورين أساسيين المحور الاول دوافع الاستخدام المحور الثاني الفيس بوك والتفاعلات في المجال الديني.

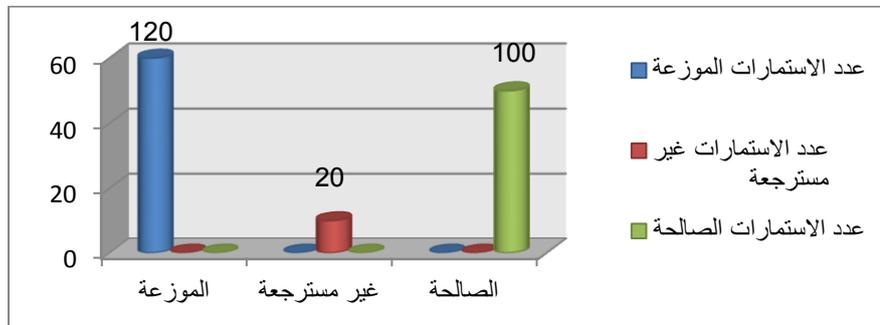
## عينة الدراسة

على غرار الدراسات التي تعتمد على الاستبيان فإنه لم يتم تحديد حجم عينة الدراسة مسبقاً، فقد تم توزيع 120 استمارة، وبعد عملية الفرز وجدنا أنه استرد منها 100 استمارة. جدول رقم(01): الاحصائية الخاصة باستمارات الاستبيان.

الاستبيان		البيان
النسبة	العدد	
100%	120	عدد الاستمارات الموزعة
16.67%	20	عدد الاستمارات غير المسترجعة
83.33%	100	عدد الاستمارات الصالحة

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على بيانات الاستبيان)

الشكل رقم (01): الاحصائية الخاصة باستمارات الاستبيان



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على جدول اعلاه)

## المطلب الأول: الخصائص العامة للعينة

تتمثل خصائص العينة فيما يلي:

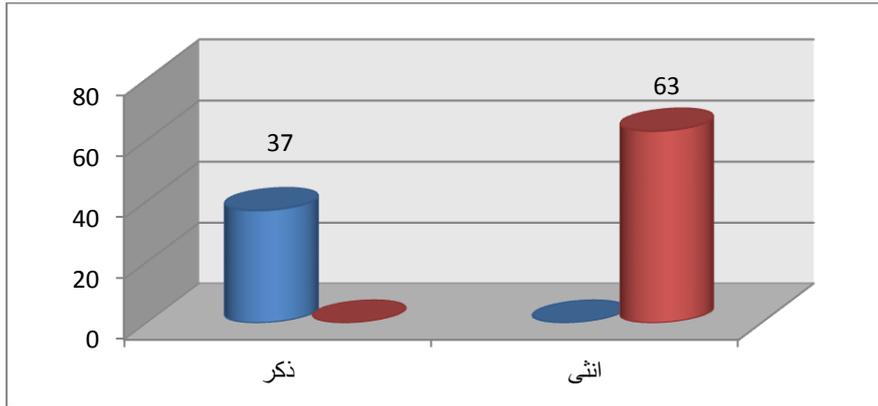
خصائص العينة من حيث متغير الجنس

جدول رقم(02): الاحصائية الخاصة بمتغير الجنس

النسبة	التكرار	البيان
37%	37	ذكر
63%	63	انثى
100%	100	المجموع

المصدر : من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم (02): الاحصائية الخاصة بمتغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول اعلاه).

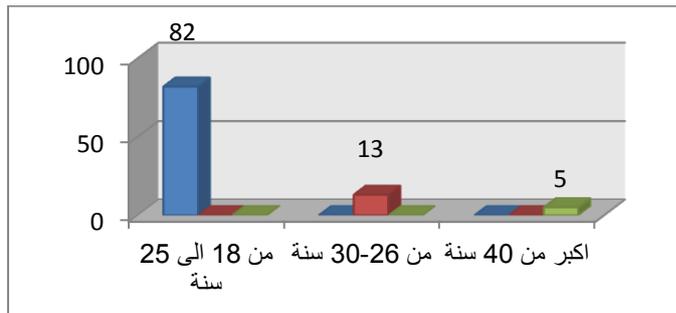
نلاحظ من خلال الجدول والرسم البياني ما يلي: أن عينة الإناث جاءت في المرتبة الأولى بنسب 63%، بينما جاءت عينة الذكور في المرتبة الثانية وذلك بنسبة 37%. ومنه نستنتج: أن الإناث أكثر متابعة للفيسبوك، وهذا راجع إلى طبيعة ومهام كل فئة، حيث أن نسبة الذكور أقل من الإناث. خصائص العينة من حيث الفئة العمرية.

جدول رقم: (03) توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية.

النسبة	العدد	الفئة العمرية
82%	82	من 18 الى 25 سنة
13%	13	من 26-30 سنة
5%	5	اكبر من 40 سنة
100%	100	المجموع

المصدر : من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (03) تمثيل عينة الدراسة حسب الفئة العمرية.



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول اعلاه).

من خلال الجدول يتضح لنا توزيع النسب حسب العمر لعينة الدراسة، حيث نجد أن النسبة الأكبر كانت لفئة من 18 إلى 25 سنة بنسبة 82% وتليها نسبة 13% لفئة من 26 إلى 30 سنة وتليها نسبة 5% للفئة الأكبر من 40 سنة.

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم من 18 إلى 25 سنة، هم أكثر استخداماً للفيسبوك وهذا راجع إلى استعماله في متابعة الأخبار والأحداث وللتواصل بين الأصدقاء.

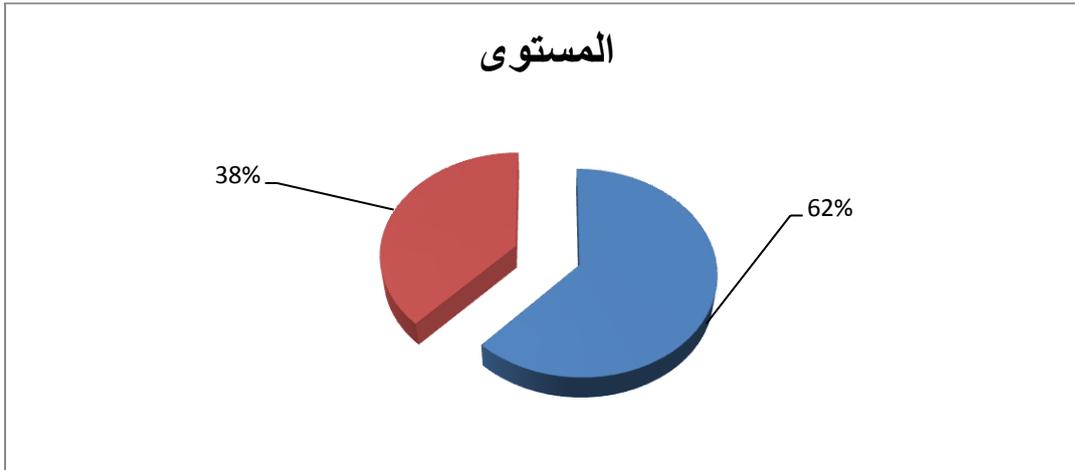
خصائص العينة من حيث المؤهل العلمي

الجدول رقم (04): توزيع عينة الدراسة من ناحية المؤهل العلمي

النسبة	العدد	المؤهل العلمي
62%	62	ليسانس
38%	38	ماستر
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (04) يمثل عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب المؤهل العلمي لأفراد العينة، حيث نجد أن غالبيتهم حاصلين على شهادة ليسانس إذ بلغ عددهم 62 بنسبة 62%، ثم تليها فئة الحاصلين على شهادة ماستر البالغ عددهم 38 بنسبة 38%.

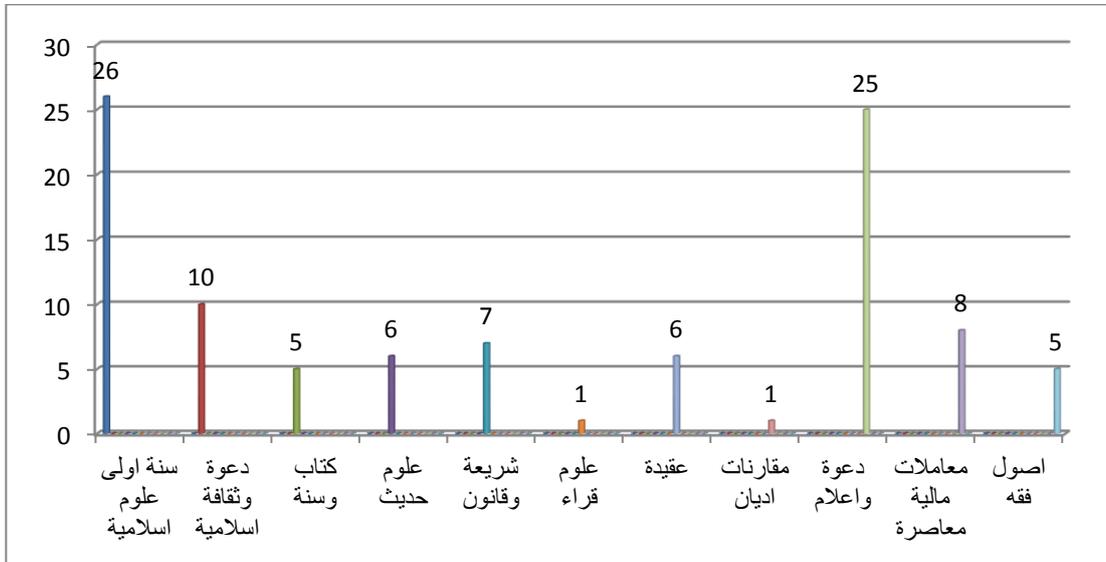
خصائص العينة من حيث التخصص

الجدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة من ناحية التخصص

النسبة	العدد	المؤهل العلمي
26%	26	سنة اولى علوم اسلامية
10%	10	دعوة وثقافة اسلامية
5%	5	كتاب وسنة
6%	6	علوم حديث
7%	7	شريعة وقانون
1%	1	علوم قراء
6%	6	عقيدة
1%	1	مقارنة اديان
25%	25	دعوة واعلام
8%	8	معاملات مالية معاصرة
5%	5	اصول فقه
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (05) يمثل عينة الدراسة حسب التخصص.



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

## المطلب الثاني: تفسير وتحليل النتائج

المحور الأول: دوافع الاستخدام

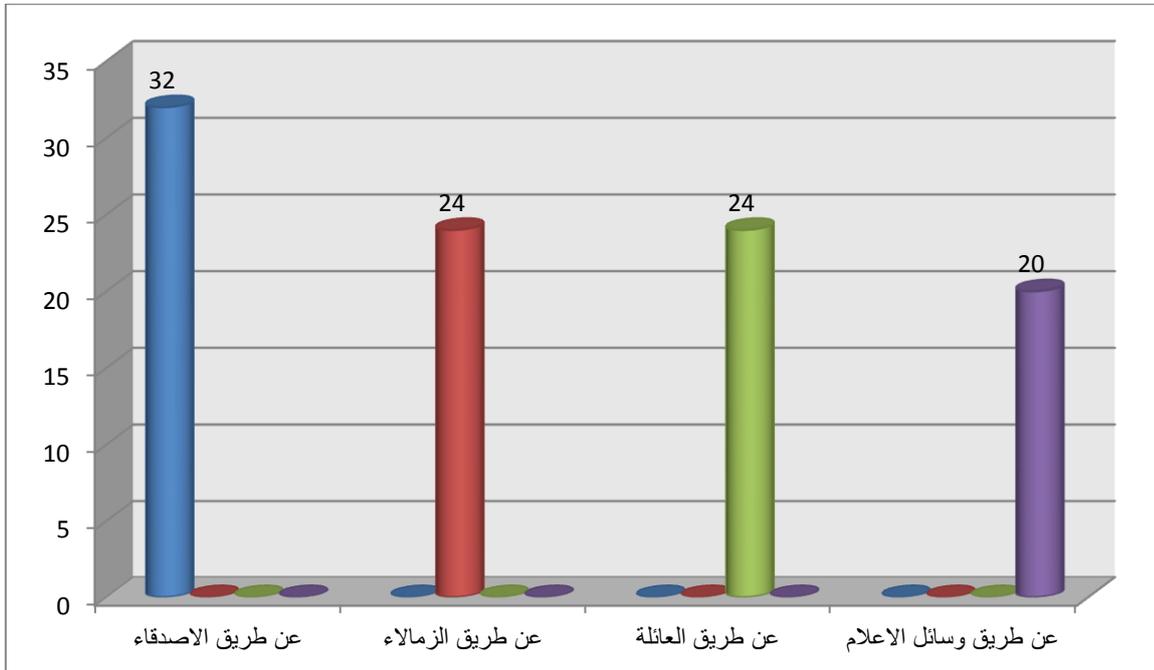
### 1- كيف تعرفت على موقع الفيس بوك

الجدول رقم (06): يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية كيفية التعرف على موقع الفيس بوك

النسبة	العدد	كيف تعرفت على موقع الفيس بوك
32%	32	عن طريق الأصدقاء
24%	24	عن طريق الزملاء
24%	24	عن طريق العائلة
20%	20	عن طريق وسائل الإعلام
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (06) يمثل كيفية التعرف على الفيس بوك



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب كيفية التعرف على الفيس بوك، حيث نجد أن غالبيتهم تعرفوا عليه عن طريق الأصدقاء إذ بلغ عددهم 32 بنسبة

32%، ثم تليها فئة عن طريق الزملاء وعن طريق العائلة البالغ عددهم 24 بنسبة 24%، وفي الأخير عن طريق وسائل الإعلام بعدد 20 بنسبة 20%.

