



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



دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية
الفيس بوك أنموذجا

دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في العلوم الإسلامية: تخصص دعوة وإعلام واتصال

إشراف الأستاذ:

د. عبد الرحمن طيبي

إعداد الطالبة:

أسماء عمامرة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
معمر قول	أستاذ محاضر ب	جامعة شهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
عبد الرحمن طيبي	أستاذ محاضر ب	جامعة شهيد حمه لخضر - الوادي	مشرف ومقررا
هشام ميسة	أستاذ متعاقد	جامعة شهيد حمه لخضر - الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 1437 - 1438 هـ / 2016 - 2017 م

الاهراء

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى

إلى من تجرعت كأس الشقاء مرا لتسقينني مر حيق السعادة . . . إلى التي ضحت بالكثير من أجل أن أحيا . . .
إلى الصدر الذي يضميني كلما ضاقت بي الدنيا . . . إلى التي مرآني قلبها قبل عينها أُمِّي الغالية - حفظها الله . . .
إلى من تحمل الصعاب من أجل أن يوفر لي الراحة . . . وإلى الذي لم يخل علي بنعمته في سبيل العلم وعلمني أن الحياة تجارب
وإلى الذي كان دائما يحثي على المثابرة والاجتهاد ويقول إن العلم هو أسمى المطالب . . . أبي الغالي
إلى من عانقت مروحي أمرواحهم وامتزجت بهم واصطبغ لون الحياة بجمهم . . . إلى من قاسموني الحياة بجلوها ومرها
أخوتي: مريم، السعيد، عبد القادر، أحمد، حكيم،، صدام، أحلام، محمد، بدر

وإلى نروجات إخوتي: ساهرة وعائشة

إلى صلة الرحم التي سيسألني عنها ربي يوم القيامة أهلي وأقاربي وجيرانني واخص بالذكر خالي ونروجه أطل الله في
عمرهما

إلى من جمعني بهم لقاء حدث فيه التعارف فكانت ألفة . . . إلى من سعدت بمصادقتهم وخشيت أن أفقدتهم صديقاتي:

سميرة، صباح، هند، أحلام، مريم، فاطمة الزهراء، أسماء، منى .

إلى كل من نسيهم قلبي سهوا .

إلى جميع دفعتي بجامعة الوادي .

أسماء

كلمة شكر وعرفان

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع ليفكر قبل أن يخط الحروف ليجمعها في كلمات . . . تتبشر الأحرف وعبثاً أن
يحاول تجميعها في سطور
سطوراً كثيرة تمر في الخيال ولا يبقى لنا في نهاية المطاف إلا قليلاً من الذكريات وصور تجمعننا برفاق كانوا إلى
جانبتنا.....

فواجب علينا شكرهم ووداعهم ونحن نخطو خطواتنا الأولى في غمار الحياة
ونخص بالجزيل الشكر والعرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب عملنا
وإلى من وقف على المنابر وأعطى من حصيلة فكره لينير دربنا
إلى الأساتذة الكرام في معهد العلوم الإسلامية

"كن عالماً . . فإن لم تستطع فكن متعلماً ، فإن لم تستطع فأحب العلماء ، فإن لم تستطع فلا تبغضهم"
وأخص بالتقدير والشكر المشرف الدكتور "عبد الرحمن طيبي".

الذي يقول له بشراك قول رسول الله صلى الله عليه وسلم

"إن الحوت في البحر، والطير في السماء ، يصلون على معلم الناس الخير"

الذين كانوا عوناً لي في بحوثي هذا ونورا يضيء الظلمة التي كانت تقف أحياناً فيطرقنا

إلى من نمرعوا التفاؤل في دربنا وقدموا لنا المساعدات والتسهيلات والأفكار والمعلومات، مرعاً دون يشعروا

بدورهم بذلك فلهم منا كل الشكر، وأخص منهم

نجيب كامل، عز الدين مروان، نعيمة سمينة وسعاد بن خليفة

أما الشكر الذي من النوع الخاص فنحن نتوجه بالشكر أيضاً إلى كل من لم يقف إلى جانبنا ، ومن وقف في طريقي

وعرقل مسيرة بحثنا، ومرضع الشوك في طريق بحثنا فلولا وجودهم لما أحسننا بمتعة البحث ، ولا حلاوة المنافسة

الإيجابية، ولولا هم لما وصلنا إلى ما وصلنا إليه فلهم منا كل الشكر.....

أسماء

ملخص الدراسة باللغة العربية

- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج الوصفي لأنه أكثر مناهج البحث ملائمة للمواقع الاجتماعية كسبيل لفهم ظواهره واستخلاص سماته.
- تكوّن مجتمع الدراسة من طلبة وطالبات جامعة الوادي المسجلين العام 2016/2017م. وتم اختيار العينة الطبقية قوامها (150) مفردة بمختلف التخصصات.
- وكانت أداة الدراسة استبياناً مكوناً من 33 سؤالاً وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها:
 - 1 - بينت الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بنسبة كبيرة.
 - 2 - كون أنّ للفيسبوك دور في توعية الدينية لطلبة الجامعة الوادي إلا أن هذا الدور يبقى متوسطاً في تلقي المعلومات الصادقة عن الدين.
 - 3 - هناك وعي متكون لدى عينة من الطلبة الجامعيين من خلال استخدام الفيسبوك وأولى إهماتهم هو الدفاع عن الدين وتوعية الناس من مخاطر الفيسبوك وكذلك لغرض التحصيل الديني.
 - 4 - أن نسبة كبيرة من الطلبة تشجع دور الأسرة في مراقبة أبنائها عند استخدام الفيسبوك.
 - 5 - أن نسبة كبيرة من الطلبة أثر الفيسبوك على حياتهم سلباً من ناحية دارستهم وعلاقاتهم الاجتماعية.
 - 6 - هناك نسبة كبيرة من الطلبة تعتبر ما تتعرض إليه من مضامين دينية على الفيسبوك لا تحظى بالمصادقية الكافية ما لم تتسم بصدق في منشوراتها.

Abstract:

This study aimed to identify the role of social networking sites in religious awareness. To achieve this goal, the descriptive approach was used because it is the most appropriate research method suitable for social sites as a way to understand its phenomena and derive its characteristics.

- The study contains a population of the students of the University of El-oued registered in 2016/2017 and the sample was selected 150 students were selected in different disciplines

-A questionnaire consisting of 33 questions was used a tool. The study reached a number of results, the most important of which were:

1. The study showed that respondents use Face book by a large percentage
2. The fact that Face book plays a role in the religious awareness of the students of the University of the Valley, but this role remains moderate to receive honest information about religion
3. There is awareness of a sample of university students through the use of Face book and their first interest is to defend religion and raise awareness of the people of the dangers of Face book and also for the purpose of religious collection
4. That a large percentage of students encourage the role of the family in monitoring their children when using Face book
5. That a large percentage of students encourage the role of the family in monitoring their children when using Face book and also a large proportion of the students are rejuvenating the family in monitoring their children when using face book.
6. that a large proportion of students Impact Face book on their lives negatively in terms of their studies and social relations and at the same time .a lot of them consider that their religious content on face book is not sufficiently credible unless they are genuinely credi.ble in their publications.

مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين تطورات تكنولوجية حديثة ونقله نوعية، وثورة حقيقية في عالم الاتصال ولا شك أن أحدثها وأهمها ظهور شبكة الانترنت في أرجاء المعمورة كافة. وتعتبر الانترنت تقنية من التقنيات الحديثة ، ووسيلة من وسائل الاتصال المتطورة، ولعل ما تميز الانترنت عن غيرها من وسائل الاتصال التكنولوجية الأخرى، هو مستوى تفاعل العلاقات الاجتماعية، كما مهدت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات واستفادة كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها ، حيث تعد دراسة الانترنت وتأثيراتها الاجتماعية على مستوى الفرد والمجتمع مطلباً مستمراً، في ظل ما يُموج به المجتمع المعاصر من تغيرات متلاحقة في شبكة الانترنت ،وهو الإعلام الجديد الذي يشمل مواقع الشبكات الاجتماعية ،ومقاطع الفيديو والإذاعات الرقمية والمدونات والمنتديات وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة .

ولقد ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك - تويتر - ماي سبيس - هاي فايف - اوركت - تاجد ليكند إن و يوتيوب وغيرها. وقد أتاح بعض منها مثل الفيس بوك تويتر إلى تبادل المقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين .

لذا جاءت تلك المواقع لتشكّل عالماً افتراضياً بفتح مجال لمستخدميه لإبداء آرائهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم ، لذلك تلعب هذه المواقع دوراً مهماً إذ أصبحت المواقع التواصل الاجتماعي من الأدوات الهامة التي ولع الشباب بها وأثرت تأثيراً بالغاً مسّ مختلف جوانب حياتهم، خاصة ما تعلق بالجانب التوعوي الديني، ومن هنا كانت هذه الدراسة لتعرّف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية لدى الطلبة الجامعيين باعتبارهم يمثلون فئة الشباب.

حيث جاءت وفق ما يأتي:

الفصل الأول: بعنوان الإطار المنهجي للدراسة ويحتوي على إشكالية الدراسة، ثم أهمية الدراسة وأهدافها بالإضافة إلى الدراسات السابقة ثم النظرية المستخدمة والإجراءات المنهجية للدراسة

أما الفصل الثاني: التوعية الدينية حيث يحتوى هذا الفصل على ثلاثة مباحث وهي؛ الأول: ماهية التوعية الدينية والوعي الديني. الثاني: طرق التوعية الدينية. الثالث: آثار التوعية الدينية (على الفرد والأسرة والمجتمع).

أما الفصل الثالث: فتناولت فيه مواقع التواصل الاجتماعي عموماً و الفيس بوك خصوصاً، وقدمت في هذا الفصل مادة نظرية بحتة شملت مبحثين وهما؛ الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي. الثاني : ماهية الفيس بوك؛ أما الفصل الرابع: فكان إطار التطبيقى بحت حيث تضمن تفريغ و تحليل نتائج استمارة الاستبيان ومناقشتها.

كما ذيلت الدراسة بخاتمة وقائمة المصادر والمراجع يليهم ملخص الدراسة و الملاحق.

الفصل الأول

الفصل الأول

الإطار المنهجي :

1. الإشكالية .
2. مفاهيم الدراسة .
3. الدراسات السابقة .
4. أسباب اختيار الدراسة .
5. أهمية الدراسة .
6. أهداف الدراسة .
7. منهج و أداة الدراسة .
8. مجالات الدراسة .
9. مجتمع الدراسة .