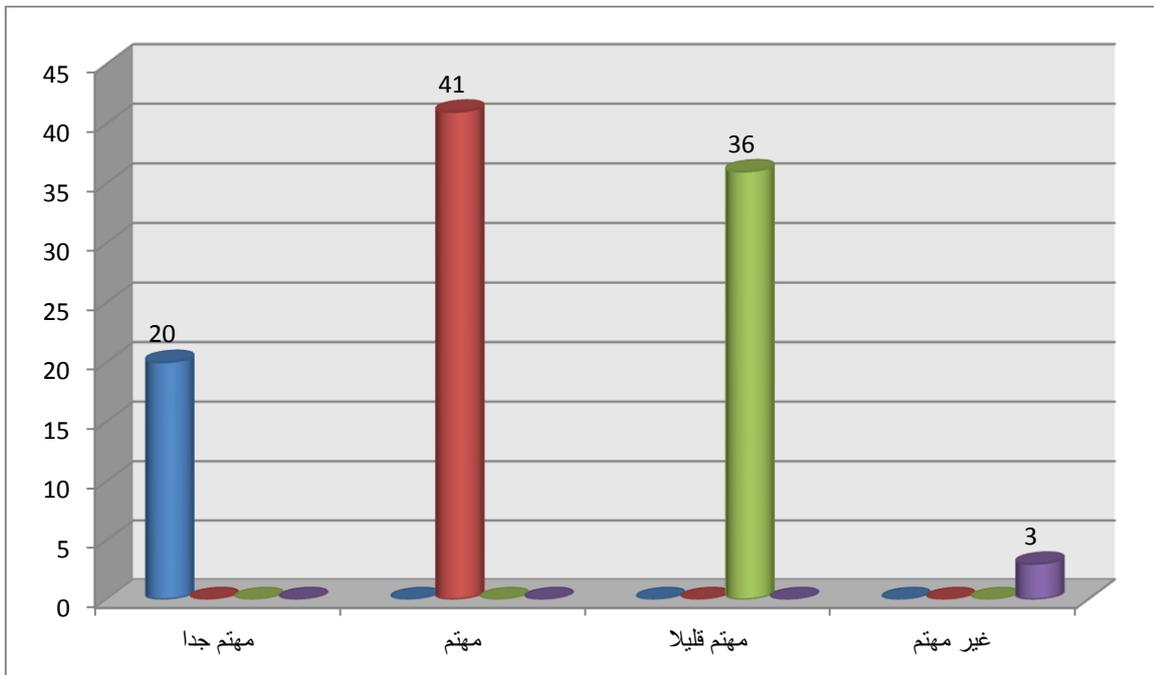
## 2- ما مدى اهتمامك بموقع الفيس بوك؟

الجدول رقم (07): يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية مدى اهتمامك بموقع الفيس بوك

النسبة	العدد	ما مدى اهتمامك بموقع الفيس بوك
20%	20	مهتم جدا
41%	41	مهتم
36%	36	مهتم قليلا
03%	03	غير مهتم
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

## الشكل رقم: (07) يمثل مدى اهتمامك بموقع الفيس بوك



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب ما مدى اهتمامك بموقع الفيس بوك، حيث نجد أن غالبيتهم مهتمون إذ بلغ عددهم 41 بنسبة 41%، ثم تليها

فئة المهتمين قليلا البالغ عددهم 36 بنسبة 36%، تليها فئة المهتمين جدا البالغ عددهم 20 بنسبة 20%، وفي الأخير الفئة الغير مهتمة البالغ عددهم 03 بنسبة 03%.

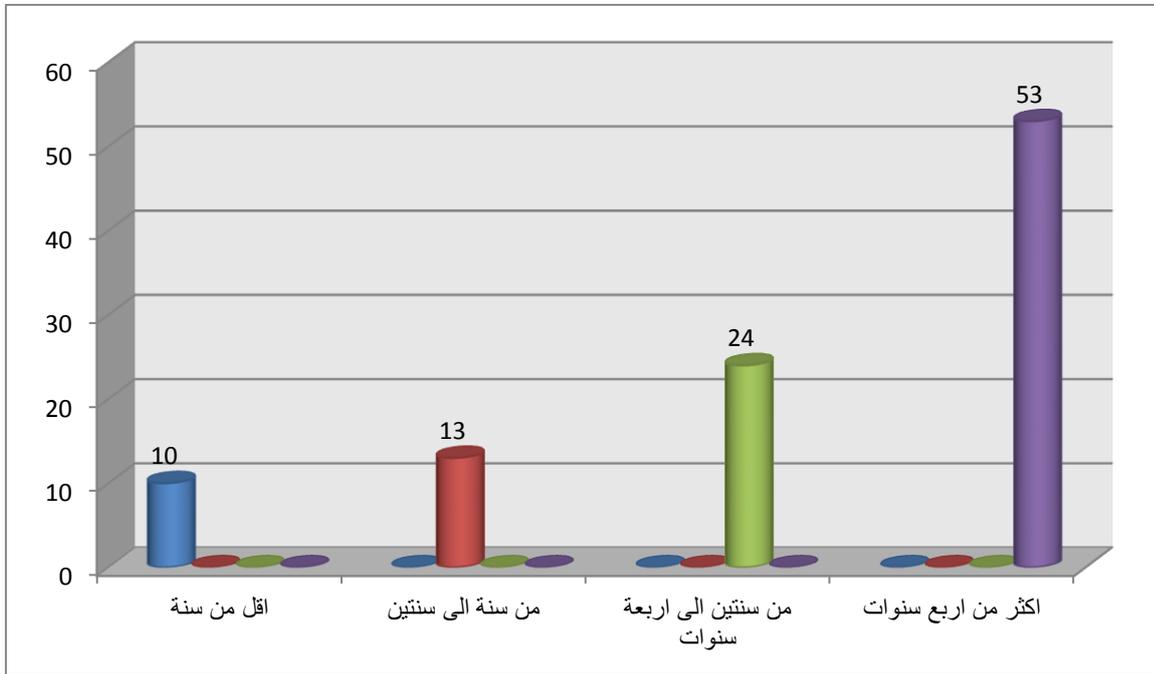
### 3- منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك

الجدول رقم (08) يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك

النسبة	العدد	منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك
10%	10	اقل من سنة
13%	13	من سنة الى سنتين
24%	24	من سنتين الى أربع سنوات
53%	53	أكثر من أربع سنوات
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (08) منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب مدى استعمال الفيس بوك، حيث نجد أن غالبيتهم أكثر من أربع سنوات إذ بلغ عددهم 53 بنسبة 53%، ثم تليها فئة من سنتين الى أربع سنوات البالغ عددهم 24 بنسبة 24%، تليها فئة من سنة الى سنتين

البالغ عددهم 13 بنسبة 13%، في الأخير الفئة الاقل من سنة البالغ عددهم 10 بنسبة 10%.

#### 4- هل تستخدم هويتك الحقيقية على الفيس بوك

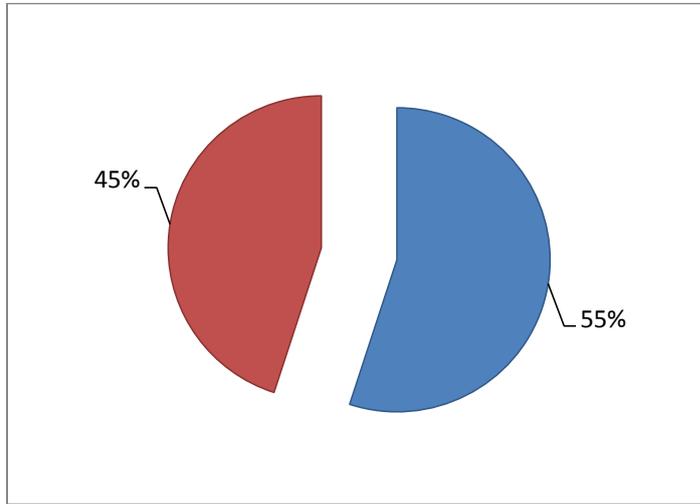
الجدول رقم (09): توزيع عينة الدراسة من ناحية تستخدم هويتك الحقيقية على الفيس بوك

النسبة	العدد	هل تستخدم هويتك الحقيقية على الفيس بوك
55%	55	نعم
45%	45	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (09) يمثل عينة الدراسة حسب هل تستخدم هويتك الحقيقية على الفيس

بوك.



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب هل تستخدم هويتك الحقيقية على الفيس بوك، حيث نجد أن غالبيتهم يستعملون اسمهم الحقيقي إذ بلغ عددهم 55 بنسبة 55%، ثم تليها فئة الذين لا يستعملون اسمهم البالغ عددهم 45 بنسبة 45%.

5- ما عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الفيس بوك يوميا

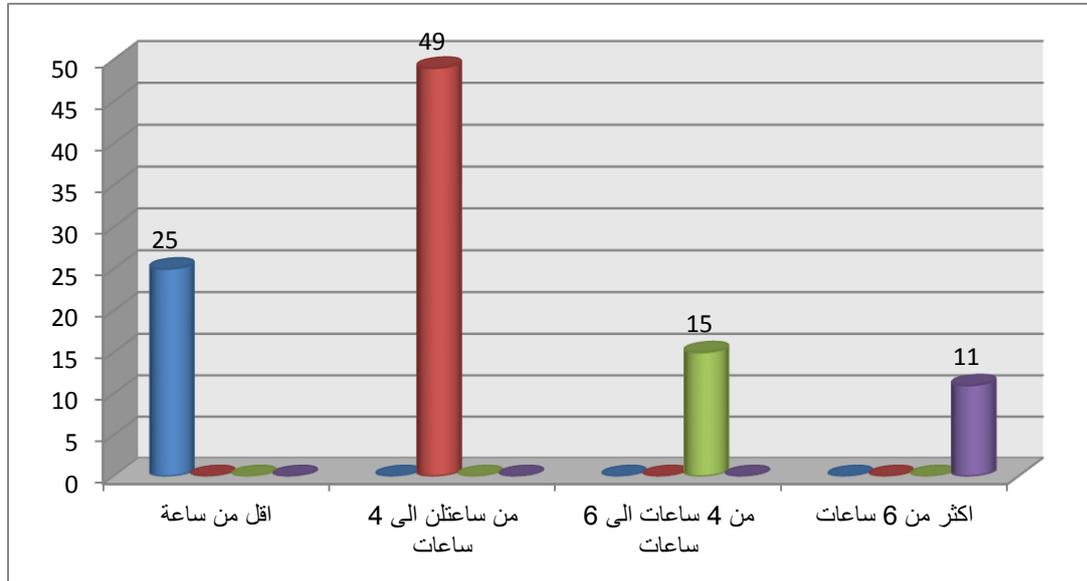
الجدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة من ناحية عدد الساعات التي تقضيها في استخدام

الفيس بوك يوميا

النسبة	العدد	ما عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الفيس بوك يوميا
%25	25	اقل من ساعة
%49	49	من ساعتين الى 4 ساعات
%15	15	من 4 ساعات الى 6 ساعات
%11	11	أكثر من 6 ساعات
%100	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (10) ما عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الفيس بوك يوميا



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب عدد ساعات استعمال الفيس بوك، حيث نجد أن غالبيتهم من ساعتين الى 4 ساعات إذ بلغ عددهم 49 بنسبة 49%، ثم تليها فئة من اقل من ساعة البالغ عددهم 25 بنسبة 25%، تليها فئة من أربعة ساعات الى 6 ساعات البالغ عددهم 15 بنسبة 15%، وفي الأخير الفئة أكثر من 6 ساعات البالغ عددهم 11 بنسبة 11%.

6- هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام الفيس بوك؟

الجدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة من ناحية هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام

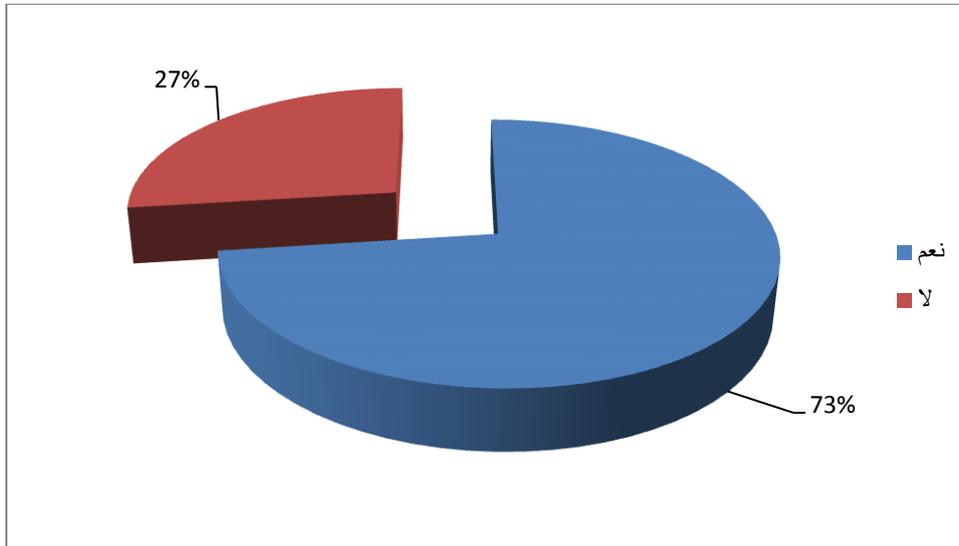
الفيس بوك

النسبة	العدد	هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام الفيس بوك
73%	73	نعم
27%	27	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (11) يمثل عينة الدراسة حسب هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام الفيس

بوك.