1. إشكالية البحث :

برزت أهمية الشبكة العنكبوتية في الآونة الأخيرة و احتلت حيزا كبيرا في حياتنا اليومية فصار الإقبال عليها بشكل كبير خصوصا بظهور مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل فعالة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات من خلال خدمات كثيرة تقدمها هذه المواقع لمستخدميها و زاد الأثر الكبير لتأثير هذه المواقع على المجتمع بزيادة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما الفيسبوك الذي أصبح حلقة لا غنى عنها في حياتنا و صار له دور كبير في نقل الأخبار وتبادل الآراء و الأفكار و المعلومات، فأصبح مؤثر رئيسي على عقل المجتمع و المحرك لنفسيته و المغير لأفكاره و صارت مختلف صفحات الفيسبوك تلعب دورا رئيسيا في مختلف مجالات التوعية: منها الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية و الدينية على وجه الخصوص، هذا المجال الأخير (التوعية الدينية) احتل مكانة مهمة في الفيسبوك، فأصبحت العديد بل الكثير من المواضيع على الفيسبوك تعالج قضايا و مسائل دينية، في شكل فيديوهات، صور، مقالات مكتوبة، فتاوى مكتوبة... الخ، و كل هذه من شأنها أن تساهم في التوعية الدينية، و زيادة الوعي لدى الطلبة الجامعيين بالخصوص، لذا جاءت هذه الدراسة حول مواقع التواصل الاجتماعي. الفيسبوك ودوره في التوعية الدينية لدى الطلبة الجامعيين ومن هنا نطرح التساؤل التالي:

—ما هو دور مساهمة الفيسبوك في التوعية الدينية لدى الطلبة الجامعيين ؟

و يندرج ضمنها التساؤلات الفرعية الآتية:

- ✓ مامدى استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك ؟.
- ✓ هل يعتبر الفيسبوك عامل مؤثر في التوعية الدينية لدى الطلبة الجامعيين ؟ .
- ✓ ما هو التأثير التفاعل التوعوي الديني على صفحات الفيسبوك ؟.

2. مفاهيم الدراسة:

سيتم هنا التطرق بشكل غير معمق في المفاهيم الأساسية للدراسة، حيث شملت الدراسة على مفهومين أساسيين هما "مواقع التواصل الاجتماعي" و أيضا "التوعية الدينية" و بشكل مختصر نعرض هذه المفاهيم:

-مواقع التواصل الاجتماعي:

و هو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم "الويب 2.0"، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يتم تصنيفهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء من بلد، جامعة، مدرسة، شركة...الخ. كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل: إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام و تكوين الصداقات حول العالم و بعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود و منحصر في مجال معين مثل: شبكات المحترفين و شبكات المصورين و مصممي الجرافيكس.

كما تعرف على أنها مواقع على الانترنت يلتقي عبرها أشخاص أو جماعات أو منظمات تتقاطع اهتماماتهم عند نقطة معينة أو أكثر سواء تعلق الأمر بالقيم أو الرؤى أو الأفكار أو التبادلات المالية أو الصداقة أو العلاقات الحميمة أو القرابة أو الهواية أو التجارة أو غيرها (1).

هذا التعريف يقدم بشكل شامل ماهية مواقع التواصل الاجتماعي و منه كتعريف إجرائي نعرف هذه المواقع: أنها مواقع على شبكة الانترنت، ارتبط ظهورها بالويب 2.0، لطابعها التفاعلي و التواصل، تقوم على إنشاء صفحات شخصية على هذه المواقع و يتم عبرها تبادل الصداقات لتشكيل مجتمعا شبكيا، تسمح بتبادل و نشر المعلومات، الصور، الكتابات والمنشورات بأنواعها، شكلت هذه المواقع فضاء افتراضيا تشكل فيه المجتمع بشكل افتراضي دون التقيد بحدود الجنس و

¹ - بوشنافة احمد، ناصري نفيسة: الشبكات الاجتماعية أداة للتسويق الافتراضي، الملتقى العلمي الدولي الخامس، الجزائر، ص8-9.

الدولة و الزمان و المكان و أيضا الاختلافات الاجتماعية، و أصبح فضاء لنشر و بناء الأفكار و التوجيه و أيضا التوعية بأشكالها، المرورية، البيئية... الخ و التوعية الدينية التي هي موضوع دراستنا.

التوعية (consciousness) : عبارة عن اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من إدراك ذاته و ادراك البيئة المحيطة به والجماعة التي ينتمي إليها كعضو ويذهب "جورج ميد" إلى أن العمليات الاتصال تساعد الفرد على النظر إلى نفسه والقيام بدور الآخرين وتعتبر عملية الاندماج الآخرين أو تمثل الظروف المحيطة شرط أساسيا لظهور الوعي⁽¹⁾.

التوعية الدينية: التوعية الدينية في مجتمعنا الإسلامي تستند على هدي النبوة و قيم الدين الإسلامي، بحيث تقوم على الإقناع بأن الإسلام هو طريق الحياة المستقرة الآمنة، تسعى إلى تعميق وإرساء المبادئ الأخلاقية والالتزام بالضوابط السلوكية والنفسية والاجتماعية وترسم خط النمو الديني في مراحل العمر وإعداد الفرد إعداداً متكاملًا يتوافق سلوكه مع عقيدة الإسلام حيث يتولى التوعية الدينية فريق من علماء الشريعة بالتعاون مع علماء النفس والاجتماع والأطباء وغيرهم. لمن لهم صلة بالمشاكل الاجتماعية والنفسية والصحية والاقتصادية.