المصدر: من إعداد الطالب ( بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام الفيس بوك، حيث نجد أن غالبيتهم مدمنين على الفيس بوك إذ بلغ عددهم 73 بنسبة 73%، ثم تليها فئة الذين لا يعتبرون أنفسهم مدمنون البالغ عددهم 27 بنسبة 27%.

7- لماذا تستخدم موقع الفيس بوك؟

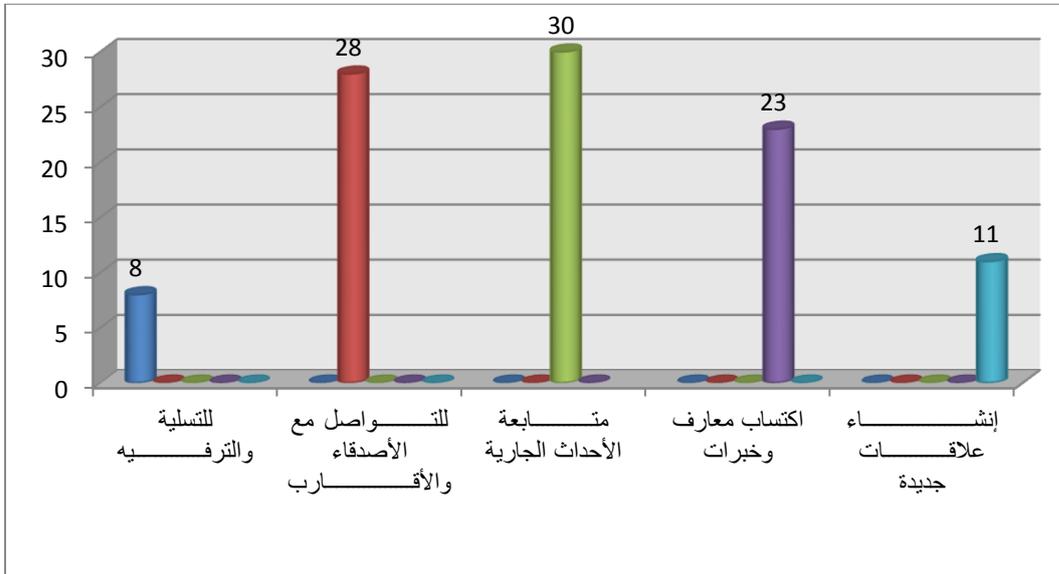
الجدول رقم (12): يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام

الفيس بوك

النسبة	العدد	لماذا تستخدم موقع الفيس بوك
8%	8	للتسلية والترفيه
28%	28	للتواصل مع الأصدقاء والأقارب
30%	30	متابعة الأحداث الجارية
23%	23	اكتساب معارف وخبرات
11%	11	إنشاء علاقات جديدة
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (12) يمثل لماذا تستخدم موقع الفيس بوك



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب لماذا تستخدم موقع الفيس بوك، حيث نجد أن اغلبيتهم متابعة الأحداث إن بلغ عددهم 30 بنسبة 30%، ثم تليها فئة التواصل مع الأصدقاء والأقارب البالغ عددهم 28 بنسبة 28%، ثم تليها فئة

اكتساب المعارف والخبرات البالغ عددهم 23 بنسبة 23% ، ثم تليها فئة انشاء علاقات جديدة البالغ عددهم 11 بنسبة 11% ، وفي الأخير التسلية والترفيه بعدد 8 بنسبة 8% .

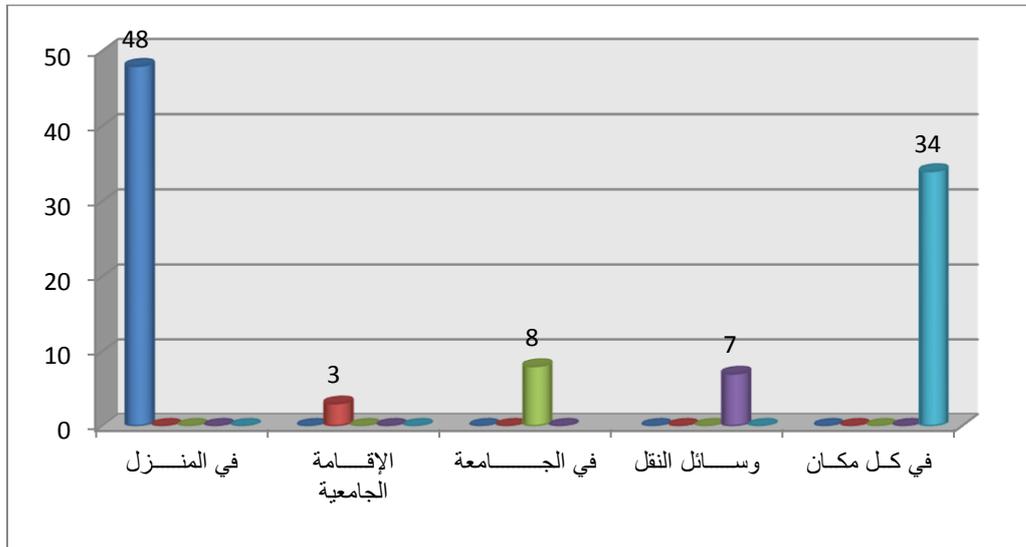
### 8- أين تستخدم موقع الفيس بوك

الجدول رقم (13): يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية موقع استخدامك الفيس بوك

النسبة	العدد	أين تستخدم موقع الفيس بوك
48%	48	في المنزل
3%	3	الإقامة الجامعية
8%	8	في الجامعة
7%	7	وسائل النقل
34%	34	في كل مكان
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

### الشكل رقم: (13) يمثل أين تستخدم موقع الفيس بوك



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب أين تستخدم موقع الفيس بوك، حيث نجد أن غالبيتهم يستعملونه في المنزل إن بلغ عددهم 48 بنسبة 48%، ثم تليها فئة في كل مكان البالغ عددهم 34 بنسبة 34%، ثم تليها فئة الذين يستعملونه في

الجامعية البالغ عددهم 8 بنسبة 8% ، ثم تليها فئة في وسائل النقل البالغ عددهم 7 بنسبة 7% ، وفي الأخير في الإقامة الجامعية بعدد بنسبة 3%.

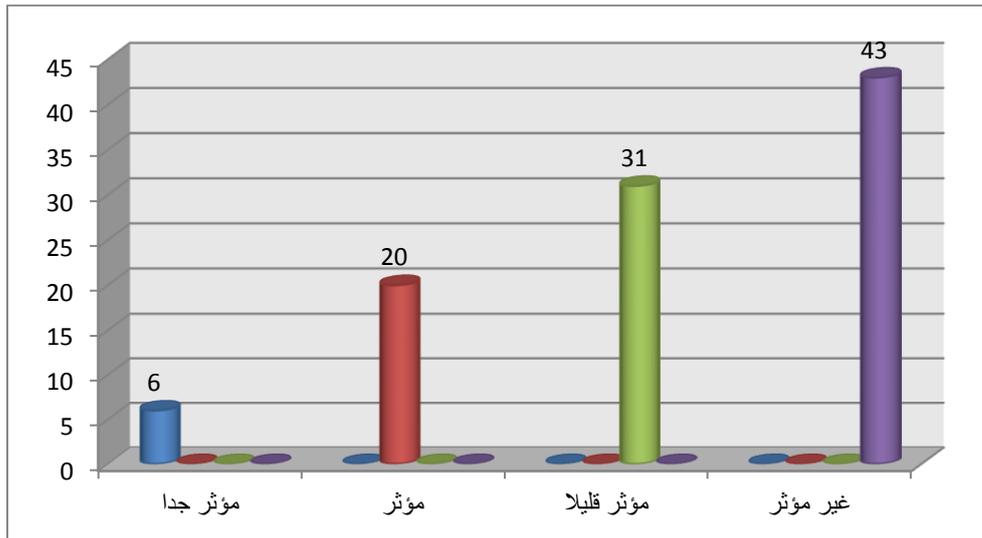
### 9- ما مدى تأثير الفيس بوك على دراستك؟

الجدول رقم (14): يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية تأثير الفيس بوك على دراستك

النسبة	العدد	ما مدى تأثير الفيس بوك على دراستك
6%	6	مؤثر جدا
20%	20	مؤثر
31%	31	مؤثر قليلا
43%	43	غير مؤثر
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

### الشكل رقم: (14) ما مدى تأثير الفيس بوك على دراستك



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب ما مدى تأثير الفيس بوك على دراستك، حيث نجد أن غالبيتهم لا يؤثر فيهم إذ بلغ عددهم 43 بنسبة 43%، ثم تليها فئة مؤثر قليلا البالغ عددهم 31 بنسبة 31%، تليها فئة مؤثر البالغ عددهم 20 بنسبة 20%، وفي الأخير الفئة مؤثر جدا البالغ عددهم 6 بنسبة 6%.

### 10- هل تشجع الآخرين على استخدام الفيس بوك؟

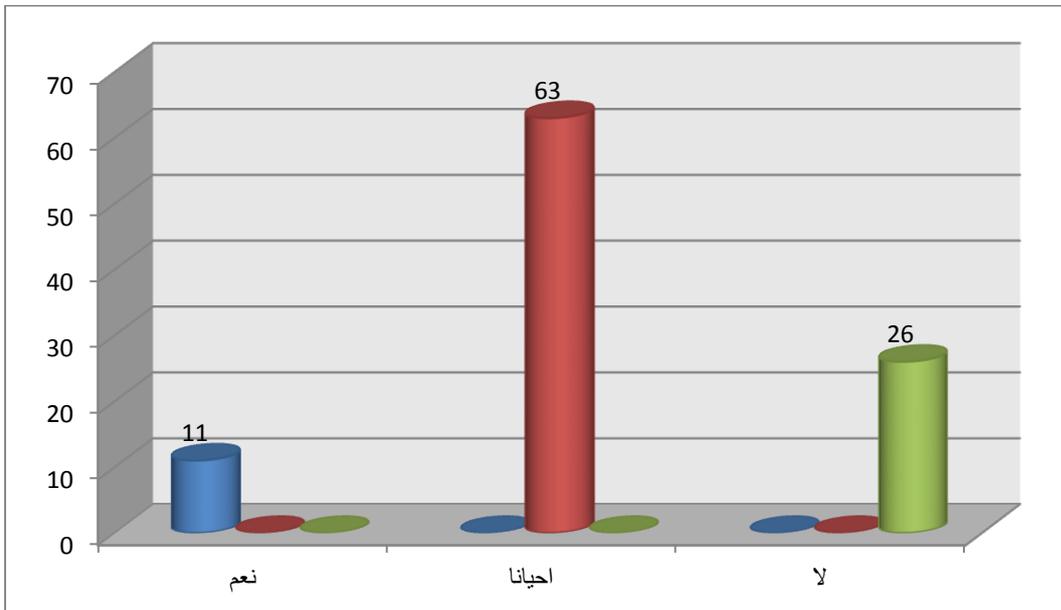
الجدول رقم (15): يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية تشجيع الآخرين على استخدام الفيس

بوك

النسبة	العدد	هل تشجع الآخرين على استخدام الفيس بوك
11%	11	نعم
63%	63	احيانا
26%	26	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (15) هل تشجع الآخرين على استخدام الفيس بوك



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب هل تشجع الآخرين على استخدام الفيس بوك، حيث نجد أن غالبيتهم أحيانا ما يشجعون إذ بلغ عددهم 63 بنسبة 63%، ثم تليها فئة لا يشجعون البالغ عددهم 26 بنسبة 26%، وفي الأخير الذين يشجعون البالغ عددهم 11 بنسبة 11%.

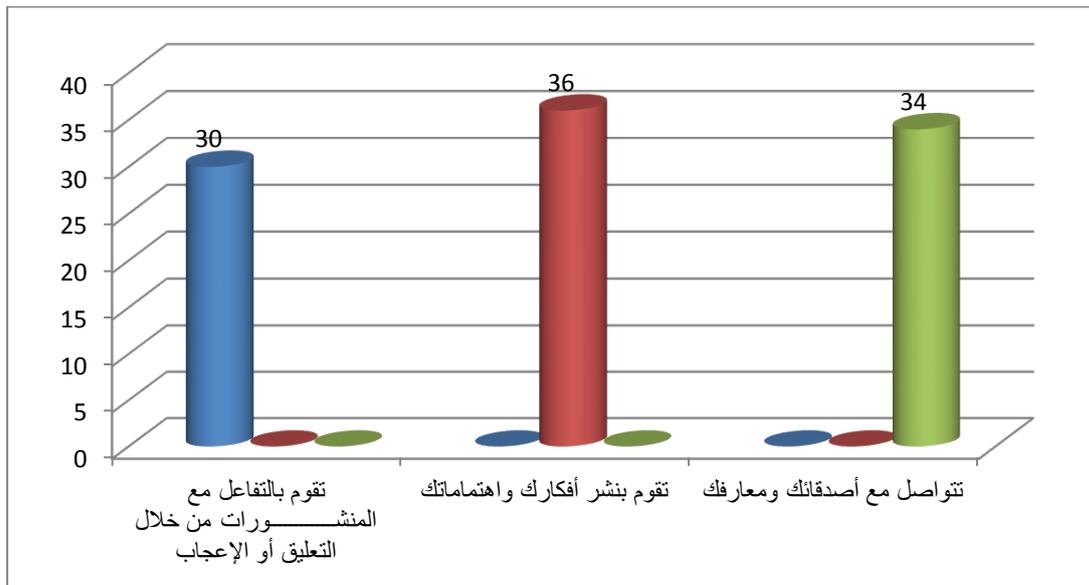
## 11- عند استخدامك لموقع الفيس بوك هل...؟

الجدول رقم: (16) يمثل توزيع العينة من ناحية طبيعة استخدامهم لموقع الفيس بوك

النسبة	العدد	عند استخدامك لموقع الفيس بوك هل
30%	30	تقوم بالتفاعل مع المنشورات من خلال التعليق أو الإعجاب
36%	36	تقوم بنشر أفكارك واهتماماتك
34%	34	تتواصل مع أصدقائك ومعارفك
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (16) عند استخدامك لموقع الفيس بوك هل



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب استخدامك لموقع الفيس بوك هل، حيث نجد أن غالبيتهم تقوم بنشر أفكارهم واهتماماتهم إذ بلغ عددهم 36 بنسبة 36%، ثم تليها فئة تتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم البالغ عددهم 34 بنسبة 34%، وفي الأخير الذين يقومون بالتفاعل مع المنشورات من خلال التعليق أو الإعجاب البالغ عددهم 30 بنسبة 30%.

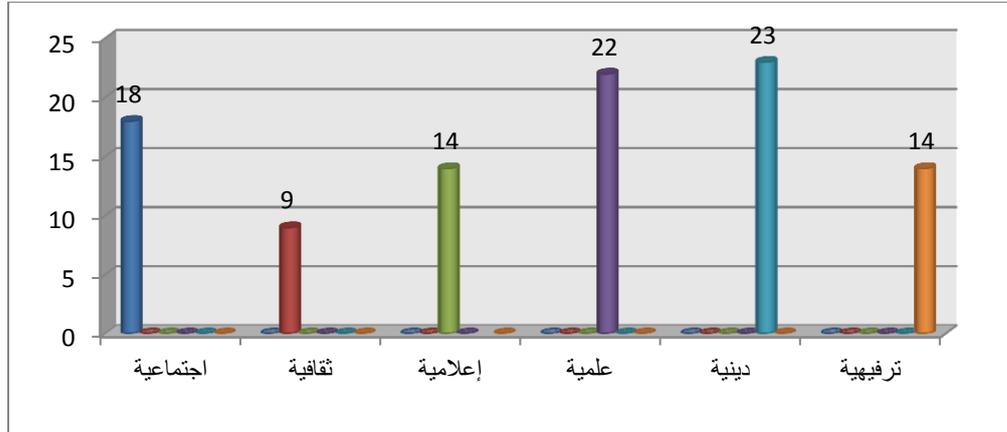
## 12- ما طبيعة الاحتياجات التي يلبها لك موقع الفيس بوك

الجدول رقم (17) يمثل توزيع العينة من ناحية طبيعة الإحتياجات التي يلبها موقع الفيس بوك

النسبة	العدد	ما طبيعة الاحتياجات التي يلبها لك موقع الفيس بوك
18%	18	اجتماعية
9%	9	ثقافية
14%	14	إعلامية
22%	22	علمية
23%	23	دينية
14%	14	ترفيهية
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS

الشكل رقم: (17) ما طبيعة الاحتياجات التي يلبها لك موقع الفيس بوك



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب ما طبيعة الاحتياجات التي يلبها لك موقع الفيس بوك، حيث نجد أن غالبيتهم حاجيات دينية إذ بلغ عددهم 23 بنسبة 23%، ثم تليها فئة العلمية البالغ عددهم 22 بنسبة 22%، ثم تليها فئة اجتماعية البالغ عددهم 18 بنسبة 18%، ثم تليها فئة الترفيهية والاعلامية البالغ عددهم 14 بنسبة 14%، وفي الأخير الثقافية بعدد 9 بنسبة 9%.

المحور الثاني: الفيس بوك والتفاعلات في المجال الديني

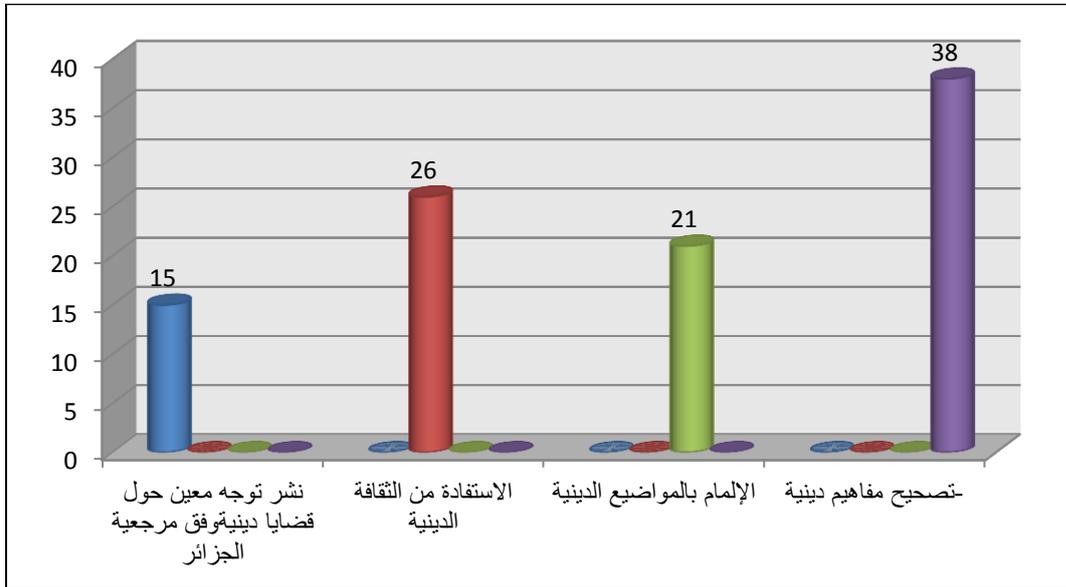
1- ما مفهومك للتوعية الدينية

الجدول رقم (18) يمثل توزيع العينة من ناحية مفهومك للتوعية الدينية

النسبة	العدد	ما مفهومك للتوعية الدينية
15%	15	نشر توجه معين حول قضايا دينية وفق مرجعية الجزائر
26%	26	الاستفادة من الثقافة الدينية
21%	21	الإمام بالمواضيع الدينية
38%	38	-تصحيح مفاهيم دينية
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (18) ما مفهومك للتوعية الدينية



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب ما مفهومك للتوعية الدينية، حيث نجد أن غالبيتهم تصحيح مفاهيم الدينية إذ بلغ عددهم 38 بنسبة 38%، ثم تليها فئة الاستفادة من الثقافة الدينية البالغ عددهم 26 بنسبة 26%، تليها فئة الإمام

بالمواضيع الدينية عددهم 21 بنسبة 21%، وفي الأخير الفئة نشر توجه معين حول قضايا دينية وفق مرجعية الجزائر البالغ عددهم 15 بنسبة 15%.

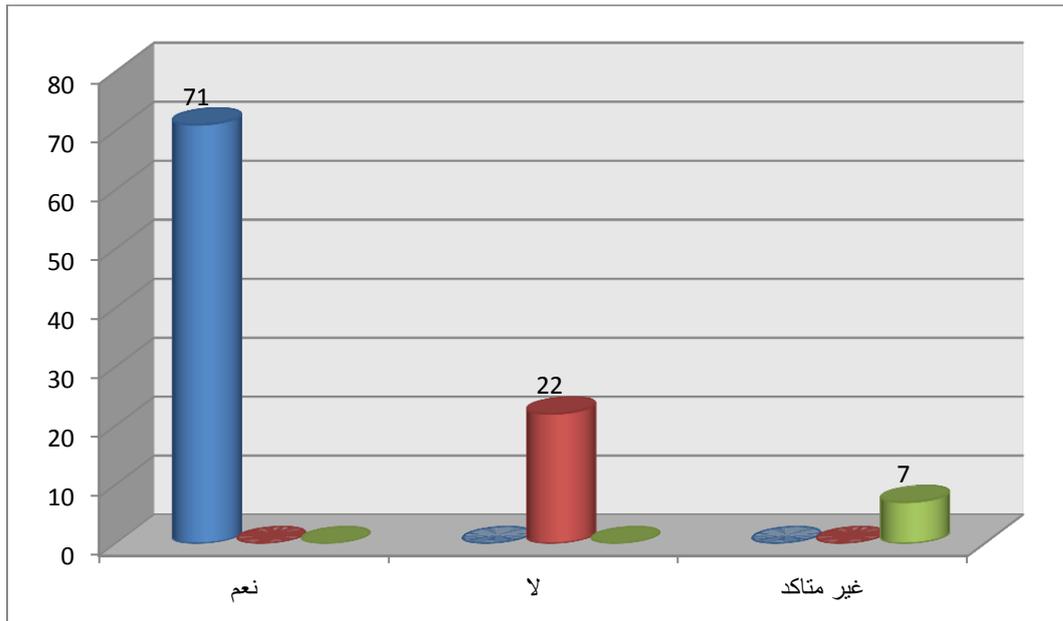
## 2- هل تعتقد أن الفيس بوك وسيلة مناسبة لنشر التوعية الدينية

الجدول رقم (19) يمثل توزيع العينة من ناحية اعتقادك بأن الفيس بوك وسيلة مناسبة لنشر التوعية الدينية .

النسبة	العدد	هل تعتقد أن الفيس بوك وسيلة مناسبة لنشر التوعية الدينية
71%	71	نعم
22%	22	لا
7%	7	غير متأكد
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (19) هل تعتقد أن الفيس بوك وسيلة مناسبة لنشر التوعية الدينية



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب هل تعتقد أن الفيس بوك وسيلة مناسبة لنشر التوعية الدينية، حيث نجد أن غالبيتهم يرونها وسيلة مناسبة إذ بلغ

عدددهم 71 بنسبة 71%، ثم تليها فئة الذين لا يرونها مناسبة البالغ عددهم 22 بنسبة 22%، وفي الأخير الذين غير متأكدون البالغ عددهم 7 بنسبة 7%.

### 3- هل أنت متتبع لإحدى الصفحات الدينية على موقع الفيس بوك

الجدول رقم (20) يمثل توزيع العينة من ناحية تتبعك لإحدى الصفحات الدينية على موقع

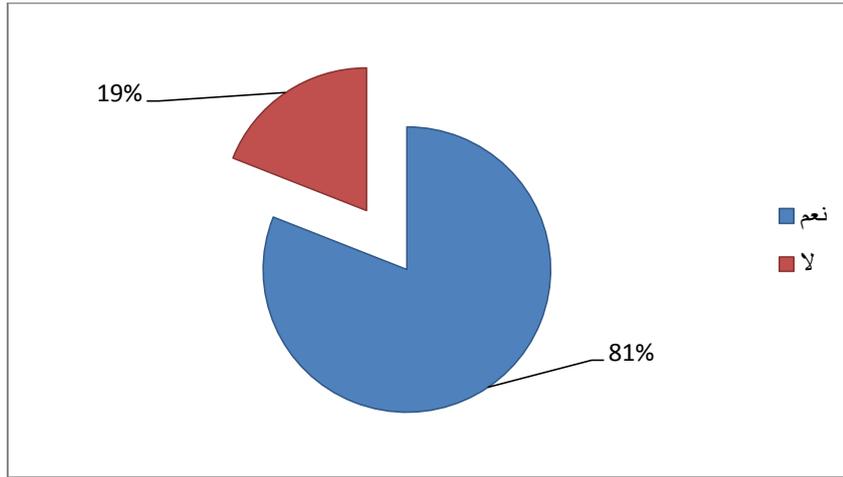
الفيس بوك

النسبة	العدد	هل أنت متتبع لإحدى الصفحات الدينية على موقع الفيس بوك
81%	81	نعم
19%	19	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (20) يمثل عينة الدراسة حسب هل أنت متتبع لإحدى الصفحات الدينية على

موقع الفيس بوك



المصدر: من إعداد الطالب ( بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب هل أنت متتبع لإحدى الصفحات الدينية على موقع الفيس بوك، حيث نجد أن غالبيتهم متتبعين إذ بلغ عددهم 81 بنسبة 80%، ثم تليها فئة الذين غير متتبعين البالغ عددهم 19 بنسبة 19%.