إذ يجب أن لا تتسم هذه التوعية بالمبالغة في التخويف والتهديد والوعيد بل بإثارة كوامن النفس السوية بإتباع ما جاء في كتاب الله وسنة نبيه الكريم كما يجب أن تكون ذات طابع عام يتسم بالبساطة حتى يدركها العامة والخاصة والاستمرارية مع مراعاة الأحوال وارتفاع بمستوى الدعاة والوعظ وأئمة المساجد وحسن اختيارهم حتى يؤدوا واجبهم في دور العلم والعبادة ووسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية⁽²⁾.

- الفيسبوك facebook: يعد الفيسبوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فيسبوك "محدودة المس" وولية كملكية خاصة لها. فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل

¹ - نفس المرجع السابق، ص 8-9.

² - أنظر: العنوان المخدرات والعقاقير النفسية وأضرارها سلباتها على الفرد والمجتمع وكيفية الوقاية منها مجلة البحوث الإسلامية تصفح برقم المجلد العدد 32، ج 32، ص 285. تمت زيارة الموقع www.alifta.net في 2016/12/25م على الساعة

الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم لشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس، التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم⁽¹⁾.

و قد اقتصر في بادئ الأمر على طلبة مدرسة « lvyleague » و عدد محدود من مدارس منطقة بوسطن، خلال عام اتسع ليضم ما يزيد عن مليون مستخدم، بعد أن أصبحت العضوية متاحة حول العالم، فتح الموقع أبوابه أمام العامة في سبتمبر أيلول عام ألفين و ستة ليتجاوز عدد زواره اثنين و خمسين مليون و مئتي ألف زائر من كافة أرجاء المعمورة، و قد بلغت زيادة المتكردين على الموقع 67 بالمئة في الفترة ما بين شهر يونيو 2007 إلى مثيله عام 2008، كما يعد الموقع الأكبر فيما يتعلق بتبادل الصور بين المشاركين فيه حيث تجاوز عدد المنشورة عبره 2700 مليون صورة⁽²⁾.

3. الدراسات السابقة:

في إطار البحث عن ابرز الدراسات السابقة التي ترتبط ارتباطا خصوصيا و كبيرا بدراستنا لخصنا إلى مجموع من الدراسات التي تخص كل متغير من متغيرات الدراسة و نذكرها كالتالي:

- الدراسة الأولى: هي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة بجامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2012/2011، من إعداد الطالبة مريم ناريمان نومار، و كانت تحت عنوان " استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر"، و انطلقت هذه الدراسة من إشكالية الثورة التكنولوجية الجديدة، و التي نعني بها الويب 2.0، و ظهور الفضاء الافتراضي ممثلا في مواقع التواصل الاجتماعي، و كان سؤال الإشكالية كالآتي:

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟.

¹ - فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، (ط: لا، دار العربي للنشر و التوزيع، 2011م)، ص 203.

² - سامية أبو النصير، الصحافة الالكترونية و ثورة الفيس بوك، (ط1، د: المكتبة العصرية 2014م)، ص 67.

و قامت الباحثة هنا بالبحث في أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين الجزائريين، و هذا من خلال دراسة عينة منهم تتمثل في 280 مفردة، و استمارة موزعة على عينة من مستخدمي الفيس بوك بالولايات التالية: (باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة) و هذا لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية التي تسمح بنسج علاقات اجتماعية افتراضية، و من هنا كانت تساؤلات هذه الدراسة كالآتي:

- ✓ ماهي عادات و أنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لدى الجزائريين؟
- ✓ ما هي الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع "الفيس بوك"؟
- ✓ كيف يؤثر استخدام "الفيسبوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

و كانت هذه الدراسة تهدف إلى محاولة إعطاء تفسير علمي لظاهرة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيراتها، كما تهدف إلى معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال في حياة الأشخاص، أيضا التعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية، و مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية.

و كما رأينا فإن هذه الدراسة جرت على 280 مفردة من مجتمع الدراسة (باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة)، و قام الباحث هنا استخدام المنهج الوصفي، و الاعتماد على أدوات جمع البيانات: الملاحظة و الاستبيان الذي تضمن ثلاث محاور:

- ✓ المحور الأول: خاص بعادات و أنماط استخدام الفيسبوك لدى الجزائريين و يضم 12 سؤالا.
- ✓ المحور الثاني: الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيسبوك، و يضم هذا المحور 11 سؤالا.
- ✓ المحور الثالث: الفيسبوك و العلاقات الاجتماعية و يضم 16 سؤالا، و هو أكثر الجوانب مساسا بالدراسة.

و بشكل موجز كانت أبرز نتائج الدراسة كالآتي:

- ✓ لوحظ أن موقع الفيسبوك يختلف من مستخدم إلى آخر، تبعا لمتغيري الجنس و السن، و هي الفرضية الأولى للدراسة، و قد أسفرت هذه الدراسة على انه توجد فروق ذات دلالات إحصائية

بين استخدام الذكور و الإناث، حيث انعدمت هذه الفروق مرتين، فيما يتعلق بعدد مرات تصفح الفيسبوك في اليوم، أما الثانية في أسباب استخدام الهوية المستعارة، و تبين من الدراسة إلى أن أفراد العينة بين 15-25 سنة أكثر ميلا لاستخدام الموقع للترفيه و التسلية مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، و أن أفراد العينة أكثر من 37 سنة يستخدمون الموقع استخدامات إعلامية أكثر من الفئة الأولى.