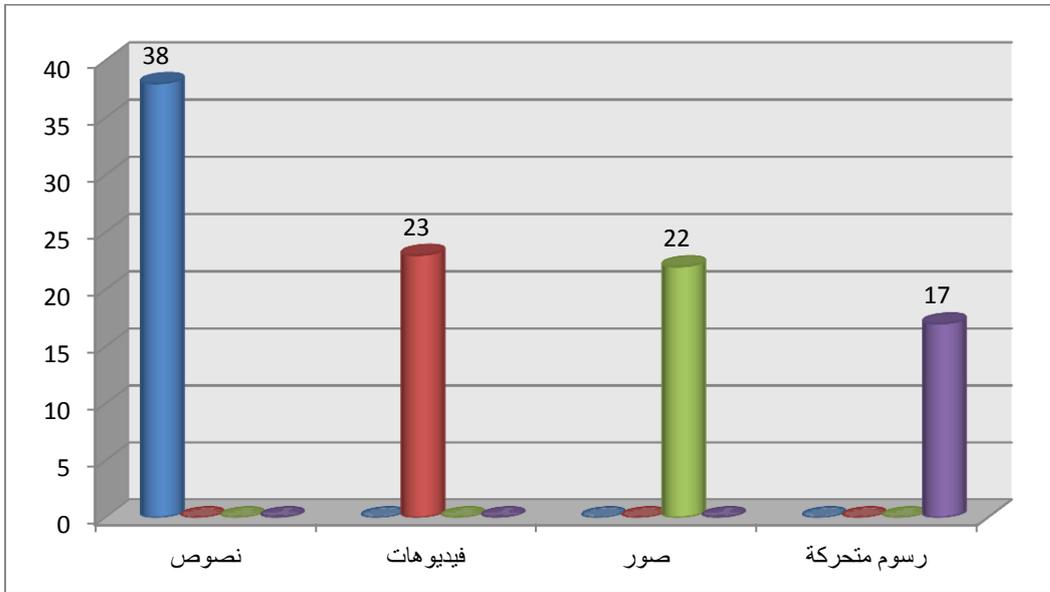
4- ما طبيعة المنشورات التوعوية التي تجبها

الجدول رقم (21) يمثل توزيع العينة من ناحية طبيعة المنشورات التوعوية التي تجبها

النسبة	العدد	ما طبيعة المنشورات التوعوية التي تجبها
38%	38	نصوص
23%	23	فيديوهات
22%	22	صور
17%	17	رسوم متحركة
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (21) ما طبيعة المنشورات التوعوية التي تجبها



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب ما طبيعة المنشورات التوعوية التي تجبها، حيث نجد أن غالبيتهم يحبون النصوص إذ بلغ عددهم 38 بنسبة 38%، ثم تليها فئة الفيديوهات البالغ عددهم 23 بنسبة 23%، تليها فئة الصور عددهم 22 بنسبة 22%، وفي الأخير الفئة الرسوم المتحركة البالغ عددهم 17 بنسبة 17%.

5- هل تقوم بالتأكد من صحة ومصداقية المنشورات الدينية على الفيس بوك

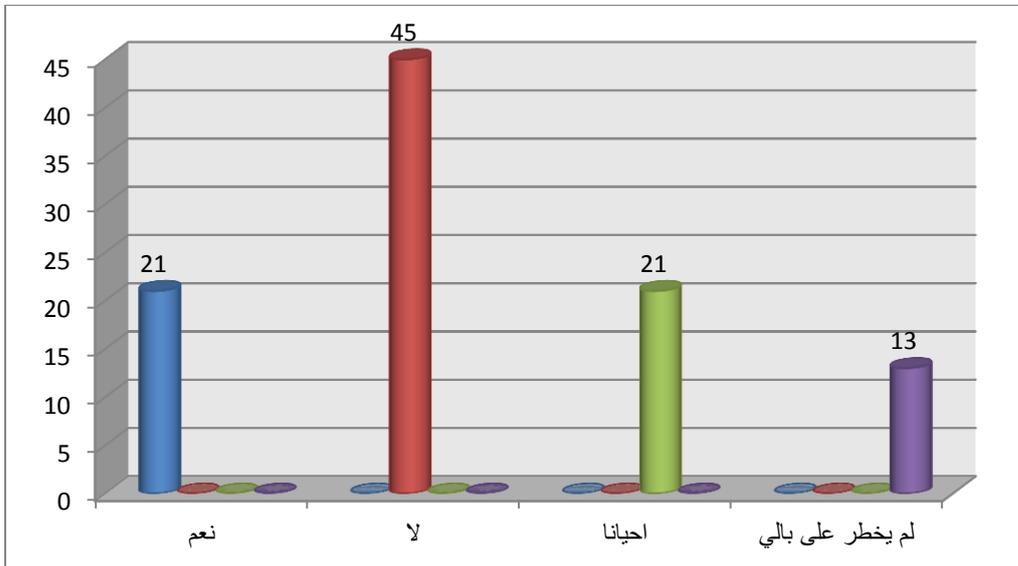
الجدول رقم (22) يمثل توزيع العينة من ناحية مدى تأكدك من صحة ومصداقية المنشورات

الدينية على الفيس بوك

النسبة	العدد	هل تقوم بالتأكد من صحة ومصداقية المنشورات الدينية على الفيس بوك
21%	21	نعم
45%	45	لا
21%	21	احيانا
13%	13	لم يخطر على بالي
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (22) هل تقوم بالتأكد من صحة ومصداقية المنشورات الدينية على الفيس بوك



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب هل تقوم بالتأكد من صحة ومصداقية المنشورات الدينية على الفيس بوك، حيث نجد أن غالبيتهم لا يتأكدون إذ بلغ عددهم 45 بنسبة 45%، ثم تليها فئة بين الذين يتأكدون والذين احيانا ما يتأكدون البالغ عددهم 21 بنسبة 21%، وفي الأخير الفئة لم يخطر على بالهم البالغ عددهم 13 بنسبة 13%.

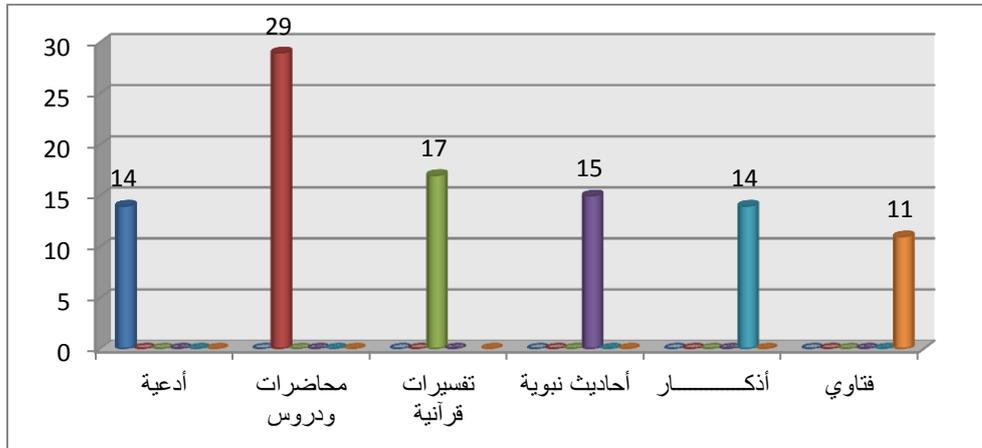
6- ماهي أهم المضامين التوعوية التي تثير إعجابك

الجدول رقم (23) يمثل توزيع العينة من ناحية أهم المضامين التوعوية التي تثير إعجابك

النسبة	العدد	ماهي أهم المضامين التوعوية التي تثير إعجابك
14%	14	أدعية
29%	29	محاضرات ودروس
17%	17	تفسيرات قرآنية
15%	15	أحاديث نبوية
14%	14	أذكار
11%	11	فتاوي
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (23) ماهي أهم المضامين التوعوية التي تثير إعجابك



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب ماهي أهم المضامين التوعوية التي تثير إعجابك، حيث نجد أن غالبيتهم محاضرات ودروس إن بلغ عددهم 29 بنسبة 29%، ثم تليها فئة تفسيرات قرآنية البالغ عددهم 17 بنسبة 17%، ثم تليها فئة الاحاديث النبوية البالغ عددهم 15 بنسبة 15%، ثم تليها فئة أدعية وأذكار البالغ عددهم 14 بنسبة 14%، وفي الأخير فتاوى بعدد 11 بنسبة 11%.

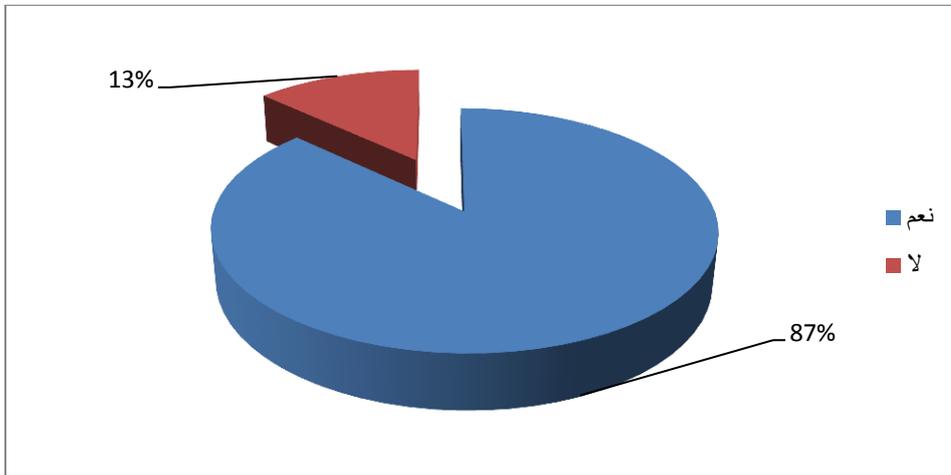
7- هل تقوم بإعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقاؤك ومعارفك

الجدول رقم (24) يمثل توزيع العينة من ناحية إعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقاؤك ومعارفك

النسبة	العدد	هل تقوم بإعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقاؤك ومعارفك
87%	87	نعم
13%	13	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (24) يمثل توزيع العينة من ناحية إعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقاؤك ومعارفك



المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب هل تقوم بإعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقاؤك ومعارفك، حيث نجد أن غالبيتهم يقومون بإعادة النشر بلغ عددهم 87 بنسبة 87%، ثم تليها فئة الذين لا يقومون بإعادة النشر البالغ عددهم 13 بنسبة 13%.

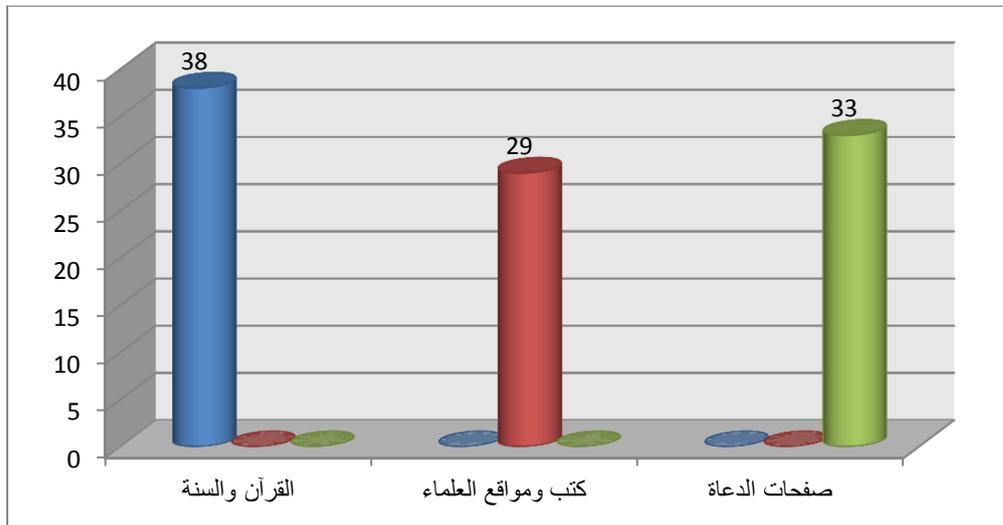
8- مصدرها

الجدول رقم (25) يمثل توزيع العينة من ناحية مصدر إعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقائك ومعارفك

النسبة	العدد	مصدرها
38%	38	القرآن والسنة
29%	29	كتب ومواقع العلماء
33%	33	صفحات الدعاة
100%	100	المجموع

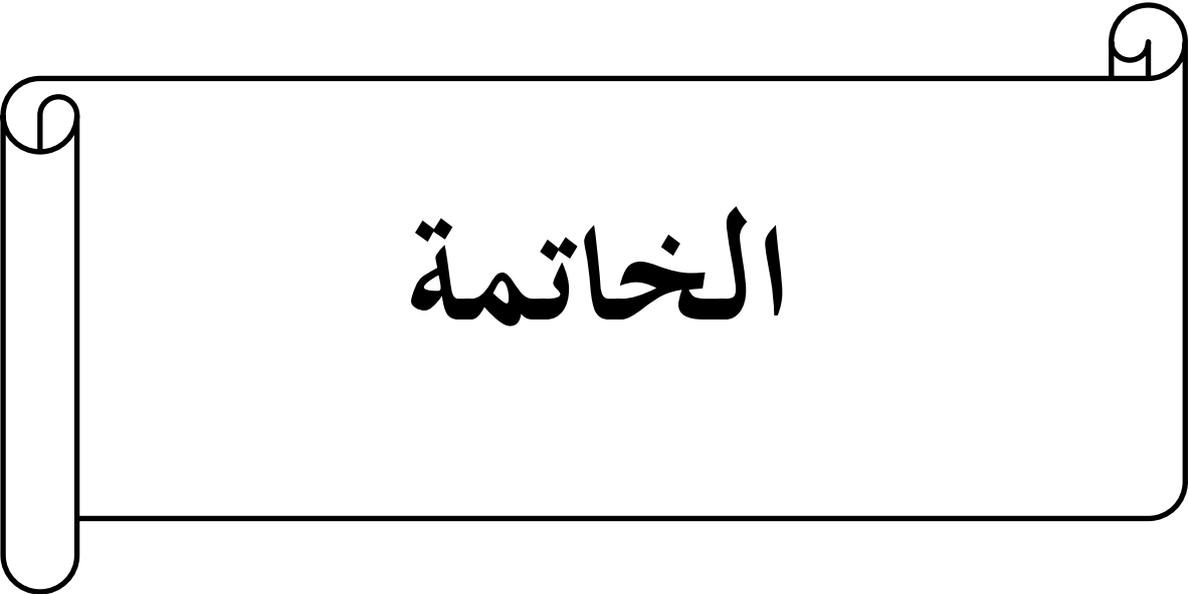
المصدر: من إعداد الطالب (بناءً على مخرجات SPSS)

الشكل رقم: (25) يمثل توزيع العينة من ناحية مصدر إعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقائك ومعارفك



المصدر: من إعداد الطالب ( بناءً على الجدول أعلاه).

من خلال الجدول والتمثيل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب مصادرها، حيث نجد أن غالبيتهم من القرآن والسنة إذ بلغ عددهم 38 بنسبة 38%، ثم تليها فئة صفحات الدعاة البالغ عددهم 33 بنسبة 33%، وفي الأخير كتب ومواقع العلماء البالغ عددهم 29 بنسبة 29%.



الخاتمة

## الخاتمة

من خلال دراساتنا لموضوع البحث وبناء على التساؤلات المطروحة وبالاعتماد على الجانب التطبيقي للدراسة خلصنا الى النتائج التالية:

### النتائج:

1- يستخدم أغلب الطلبة الجامعيين عينه الدراسة موقع الفيس بوك للاطلاع على الاحداث الجارية في العالم ومعرفة اراء الاخرين في مختلف القضايا التي تطرح على كافة الأصعدة.

2- أغلب الطلبة الجامعيين يعتبرون مهتمين بموقع الفيسبوك كما أن أغلبيتهم يستخدمون الفيس بوك من ساعتين الى أربع ساعات يوميا، وبذلك يعتبرون مدمنين على استخدام موقع الفيس بوك حسب اجابتهم.

3- يحرص أغلب الطلبة الجامعيين عينه الدراسة على نشر أمور متعلقة بالدين الاسلامي على جدار صفحاتهم، كما يحرصون على الاشتراك في مجموعات تدعو الى نشر تعاليم الدين الاسلامي، ويقومون كذلك بإعادة نشر المنشورات التي تعجبهم ليستفيد منها أصدقاؤهم وذلك وفق الكتاب والسنة.

4- يعتبر مفهوم التوعية الدينية عند الطلبة الجامعيين عينة الدراسة هو تصحيح مفاهيم دينية، وذلك من خلال تصحيح الكثير من المعتقدات الخاطئة ومحاولة تجسيد تعاليم الدين على الواقع.

5- نسبة كبيرة من الطلبة الجامعيين لا يتحققون من صحة المنشورات الدينية على موقع الفيس بوك، كما أنهم يفضلون المنشورات التوعوية في شكل نصوص لأنها تحتوي على شرح مفصل.

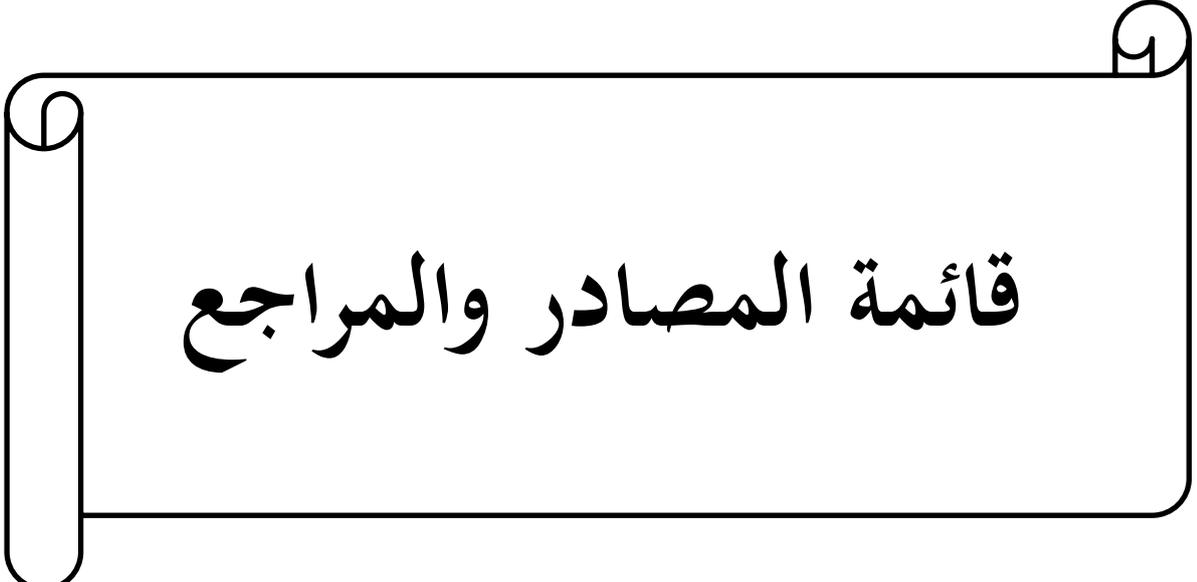
6- يعتبر الفيس بوك وسيلة جد مناسبة لنشر التوعية الدينية من وجهه نظر الطلبة الجامعيين عينه الدراسة.

7- جل الطلبة الجامعيين يتبعون صفحات دينية لدعاة وشخصيات معروفة.

8- أغلب الطلبة الجامعيين يرون أن الفيسبوك بلبي لهم رغباتهم الدينية وذلك بالاستزادة من الثقافات الدينية من خلال الصفحات والمنشورات الدينية التي يتبعونها، والتي تحمل مجموعة من المعلومات الثقافية الدينية التي تنمي وعيهم الديني.

#### التوصيات:

- 1- ضرورة الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها نافذة لحرية الرأي والتعبير واستغلالها في تدعيم وترسيخ مختلف القيم الأخلاقية والدينية.
- 2- تنمية قيمة التوعية الدينية وتعزيزها وترسيخها وحمايتها من الخطر الذي يحدق بها نتيجة لتداخل الثقافات.
- 3- تعريف الافراد بقيم ومبادئ التوعية الدينية الصحيحة وذلك من خلال نشرها في مواقع التواصل الاجتماعي.
- 4- وضع آليات واستراتيجيات عملية لمواجهة المحتوى الإلكتروني غير الهادف على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تستهدف قيم وثوابت الدين الاسلامي.



# قائمة المصادر والمراجع

❖ القرآن الكريم برواية ورش عن نافع

الكتب:

- 1) ابراهيم حامد الأسطل مناهج البحث العلمي، قسم المناهج، د ط، قسم المناهج والتكنولوجيا الجامعة الإسلامية غزة، 2012.
- 2) ابن منظور، لسان العرب، دار صادر بيروت، الطبعة الأولى، 1997، المجلة السادسة، مادة (وصل).
- 3) أحمد بن فارس بن زكرياء أبو الحسن، معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون، الجزء الأول، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1979.
- 4) جبريل بن حسن العرشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 5) حسان أحمد قمحية، الفيس بوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2017م.
- 6) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ط1، دار النفائس عمان، الأردن، 2013.
- 7) خليل علي شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي " دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2014.
- 8) رجب عبد الجواد، معظم المصطلحات الإسلامية في المصباح المنير، دار الآفاق العربية، ط1، 2002 القاهرة.
- 9) سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، جداول للنشر والتوزيع، ط1، الحمرا بيروت لبنان، 2011.
- 10) سلامي سعيداني، 1000 سؤال في الإعلام والاتصال، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة القديمة، الجزائر.

- 11) سمير دريوش زياتي، الدور التربوي التعليمي لموقع الفيس بوك قراءة في بعض.....  
الاثار الايجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، المحور الثالث ( القسم الثاني )  
المجلد الخامس)، د، ط، د، سنة نشر.
- 12) شائم باللافي الهمزاني، تقويم الوعي الديني للمسلمين، مقياس اتجاه ومستوى الوعي  
بالتطبيق على مسلمي ألبانيا قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم  
الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1995.
- 13) صلاح الدين شروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم، عنابة، الجزائر،  
2003.
- 14) عباس صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات "، ط1، دار الشروق  
للنشر والتوزيع.
- 15) عبد الفتاح محمد العيسوي، عبد الرحمن محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي في  
الفكر الإسلامي والفكر الحديث، دار الراتب الجامعية، 1996-1997.
- 16) عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار التميز،  
دمشق، ط 2، 2004.
- 17) عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، د - ط، المؤسسة  
الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990.
- 18) محمد زيان محمد، منهج البحث العلمي وتقنياته، د - ط، ديوان المطبوعات الجامعية،  
الجزائر، 1983.
- 19) محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار  
وائل للطباعة والنشر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية الجامعية الأردنية، ط2، 1999.
- 20) معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط43، دار الفكر القاهرة، 1983.
- 21) معين خليل العمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، ط1، دار الشروق للنشر،  
الأردن، 2004.

22) وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، ط1، 2010.

23) وسيم شفيق الحجار، النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي "واتس آب"، تويتر، دراسة قانونية مقارنة حول الخصوصية والحرية الشخصية والمسؤولية والاختصاص، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، مجلس وزراء العدل العرب، جامعة الدول العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2017.

#### المجلات:

1) أحمد المهدي الزواوي، خيرة الزواوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المقاصد السياحية الداخلية، "مدينة بوسعادة نموذجاً" مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد 06، المجلد 03، 2018.

2) أحمد قاسمي، سليم جداي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، المركز الديمقراطي العربي، ط 1، 2019.

3) أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجاً"، مجلة الأدب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، 2015.

4) عماد حسين المرشدي، وسائل وأدوات البحث العلم التربوي، وثيقة بحثية منشورة على موقع جامعة بابل د ط - د، س.

5) عمر صالح بن عمر، مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها ندوة الحج الكبرى، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، د س ن.

6) فواد عبد المنعم أحمد، التوعية الدينية والتربية الإسلامية ودور المسجد في الحد من تعاطي المخدرات الدورة التدريبية الخاصة، خفض الطلب على المخدرات لمنسوبي الحرس الملكي، الرياض، 2009.

- 7) محمد غزالي، خصوصية التوعية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي "دراسة تحليلية في المحتوى الدعوي للفيديو مدعمة بدراسة ميدانية على عينة من الشباب، مؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع جامعة النجاح الوطنية، د.س.ن.
- 8) نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، المجلة العربية للأبحاث والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد 25، 2016.
- 9) نزهة حنون، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري "دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الانسانية، العدد الثامن، الجزء الأول، ديسمبر 2017، جامعة أم البواقي.
- 10) وردة مصيبح، الاتصال العلمي داخل بيئة الشبكات الاجتماعية cyborins journo دورية علمية محكمة تعنى بمجاز المكتبات والمعلومات، العدد 36، 2014.

#### المذكرات:

- 1) سعاد عيساني، أوليات الأساتذة الجامعيين على الفيس بوك، دراسة تحليلية للمنشورات الالكترونية " مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014.
- 2) سلطانة جدعان نايف الخريشة، أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الاعلام والقانون في الجامعات الأردنية قدمت هذه الرسالة للحصول على شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط سنة 2016.
- 3) سمر محمد الدرجملي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة، أطروحة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في دراسات الشرق الأوسط كلية العلوم الإنسانية، قسم التاريخ، جامعة الأزهر، غزة، 2013.
- 4) صونية عبديش، الشبكات الاجتماعية على الانترنت " دراسة مسحية لمستخدمي الفيس بوك من طلبة جامعة الجزائر العاصمة 1 و 2 و 3 سنة 2013/ 2014"،

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، سنة 2015.

(5) طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2012.

(6) كمال توفيق أحمد بدوي، أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة " الفيس بوك نموذجاً" بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع، كلية الشريعة بجامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، دون سنة نشر.

(7) محمد أمين عبعوب، تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً دراسة استكشافية وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي الفيس بوك مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص مجتمع المعلومات، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال، 2012/2011.

(8) مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

#### المواقع:

- 1) رابط تطبيق المسلم <https://application-muslim.blogspot.com/>
- 2) رابط صفحة بذرة خير على الفيس بوك (<https://www.facebook.com/>) شوهد يوم 2019/03/02، على الساعة 20:02.
- 3) رابط صفحة كن للخير داعياً، <https://www.facebook.com/4islamQA/>، شوهد يوم 2019/03/04، على الساعة 21:40.

- 4) رابط صفحة مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية قسنطينة <https://www.facebook.com>، شوهد يوم 2019/03/04، على الساعة 22:20.
- 5) موقع عالم التقنية، <https://www.tech-wd.com/wd/2018/02/24/chatbot/>، شوهد يوم 2019/03/04، على الساعة 22:07.
- 6) ويكيبيديا الموسوعة الحرة <https://ar.wikipedia.org/wiki>، شوهد يوم 2019/02/12، 20:38.