✓ كما لوحظ أن لجوء الأفراد إلى استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، سببه الفراغ الاجتماعي و العاطفي، فنلاحظ أن الدافع وراء استخدامه هو التواصل مع الأهل و الأصدقاء و التثقيف و كذا الحصول على معلومات جديدة.

✓ تبين أن لاستخدام موقع الفيسبوك اثارا سلبية على منظومة العلاقات الاجتماعية، لكن دون إهمال البعد الآخر المتحقق بحفاظ الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية القديمة و القائمة و توسيعها.

✓ و تؤثر كل هذه النتائج إلى أن مستخدم الفيسبوك في الجزائر هو مستخدم نشط لديه العديد من الحاجات التي يسعى لإشباعها من خلال استخدامه للموقع و انتقائه للمحتوى، هذه الحاجات و الدوافع تتغير تبعا للعديد من المتغيرات الاجتماعية و النفسية.

✓ و تشترك هذه الدراسة مع دراستنا في متغير الشبكات الاجتماعية، و اعتمدنا عليها فيما يخص استخدام الجزائريين للفيسبوك بالشكل الكبير، و الذي يمكن أن نجعل منه منصة للتوعية الدينية بشكل مباشر و أكثر تأثيرا، نظيرا لطبيعته التوعوية المختلفة عن وسائل الإعلام، و لارتباطه الشديد خاصة بفئة الطلبة الجامعيين.

- الدراسة الثانية:

جاءت تحت عنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين بجامعة الوادي، مذكرة لنيل شهادة الماستر 2013-2014، للطلبة فاطمة بريك، تمحورت إشكالية الدراسة في التساؤل الآتي:

ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟، و هدفت الدراسة إلى محاولة معرفة مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين،

و كذا معرفة مواقع التواصل الاجتماعي التي يقبل الطلبة على استخدامها، و التعرف على القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي.

أما بالنسبة إلى تساؤلات الدراسة فكانت:

- ✓ ما مدى استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ✓ ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي يقبل الطلبة الجامعيون على استخدامها؟
- ✓ ما هي القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي؟

أبرز النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة نذكر:

- ✓ تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة من وسائل الاتصال الفعالة.
- ✓ تعد القيم الاجتماعية الضابط للسلوك الفردي والجماعي في الحياة الناس، و تكون موجه لهم، حيث تساهم في تشكيل الكيان النفسي للفرد. حيث أن النتائج الدراسة الميدانية كشفت على أن طلبة جامعة الوادي.
- ✓ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة كبيرة، وان موقع الفيسبوك من بين المواقع أكثر استخداما، وأوضحت الدراسة أن هناك من أفراد العينة من يتصفحون هذه المواقع يوميا كما أن هناك من لا يمكنه التصفح يوميا وذلك ناتج إلى انشغالهم بالأشياء الأخرى، وكانت غاية استخدامهم لهذه المواقع اكتساب معارف وخبرات بالدرجة الأولى، و أن من بين القيم التي تعززها هذه المواقع القيم العامة بالدرجة الأولى ثم القيم الاجتماعية كون أفراد العينة يميلون للاطلاع على الجانب الاجتماعي.
- ✓ تشترك هذه الدراسة مع دراستنا في جانب مدى الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي للطلبة الجامعيين مع أن دراستنا حددت أكثر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

- الدراسة الثالثة:

و التي تتعلق بالمتغير الآخر للدراسة و هو التوعية الدينية، كانت من إعداد الطالبة "لامية صابر"، بجامعة الحاج لخضر باتنة، و هي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال و العلاقات العامة، وكانت بعنوان " الحملات الإعلانية في باقة mbc و دورها في التوعية الدينية للشباب، 2010/2009، انطلقت من إشكالية اعتبار الحملات الإعلانية انجح الوسائل الاتصالية

المعبرة عن البيئة الاجتماعية و الثقافية للجمهور، و ركزت على حملات التسويق القيمي و إحياء الأخلاق عن طريق التوعية الدينية للأفراد في وسائل الإعلام، و إشكالية الدراسة طرحت في التساؤل الآتي:

ما دور الحملات الإعلانية الدينية التي تبثها باقة mbc في التوعية الدينية لشباب ولاية سطيف؟

اندرجت الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، و اعتمدت على منهج المسح بالعينة، و اعتمد هنا على أسلوب العينة القصدية في اختيار عينة الدراسة، اعتمدت الدراسة على الاستمارة كأداة لجمع البيانات و المعلومات، حيث وزعت على 292 مفردة من مجتمع البحث، 146 مفردة من الشباب الجامعي و 146 مفردة من الشباب غير الجامعي، و كانت موجهة إلى الفئة العمرية ما بين 18-35 سنة، كما اعتمدت الدراسة على المقابلة كأداة ثانية لجمع المعطيات.

و تكمن أهمية هذه الدراسة في محاولة إبراز الدور الذي تقوم به الحملات الإعلانية ذات الهدف الديني التوعوي، كوجه آخر للإعلان في التعرف بالدين الإسلامي و محاولة لترسيخ مبادئه السمحة أو التذكير بها من جهة أخرى، و سعت هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

✓ معرفة السمات الديمغرافية و الخصائص الاجتماعية و الثقافية لمشاهدي هذه الحملات التوعية الدينية في شبكة mbc.