الملاحق

## الملحق رقم 01

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين

تخصص دعوة وإعلام واتصال

- استمارة استبيان -

الملحق رقم (01) قبل التعديل

الموضوع :

مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية

الفييس بوك أنموذجا

دراسة ميدانية على طلبة كلية العلوم الإسلامية - جامعة الوادي

في إطار انجاز مذكرة ماستر تحت عنوان " مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية - الفييس بوك أنموذجا " دراسة ميدانية لطلبة معهد العلوم الإسلامية جامعة الوادي ، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم التفضل بالإجابة على جميع فقراته بدقة وموضوعية وذلك بوضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق مع رأيكم ، علما أن إجاباتكم تبقى بشكل سري وتستخدم لأغراض علمية فقط .

نشكركم مسبقا على تعاونكم معنا لانجاز هذه الدراسة

البيانات الشخصية :

- الجنس : ذكر  أنثى

- السن : من 18 إلى 25  من 26 إلى 30

- المستوى الدراسي : من 31 إلى 40  من 40 فما فوق

- مستوى التفاعل واستخدام الفيس بوك :  ليسانس  ماستر

- هل لديك فيس بوك : نعم  لا

ملاحظة : إذا كانت إجابتك ب (نعم) تجاهل السؤال التالي وأجب عن بقية الأسئلة وإذا كانت إجابتك ب(لا) فأجب عن السؤال الموالي وتجاهل بقية الأسئلة.

- فما هي أسباب عدم استخدامك للفيس بوك :

- عدم امتلاك جهاز حاسوب أو جهاز اتصال ذكي

- غير مقتنع بأهميته

- أستخدم مواقع اتصال اجتماعية أخرى

- كيف تعرفت على موقع الفيس بوك :

عن طريق : - الأصدقاء

- زملاء الدراسة

- العائلة

- وسائل الإعلام

- ما مدى اهتمامك بموقع الفيسبوك :

غير مهتم  مهتم قليلا  مهتم  مهتم جدا

- منذ متى وأنت تستخدم الفيسبوك :

أقل من سنة  من سنة إلى سنتين

من سنتين إلى أربع سنوات  أكثر من أربع سنوات

- ما عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الفيس بوك يوميا :

<input type="text"/>	أقل من ساعة	<input type="text"/>	من 2 ساعة إلى 4 ساعات
<input type="text"/>	من 4 إلى 6 ساعات	<input type="text"/>	أكثر من 6 ساعات

- هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام الفيس بوك :

نعم  لا

- لماذا تستخدم موقع الفيس بوك :

-للتسلية والترفيه

- للتواصل مع الأصدقاء والأقارب

- متابعة الأحداث الجارية

- اكتساب معارف وخبرات

- إنشاء علاقات جديدة

- أين تستخدم موقع الفيس بوك :

-في المنزل

-الإقامة الجامعية

-وسائل النقل

-في كل مكان

- ما مدى تأثير الفيس بوك على دراستك :

مؤثر قليلا  مؤثر  مؤثر جدا

- هل تشجع الآخرين على استخدام الفيسبوك :

نعم

أحيانا

لا

- عند استخدامك لموقع الفيس بوك هل :
- تقوم بالتفاعل مع المنشورات من خلال التعليق أو الإعجاب
- تقوم بنشر أفكارك واهتماماتك
- تتواصل مع أصدقائك ومعارفك
- أخرى أذكرها :

- ما طبيعة الاحتياجات التي يلبيها لك موقع الفيس بوك :

- اجتماعية  ثقافية  إعلامية
- علمية  دينية  ترفيهية

- الفيس بوك وأثره في التوعية الدينية :
- ما مفهومك للتوعية الدينية ؟ :
- نشر توجه معين حول قضايا دينية
- الاستفادة من الثقافة الدينية
- الإلمام بالمواضيع الدينية
- تصحيح مفاهيم دينية
- هل تعتقد أن الفيس بوك وسيلة مناسبة لنشر التوعية الدينية ؟ :
- نعم  لا  غير متأكد
- هل أنت متابع لأحد الصفحات الدينية على موقع الفيس بوك ؟:
- نعم  لا

ملاحظة: إذا كانت إجابتك ب (نعم) أذكر اسم الصفحة

- ما طبيعة المنشورات التوعوية التي تحبها ؟ :

نصوص  فيدوهات  صور  رسوم متحركة   
صوتيات

- هل تقوم بالتأكد من صحة ومصداقية المنشورات الدينية على الفيس بوك ؟ :

نعم  لا  أحيانا  لم يخطر على بالي

- ما هي أهم المضامين التوعوية التي تثير إعجابك ؟:

أدعية  محاضرات ودروس  تفسيرات قرآنية   
أحاديث نبوية  أذكار  فتاوي

- هل تقوم بإعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد

منها أصدقاؤك ومعارفك ؟:

نعم  لا

ملاحظة: إذا كانت إجابتك ب (نعم) أذكر مصدرها ؟ :

القرآن والسنة  كتب ومواقع العلماء   
صفحات الدعاة

مصادر أخرى أذكرها:

## الملحق رقم 02

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين

تخصص دعوة وإعلام

- استمارة استبيان -

الملحق رقم (01) بعد التعديل

الموضوع :

مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية من وجهة نظر طلبة معهد العلوم الإسلامية  
بالوادي

الفييس بوك أنموذجا

في إطار انجاز مذكرة ماستر تحت عنوان " مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية - الفييس بوك أنموذجا" دراسة ميدانية طلبة معهد العلوم الإسلامية جامعة الوادي، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم التفضل بالإجابة على جميع فقراته بدقة وموضوعية وذلك بوضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق مع رأيكم، علما أن إجاباتكم **ستظل سرية** وتستخدم لأغراض علمية فقط.

نشكركم مسبقا على تعاونكم معنا لانجاز هذه الدراسة

**البيانات الشخصية :**

- الجنس : ذكر  أنثى

- السن: من 18 إلى 25  من 26 إلى 30

- من 31 إلى 40  من 40 فما فوق

- المستوى الدراسي : ليسانس  ماستر

- التخصص والسنة الدراسية

**• المحور الأول: دوافع الاستخدام**

**1. كيف تعرفت على موقع الفيس بوك؟:**

عن طريق: الأصدقاء

زملاء الدراسة

العائلة

وسائل الإعلام

**2. ما مدى اهتمامك بموقع الفيس بوك؟:**

مهتم جدا  مهتم  مهتم قليلا  غير مهتم

**3. منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك؟:**

أقل من سنة  من سنة إلى سنتين

من سنتين إلى أربع سنوات  أكثر من أربع سنوات

**4. هل تستخدم هويتك الحقيقية على الفيس بوك؟:**

نعم  لا

**5. ما عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الفيس بوك يوميا؟:**

أقل من ساعة  من 2 ساعة إلى 4 ساعات

من 4 إلى 6 ساعات  أكثر من 6 ساعات

6. هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام الفيس بوك؟ :

نعم  لا

7. لماذا تستخدم موقع الفيس بوك؟:

- للتسلية والترفيه
- للتواصل مع الأصدقاء والأقارب
- متابعة الأحداث الجارية
- اكتساب معارف وخبرات
- إنشاء علاقات جديدة
- أخرى أذكرها

8. أين تستخدم موقع الفيس بوك؟ :

- في المنزل
- الإقامة الجامعية
- في الجامعة
- وسائل النقل
- في كل مكان

9. ما مدى تأثير الفيس بوك على دراستك؟ :

مؤثر جدا  مؤثر  مؤثر قليلا  غير مؤثر

10. هل تشجع الآخرين على استخدام الفيس بوك؟ :

نعم  أحيانا  لا

11. عند استخدامك لموقع الفيس بوك هل :

- تقوم بالتفاعل مع المنشورات من خلال التعليق أو الإعجاب
- تقوم بنشر أفكارك واهتماماتك
- تتواصل مع أصدقائك ومعارفك
- أخرى أذكرها :

12. ما طبيعة الاحتياجات التي يلبها لك موقع الفيس بوك :

- |                          |          |                          |        |                          |         |
|--------------------------|----------|--------------------------|--------|--------------------------|---------|
| <input type="checkbox"/> | اجتماعية | <input type="checkbox"/> | ثقافية | <input type="checkbox"/> | إعلامية |
| <input type="checkbox"/> | علمية    | <input type="checkbox"/> | دينية  | <input type="checkbox"/> | ترفيهية |

• **المحور الثاني: الفيس بوك والتفاعلات في المجال الديني:**

13. ما مفهومك للتوعية الدينية ؟ :

- نشر توجه معين حول قضايا دينية وفق مرجعية الجزائر
- الاستفادة من الثقافة الدينية
- الإلمام بالمواضيع الدينية
- تصحيح مفاهيم دينية

14. هل تعتقد أن الفيس بوك وسيلة مناسبة لنشر التوعية الدينية ؟ :

- نعم  لا  غير متأكد

15. هل أنت متتبع لإحدى الصفحات الدينية على موقع الفيس بوك ؟:

- نعم  لا

ملاحظة: إذا كانت إجابتك ب (نعم) أذكر اسم الصفحة:

16. ما طبيعة المنشورات التوعوية التي تحبها ؟ :

نصوص  **فيديوهات**  صور  رسوم   
متحركة

صوتيات

17. هل تقوم بالتأكد من صحة ومصداقية المنشورات الدينية على الفيسبوك؟:

نعم  لا  أحيانا  لم يخطر على بالي

18. ما هي أهم المضامين التوعوية التي تثير إعجابك؟:

أدعية  محاضرات ودروس  تفسيرات قرآنية   
أحاديث نبوية  أذكار  فتاوي

19. هل تقوم بإعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية

ليستفيد منها أصدقاؤك ومعارفك؟:

نعم  لا

ملاحظة : إذا كانت إجابتك ب (نعم) أذكر مصدرها ؟ :

القرآن والسنة  كتب ومواقع العلماء  صفحات الدعاة

مصادر أخرى أذكرها:

### الملحق رقم 03 الأساتذة المحكمون

الجامعة	الأستاذ	الرقم
جامعة الجزائر -1- بن يوسف بن خدة	د. عبد الرحمن طيبي	01
جامعة الشهيد حمة لخضر -الوادي.	د.بن عثمان فهيمة	02
جامعة محمد بوضياف -المسيلة.	سعيداني سلامي	03
جامعة محمد بوضياف -المسيلة.	ليلي فقيري	04
جامعة الشهيد حمة لخضر -الوادي.	قادري محمد الصديق	05
جامعة الشهيد حمة لخضر -الوادي.	رشيد خضير	06

## الملحق رقم 04 جدول المصطلحات

الصفحة	المصطلحات
20	Six de grees ✓ Live journal ✓ Cyworld ✓ Kyze ✓ My space ✓
21	Class maters ✓ Profile page ✓ tags ✓
23	blogs ✓ microbiogs ✓ twitter ✓
24	Social netrouking siter ✓ Linkedin ✓ Wiki ✓ Wikipédia ✓ Intel ✓ Photoshoring ✓ Instagram ✓
25	Youtube papal ✓
26	Sound cloud ✓
27	Facebook ✓
28	odesk ✓ Profile ✓

29	Wall ✓ Status ✓ Groups ✓ Admin ✓
30	Friands ✓ Comment ✓ Gammes ✓ News feed ✓ Pages ✓
31	Messages ✓ Market place ✓ Share ✓ Partager ✓ Poke ✓

الملحق رقم 05 جدول الأعلام

20	✓ راندي كونرادز
25	✓ تشاد هيرلي ✓ تشين ✓ جاود كريم
27	✓ مارك زوكربورغ ✓ أنزروما كلوم ✓ ادوارد سفارين

## الملحق رقم 06 الصفحات المذكورة نماذج

**كن للخير داعياً**  
med.da3wa@

الصفحة الرئيسية

المنشورات

مقاطع الفيديو

الصور

حول

المجتمع

إنشاء صفحة

المنشور: دعوة أصدقائك لتسجيل الإعجاب بهذه الصفحة  
حاز هذا على إعجاب ٢٠٠٤٥ من الأشخاص  
تعد مثلية هذا ما أسقطه ٢٠٠٦٩ من الأشخاص

**بذرة خير**  
bedrat.kher99@

الصفحة الرئيسية

المنشورات

الآراء

مقاطع الفيديو

الصور

حول

المجتمع

المنشور: مشروع بذرة خير الدعوي  
معا لنشر كل ما هو مفيد  
badratkhalerz badratkhaler

**الشؤون الدينية والاقواف قسنطينة**

الصفحة الرئيسية

المنشورات

الآراء

الصور

حول

المجتمع

إنشاء صفحة

المنشور: ٥ من ٥ - استناداً إلى رأي ٣ من الأشخاص

## الملحق رقم 07

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ذكر	37	37.0	37.0	37.0
Valid انثى	63	63.0	63.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

السن

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
من 18 الى 25 سنة	82	82.0	82.0	82.0
Valid من 26 الى 30 سنة	13	13.0	13.0	95.0
اكبر من 40 سنة	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

المستوى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ليسانس	62	62.0	62.0	62.0
Valid ماجستير	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