✓ إبراز الدور الفعلي الذي يمكن أن تقوم به الحملات الإعلانية في التوعية الدينية، و مدى قدرتها على توجيه الشباب نحو الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية من جانب، و التذكير بها و التكيف مع هذه الالتزامات و القيم الإسلامية مع المتغيرات الحاصلة.

✓ التعرف على درجة إقبال الشباب على هذه الإعلانات الدينية، و معرفة الدوافع الحقيقية لهذا الإقبال.

✓ التعرف على الآثار المعرفية و الوجدانية و السلوكية للحملات الإعلانية الدينية في mbc على الشباب الجزائري.

و توصلت 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.
 - ✓ إن أكثر المبحوثين يتابعون الحملات الإعلانية الدينية لأنهم مجبرون على مشاهدة الإعلانات في انتظار عودة البرنامج بنسبة 27.53%، تليها نسبة 27.34% من أفراد العينة يشاهدونها لأنها تعلمهم عادات حسنة و نسبة 21.41% لأنها تدعوا إلى التحلي بالأخلاق الإسلامية.
 - ✓ أكثر الأسباب التي يرى من خلالها المبحوثون إن الحملات الإعلانية الدينية أصبحت بديلا للخطاب الديني، هي أنها تؤثر على الفرد بعيدا عن الوعظ المباشر و ذلك بنسبة 33.07%.
 - ✓ إن أهم الممارسات الدينية التي تدعوا إليها الحملات الإعلانية الدينية هي أداء الصلاة و العبادات المفروضة: الصيام، الزكاة...الخ.
 - ✓ نسبة 66.09% من أفراد العينة يوافقون على أن الحملات الإعلانية الدينية حسنت من أدائهم للصلاة.
 - ✓ 69.95% من أفراد العينة يرون أن الحملات الإعلانية ساعدتهم على التخلص من السلوكيات السلبية: كإهمال الصلاة، سوء المعاملة، الغضب، غيبة الناس...الخ.
 - ✓ من اكبر النقائص التي يراها المبحوثون في الحملات الإعلانية الدينية هي أنها قصيرة جدا من حيث زمن البث و أنها لا تبث بشكل منتظم.
- تعتبر هذه الدراسة مهمة جدا بالنسبة إلى موضوع دراستي في متغير التوعية الدينية، و تعتبر دراستي جزءا مكملًا لهذه الدراسة، في حين تناولت هذه الدراسة الحملات الإعلانية الخاصة بالتوعية الدينية عبر وسائل الإعلام " التلفزيون "، عكس دراستنا التي تناولت فضاء افتراضيا أصبح يطغى بقوة على الساحة الإعلامية و هو الفيسبوك.

4. أسباب اختيار الدراسة :

- الأسباب الذاتية :

- كون الدعوة من سمات الدين الإسلامي واجتبق على كل مسلم.
- تعتبر الانترنت أفضل وسائل الإعلام والاتصال بين الأفراد والمجتمعات ولهذا يجب استثمارها في مجال الدعوة إلى الله تعالى.
- إثراء المكتبة الجامعية بمثل هذا الموضوع، و أهميته للدراسات القليلة جدا التي تخصه.
- ميول والاهتمام الباحث واستعداده لدراساتها، ومدى استحواذ المشكلة المدروسة على اهتمامه.

● الأسباب الموضوعية :

- نسبة كبيرة من الشباب تأثر فيهم مواقع التواصل الاجتماعي.
- اعتبار الفيسبوك موضوع السّاع؛ ونستطيع أن نبلغ الدعوة إلى غير المسلمين أيضا.
- الانترنت أسرع طريقة للتواصل مع الناس وبالأخص فئة الشباب.

5. أهمية الدراسة:

تركز هذه الدراسة على متغير مهم و هو التوعية الدينية، التي أصبحت اليوم أساسا للقيام بالمجتمع وشبابه، حيث اهتمنا هنا بالطلبة الجامعيين في علاقتهم بمواقع التواصل الاجتماعي، التي تشكل اليوم علاقة ترابطية وطيدة، فلا نكاد نجد شخصا إلا و يمتلك حسابا أو حسابين على "الفيسبوك" المتعلق بدراستنا، و تبرز الأهمية في استطاعة موقع التواصل الاجتماعي هذا في نشر التوعية الدينية بصفة التوعية مرتبطة أساسا بوسائل الإعلام و خاصة أن هذه المواقع التي تشكل الحبل الرابط الأقرب للأشخاص في عصرنا هذا.

6. أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف تتمثل فيما يلي:
- تحديد أهمية هذه المواقع التواصلية الاجتماعية بالنسبة للطلبة الجامعيين.
 - تحديد استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك".
 - التعرف على أشكال التوعية الدينية عبر "الفيسبوك".
 - معرفة درجة إقبال الطلبة على أشكال التوعية الدينية عبر الفيسبوك.
 - معرفة دور الفيسبوك في نشر الأفكار الإسلامية و التذكير بها.

- تحديد التغييرات التي أحدثتها التوعية الدينية عبر الفيسبوك على الطلبة الجامعيين.