التخصص

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
اسلامية علوم اولى سنة	26	26.0	26.0	26.0
اسلامية وثقافة دعوة	10	10.0	10.0	36.0
وسنة كتاب	5	5.0	5.0	41.0
حديث علوم	6	6.0	6.0	47.0
وقانون شريعة	7	7.0	7.0	54.0
Valid قراء علوم	1	1.0	1.0	55.0
عقيدة	6	6.0	6.0	61.0
ايدان مقارنة	1	1.0	1.0	62.0
واعلام دعوة	25	25.0	25.0	87.0
معاصرة مالية معاملات	8	8.0	8.0	95.0
فقه اصول	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
عن طريق الاصدقاء	32	32.0	32.0	32.0
عن طريق الزملاء	24	24.0	24.0	56.0
Valid عن طريق العائلة	24	24.0	24.0	80.0
عن طريق وسائل الاعلام	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
مهتم جدا	20	20.0	20.0	20.0
مهتم	41	41.0	41.0	61.0
Valid مهتم قليلا	36	36.0	36.0	97.0
غير مهتم	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
اقل من سنة	10	10.0	10.0	10.0
من سنة الى سنتين	13	13.0	13.0	23.0
Valid من سنتين الى اربعة سنوات	24	24.0	24.0	47.0
اكثر من اربع سنوات	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
نعم	55	55.0	55.0	55.0
Valid لا	45	45.0	45.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أقل من ساعة	25	25.0	25.0	25.0
من ساعتين إلى 4 ساعات	49	49.0	49.0	74.0
من 4 ساعات إلى 6 ساعات	15	15.0	15.0	89.0
أكثر من 6 ساعات	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	73	73.0	73.0	73.0
لا	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid للتسلية والترفيه	8	8.0	8.0	8.0
للتواصل مع الأصدقاء والأقارب	28	28.0	28.0	36.0
متابعة الأحداث الجارية	30	30.0	30.0	66.0
اكتساب معارف وخبرات جديدة	23	23.0	23.0	89.0
إنشاء علاقات	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid في المنزل	48	48.0	48.0	48.0
الإقامة الجامعية	3	3.0	3.0	51.0
في الجامعة	8	8.0	8.0	59.0

وســــــــائل النقل	7	7.0	7.0	66.0
في كل مكان	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موثرجدا	6	6.0	6.0	6.0
موثر	20	20.0	20.0	26.0
Valid موثر قليلا	31	31.0	31.0	57.0
غير موثر	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
نعم	11	11.0	11.0	11.0
Valid احيانا	63	63.0	63.0	74.0
لا	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
تقوم بالتفاعل مع المنشــــــــــــــــــــورات من خلال التعليق أو الإعجاب	30	30.0	30.0	30.0
Valid تقوم بنشر أفكارك واهتماماتك	36	36.0	36.0	66.0
تتواصل مع أصدقائك ومعارفك	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

a12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
اجتماعية	18	18.0	18.0	18.0
ثقافية	9	9.0	9.0	27.0
Valid إعلامية	14	14.0	14.0	41.0
علمية	22	22.0	22.0	63.0
دينية	23	23.0	23.0	86.0

ترفيهية	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

b1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
نشر توجه معين حول قضايا دينية تفرق مرجعية الجزائر	15	15.0	15.0	15.0
Valid الاستفادة من الثقافة الدينية	26	26.0	26.0	41.0
الإمام بالمواضيع الدينية	21	21.0	21.0	62.0
تصحيح مفاهيم دينية-	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

b2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	71	71.0	71.0	71.0
لا	22	22.0	22.0	93.0
غير متأكد	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

b3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	81	81.0	81.0	81.0
لا	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

b4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نصوص	38	38.0	38.0	38.0
فيديوهات	23	23.0	23.0	61.0
صور	22	22.0	22.0	83.0
متحركة رسوم	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

b5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	21	21.0	21.0	21.0
لا	45	45.0	45.0	66.0
Valid احيانا	21	21.0	21.0	87.0
لم يخطر على بالي	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

b6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ادعية	14	14.0	14.0	14.0
محاضرات ودروس	29	29.0	29.0	43.0
تفسيرات قرآنية	17	17.0	17.0	60.0
Valid احاديث نبوية	15	15.0	15.0	75.0
أذكار	14	14.0	14.0	89.0
فتاوي	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

b7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	87	87.0	87.0	87.0
لا	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

b8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid القرآن والسنة	38	38.0	38.0	38.0
كتب ومواقع العلماء	29	29.0	29.0	67.0
صفحات الدعاة	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

# الفهارس العامة

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
41	الاحصائية الخاصة باستمارات الاستبيان	1
41	الاحصائية الخاصة بمتغير الجنس	2
42	توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية	3
43	توزيع عينة الدراسة من ناحية المؤهل العلمي	4
44	توزيع عينة الدراسة من ناحية التخصص	5
45	يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية كيفية التعرف على موقع الفيس بوك	6
46	يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية مدى اهتمامك بموقع الفيس بوك	7
47	يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك	8
48	توزيع عينة الدراسة من ناحية تستخدم هويتك الحقيقية على الفيس بوك	9
49	توزيع عينة الدراسة من ناحية عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الفيس بوك يوميا	10
50	توزيع عينة الدراسة من ناحية هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام الفيس بوك	11
51	يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام الفيس بوك	12
52	يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية موقع استخدامك الفيس بوك	13
53	يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية تأثير الفيس بوك على دراستك	14
54	يمثل توزيع عينة الدراسة من ناحية تشجيع الآخرين على استخدام الفيس بوك	15
55	يمثل توزيع العينة من ناحية طبيعة استخدامهم لموقع الفيس بوك	16
56	يمثل توزيع العينة من ناحية طبيعة الإحتياجات التي يلبيها موقع الفيس	17

	بوك	
57	يمثل توزيع العينة من ناحية مفهومك للتوعية الدينية	18
58	يمثل توزيع العينة من ناحية اعتقادك بأن الفيس بوك وسيلة مناسبة لنشر التوعية الدينية	19
59	يمثل توزيع العينة من ناحية تتبعك لإحدى الصفحات الدينية على موقع الفيس بوك	20
60	يمثل توزيع العينة من ناحية طبيعة المنشورات التوعوية التي تجبها	21
61	يمثل توزيع العينة من ناحية مدى تأكذك من صحة ومصداقية المنشورات الدينية على الفيس بوك	22
62	يمثل توزيع العينة من ناحية أهم المضامين التوعوية التي تثير إعجابك	23
63	يمثل توزيع العينة من ناحية إعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقاؤك ومعارفك	24
64	يمثل توزيع العينة من ناحية مصدر إعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقاؤك ومعارفك	25

الصفحة	العنوان	الرقم
41	الاحصائية الخاصة باستمارات الاستبيان	1
41	الاحصائية الخاصة بمتغير الجنس	2
42	يمثل عينة الدراسة حسب الفئة العمرية	3
43	يمثل عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	4
44	يمثل عينة الدراسة حسب التخصص	5
45	يمثل كيفية التعرف على الفيس بوك	6
46	يمثل مدى اهتمامك بموقع الفيس بوك	7
47	منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك	8
48	يمثل عينة الدراسة حسب هل تستخدم هويتك الحقيقية على الفيس بوك	9
49	ما عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الفيس بوك يوميا	10
50	يمثل عينة الدراسة حسب هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام الفيس بوك	11
51	يمثل لماذا تستخدم موقع الفيس بوك	12
52	يمثل أين تستخدم موقع الفيس بوك	13
53	ما مدى تأثير الفيس بوك على دراستك	14
54	هل تشجع الآخرين على استخدام الفيس بوك	15
55	عند استخدامك لموقع الفيس بوك هل	16
56	ما طبيعة الاحتياجات التي يلبها لك موقع الفيس بوك	17
57	ما مفهومك للتوعية الدينية	18
58	هل تعتقد أن الفيس بوك وسيلة مناسبة لنشر التوعية الدينية	19
59	يمثل عينة الدراسة حسب هل أنت متتبع لإحدى الصفحات الدينية على موقع الفيس بوك	20

60	ما طباعة المنشورات التوعوية التي تجبها	21
61	هل تقوم بالتأكد من صحة ومصداقية المنشورات الدينية على الفيس بوك	22
62	ماهي أهم المضامين التوعوية التي تثير إعجابك	23
63	يمثل توزيع العينة من ناحية إعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقاؤك ومعارفك	24
64	يمثل توزيع العينة من ناحية مصدر إعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقاؤك ومعارفك	25

فهرس الآيات

السورة	رقم الآية	الآية
البقرة	197	﴿ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُونِ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ ﴿١٩٧﴾ ﴾
النحل	125	﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ... ﴾
نوح	9-5	﴿ قَالَ رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا ﴿٥﴾ فَلَمْ يَزِدْهُمْ دُعَائِي إِلَّا فِرَارًا ﴿٦﴾... ﴾

## فهرس الأحاديث

الصفحة	المخرّج	الحديث
33	صحيح مسلم	"الدين النصيحة، قلنا لمن يا رسول الله قال الله ولكتابه ولرسوله ولأئمة المسلمين وعامتهم".
33	الطبراني	"من لم يهتم بأمر المسلمين فليس منهم ومن لم يصبح ويسمي ناصحا لله ولرسوله ولكتابه ولأمامه ولعامة المسلمين فليس منهم".

فهرس المحتويات

الإهداء

شكر وتقدير

ملخص الدراسة

المقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة:.....3
- 2- أسباب اختيار الموضوع:.....4
- 3- أهمية الدراسة:.....4
- 4- أهداف الدراسة:.....5
- 5- تحديد مفاهيم الدراسة:.....5
- 5-1 مواقع التواصل الاجتماعي:.....5
- 5-2 التوعية الدينية:.....6
- 5-3- الفيس بوك ( الفيس بوك ):.....8
- 6- الدراسات السابقة:.....9
- 7- منهج الدراسة:.....13
- 8- أدوات جمع البيانات:.....14
- 9- مجتمع البحث وعينته:.....15

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- 19.....تمهيد:
- 20.....المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي
- 20.....المطلب الأول: النشأة والتطور مواقع التواصل الاجتماعي:
- 21.....المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:
- 23.....المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:
- 27.....المبحث الثاني: الفيس بوك

27	المطلب الأول: نشأة وتطور الفيس بوك.....
28	المطلب الثاني: محتوى الفيس بوك:.....
31	المطلب الثالث: إيجابيات وسلبيات الفيس بوك:.....
32	1 - إيجابيات موقع الفيس بوك:.....
32	2 - سلبيات موقع الفيس بوك:.....
34	المبحث الثالث: التوعية الدينية.....
34	المطلب الأول: خصائص التوعية الدينية وأهدافها:.....
35	المطلب الثاني: شروط نجاح التوعية الدينية:.....
36	المطلب الثالث: استخدام الفيس بوك كوسيلة للتوعية الدينية:.....
39	الخلاصة.....

### الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

42	تمهيد:.....
43	عينة الدراسة.....
43	المطلب الأول: الخصائص العامة للعينة.....
43	خصائص العينة من حيث متغير الجنس.....
44	خصائص العينة من حيث الفئة العمرية.....
46	خصائص العينة من حيث التخصص.....
47	المطلب الثاني: تفسير وتحليل النتائج.....
47	المحور الأول: دوافع الاستخدام.....
47	1- كيف تعرفت على موقع الفيس بوك.....
48	2- ما مدى اهتمامك بموقع الفيس بوك؟.....
49	3- منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك.....
50	4- هل تستخدم هويتك الحقيقية على الفيس بوك.....
51	5- ما عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الفيس بوك يوميا.....
52	6- هل تعتبر نفسك مدمنا على استخدام الفيس بوك؟.....
53	7- لماذا تستخدم موقع الفيس بوك؟.....
54	8- أين تستخدم موقع الفيس بوك.....

- 55- ما مدى تأثير الفيس بوك على دراستك؟.....
- 56- هل تشجع الآخريين على استخدام الفيس بوك؟.....
- 57- عند استخدامك لموقع الفيس بوك هل...؟.....
- 58- ما طبيعة الاحتياجات التي يليها لك موقع الفيس بوك.....
- 59- المحور الثاني: الفيس بوك والتفاعلات في المجال الديني.....
- 59- 1- ما مفهومك للتوعية الدينية.....
- 60- 2- هل تعتقد أن الفيس بوك وسيلة مناسبة لنشر التوعية الدينية.....
- 61- 3- هل أنت متتبع لإحدى الصفحات الدينية على موقع الفيس بوك.....
- 62- 4- ما طبيعة المنشورات التوعوية التي تحبها.....
- 63- 5- هل تقوم بالتأكد من صحة ومصداقية المنشورات الدينية على الفيس بوك.....
- 64- 6- ماهي أهم المضامين التوعوية التي تثير إعجابك.....
- 65- 7- هل تقوم بإعادة نشر المنشورات التي تحتوي على التوعية الدينية ليستفيد منها أصدقاؤك ومعارفك.....
- 66- 8- مصدرها.....
- 68- الخاتمة.....
- 70- قائمة المصادر والمراجع.....

### الملاحق

- 78- الملحق رقم 01.....
- 83- الملحق رقم 02.....
- 88- الملحق رقم 03 الأساتذة المحكمون.....
- 89- الملحق رقم 04 جدول المصطلحات.....
- 90- الملحق رقم 05 جدول الأعلام.....
- 91- الملحق رقم 06 الصفحات المذكورة نماذج.....
- 92- الملحق رقم 07.....
- 98- الفهارس العامة.....
- 99- فهرس الجداول.....

100	فهرس الأشكال
103	فهرس الآيات
104	فهرس الأحاديث
105	فهرس المحتويات