7. منهج و أداة الدراسة:

- **منهج الدراسة:** عند القيام بأي بحث علمي، وجب إتباع مجموع من الخطوات الفكرية المنظمة و

المرتبة لبلوغ الهدف من البحث، يكون هذا بإتباع منهج مناسب للدراسة و من هنا مبدئياً نبدأ

بتعريف المنهج:

المنهج method هو الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه العالم في بحثه أو دراسة مشكلته و الوصول إلى حلول أو إلى بعض النتائج، و نظراً لأهمية المنهج أو الأسلوب المستخدم في الدراسة، أيا كان نوعها⁽¹⁾، و من خلال هذا نحدد أكثر تعريف المنهج العلمي، حيث أنه الطريق المؤدي للكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد و الإجراءات و الخطوات المنتظمة التي توجه سير العمل البحثي و تحدد عملياته حتى يصل الباحث إلى نتيجة⁽²⁾، وتبعاً لاختلاف العلوم تختلف المناهج⁽³⁾.

كما رأينا أن المنهج يختلف باختلاف العلوم، فإنه أيضاً يختلف باختلاف طبيعة الموضوع المعالج في الدراسة، و بما أن هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، أيضاً معرفة مظاهر التوعية الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " أساساً، فإن هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية.

- و من هنا كتعريف بسيط للمنهج الوصفي المسحي هو الأسلوب الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما هي في الواقع، و يهتم بوصفها وصفاً دقيقاً و يعبر عنها تعبيراً كمياً و كيفياً، كما يهدف إلى وصف الظاهرة و الوصول إلى استنتاجات تساهم في فهم الواقع المدروس و تطويره⁽⁴⁾ و "يعد المنهج الوصفي أكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره و استخلاص سماتها"⁽⁵⁾.

¹ - عبد الفتاح محمد العيسوي، عبد الرحمن محمد العيسوي: مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي و الفكر الحديث، دار الراتب الجامعية، 1997-1998، ص 13.

² - احمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، (ط:2، د: المكتبة الأكاديمية، الكويت، 1982م)، ص 15.

³ - صلاح مصطفى الفوال: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، (دار مكتبة غريب، القاهرة، 1992م)، ص 130.

⁴ - رشيدة سبي: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، (دار التنوير، الجزائر، 2014م)، ص 30.

⁵ - محمد قاسم: المدخل إلى مناهج البحث العلمي، (ط:1، د: النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت 1999م)، ص 60.

- أداة جمع البيانات

استمارة الاستبيان هي « مجموعة من الأسئلة و الاستفسارات المتنوعة و المرتبطة ببعضها البعض، بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه و المشكلة التي يختارها»⁽¹⁾، و «الاستبيان أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق، و التوصل إلى الوقائع و التعرف على الظروف و الأحوال و دراسة المواقف و الاتجاهات و الآراء، و هو من أكثر الأدوات استخداما في العلوم الاجتماعية، التي تتطلب الحصول على معلومات أو تصورات أو آراء الأفراد»⁽²⁾.

- الصدق والثبات

1 - **تعريف الصدق:** «وهو أن يقيس الاختبار أو الأداة ما وضعت لقياسه، والصدق

كالثبات مفهوم مدروس دراسة كبيرة. وتحقيق صدق أداة القياس أكثر أهمية ولا شك من تحقيق الثبات، لأنه قد تكون أداة القياس أو الاختبار ثابتة ولكنها غير صادقة»⁽³⁾.

2 - **تعريف الثبات:** « وهو الاتساق في النتائج ويعتبر الاختيار ثابتا إذا حصلنا منه على النتائج نفسها لدى إعادة تطبيقه على الأفراد أنفسهم وفي ظل الظروف نفسها»⁽⁴⁾.

قمنا بعرض الأداة على المحكمين المختصين^(*) وطلبنا منهم إبداء الرأي والملاحظات، حيث عرض الاستبيان (الملحق رقم 01) مرفقا مع أسئلة الدراسة وأهدافها على الأساتذة المحكمين وقد تلقينا بعض الآراء و المقترحات من السادة المحكمين، وقمنا في ضوء ذلك بتعديل فقرات الاستبيان في حين أن بعض الفقرات نالت رضا المحكمين وموافقتهم فلم يطرأ عليها أي تعديل إلى أن ظهر الاستبيان بصورته الأخيرة التي جرى فيها تطبيقه على عينة الدراسة (الملحق 02).

¹ - عامر قنديلجي: البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، (ط:1، د:اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 1999م)، ص 157.

² - رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، (ط:1، د:الفكر المعاصر، دمشق، 2000م)، ص 335.

³ - فاطمة عوض صابر آخرون، أسس ومبادئ البحث العلمي. (ط:1؛ الإسكندرية : مكتبة الإشعاع، 2002م)، ص 167.

⁴ - مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية (ط:1؛ عمان - الأردن: مؤسسة الوراق، 2000م)، ص 42.

8. مجالات الدراسة:

- المجال المكاني: تم إجراء الدراسة الميدانية بجامعة الشهيد حمّـه لخضر بالوادي.
- المجال الزمني: تمت الدراسة الميدانية خلال الفترة الممتدة من 2017/04/23 إلى غاية 2017/04/24 م.
- المجال البشري: استهدفت هذه الدراسة عينة من طلبة جامعة الوادي الذين يزاولون دراستهم للموسم الدراسي 2016/2017 م.

9. مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة: نعني بمجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها، ويتحدد المجتمع الدراسة الأصلي لهذه الدراسة من مجموعة من الطلبة الجامعيين لولاية الوادي.

قصد بمجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها ⁽¹⁾، ويتمثل مجتمع الدراسة في طلبة الجامعة لولاية الوادي، الذي يبلغ عددهم 17015 طالب.

ونظرا لصعوبة القيام بالدراسة على جميع مفردات مجتمع البحث فإننا سنتبع أسلوب العينة، حيث يعرفها الدكتور محمد عبد الحميد على « أنها عبارة عن عدد محدود من مفردات 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 خلال هذا المجتمع » ⁽²⁾، ولأن مجتمع الطلبة كبير جدا ومتعدد التخصصات لذلك العينة المناسبة للدراسة هي **العينة التطبيقية**

العشوائية عينة الدراسة: «هي نوع من العينات يستعمل في الحالات التي يكون معروفاً فيها أن في المجتمع اختلافات منتظمة، وفي هذا النوع من العينات، يضع الباحث شروطاً معينة لاختيار أفراد العينة بحيث تمثل العينة جميع فئات المجتمع المدروس، ولكي يتم الاختيار، يحدد الباحث الفئات

* - المحكمين: أ.د. رشيد خضير، أستاذ بكلية علوم اجتماعية وإنسانية بجامعة الوادي ، أستاذ مصطفى بالقاسمي أستاذ بكلية علوم اجتماعية وإنسانية بجامعة الوادي وأستاذ طاهر عمارة لأدغم وأ.د. عز الدين روان أستاذ بجامعة الجزائر أستاذ بكلية علوم اجتماعية وإنسانية.

¹ - سامي محمد ملحم، مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (ط2؛ دار المسيرة، عمان)، ص269.

² - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ط2؛ دار عالم الكتب، القاهرة، مصر 2004م)، ص193.

المختلفة في مجتمع الأصلي بناء على خاصية معينة وبطريقة تناسبه، أي أن الباحث يختار لكل طبقة وبطريقة عشوائية عدداً من المفردات، يتناسب مع حجمها الحقيقي في المجتمع الأصلي»⁽¹⁾.

استخدمنا في هذه الدراسة أسلوب العينة الطبقية العشوائية بأسلوب المتساوي حيث أخذنا 150 مفردة وزعناها على 5 كليات، ومن كل كلية أخذنا 30 مفردة.

¹ وحيدة دويدري، مرجع سابق، ص 311.

الفصل الثاني

الفصل الثاني : التوعية الدينية

المبحث الأول : ماهية الوعي الديني و
التوعية الدينية

المبحث الثاني : طرق التوعية الدينية
(عوامل تشكيل الوعي الديني)

المبحث الثالث : أثر التوعية الدينية
(على الفرد و الأسرة و المجتمع)

تمهيد:

إن للتوعية الدينية في مجتمعنا الإسلامي أهمية بالغة، إذ تستمد قواعدها من كتاب الله وسنة نبيه الكريم ﷺ، حيث تقوم على الإقناع بأن الإسلام هو طريق الحياة المستقرة الآمنة التي لا ضرر فيها ولا ضرار؛ لكن بظهور العولمة ودخول التكنولوجيا عالمنا الإسلامي انتقلت التوعية من منابر الأئمة في المساجد إلى منابر افتراضية تتماشى مع مستجدات العصر، رغم ما تحمله من تيارات فكرية جارفة تدعوا إلى التطرف الفكري وتشويه الدين الإسلامي، هذا ما حثّ على أولى الهمم بضرورة التحرك و السعي لاستحداث طرق توعوية أكثر فاعلية وتأثير في المتلقي ومن شأنها المساهمة في تشكيل الوعي الديني؛ على غرار الأسرة و المسجد مروراً بالمدرسة والزوايا وصولاً عند الجمعيات الخيرية بالاعتماد على إرث ثقافي وتراث حضاري مجيد، وهذا ما سنفصل فيه في هذا الفصل بالدراسة والتحليل، كما سنقوم فيما بعد بتناول أثر التوعية الدينية على الفرد والأسرة والمجتمع، وما تخلفه بعض الصفحات المشبوهة في موقع الفيسبوك من أضرار وخيمة هدامة للمجتمع وللأمة جمعاء.

المبحث الأول: ماهية الوعي الديني و التوعية الدينية

قبل الدخول إلى عالم كل من التوعية الدينية والوعي الديني ينبغي علينا الإشارة إلى أن هناك تداخل في المصطلحين نظراً لتشكّلها في المصطلح اللفظي، فالتوعية تعد مرحلة ثانية تأتي بعد الوعي، لذا كان لزاماً علينا التطرق إلى الوعي كمرحلة أولى تم تليها التوعية.

المطلب الأول: مفهوم الوعي الديني

الفرع الأول: الوعي لغة: " الوعي: حفظ القلب الشيء وعى الشيء والحديث يعينه وعياً و أوعاه: حفظه وفهمه وقبله" (1).

كما أن للوعي معناه اللغوي في المعاجم فانه بدأ مستعملاً في القرآن الكريم في أكثر من موضع

قَالَ تَعَالَى: ﴿لِنَجْعَلَهَا لَكُمْ تَذْكِرَةً وَتَعِيَهَا أُذُنٌ وَعِيَةٌ﴾ ﴿١٢﴾ الحاقة: ١٢

قَالَ تَعَالَى: ﴿وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا يُوعُونَ﴾ ﴿٢٣﴾ الانشقاق: ٢٣

¹ - لابن منظور، لسان العرب، باب الواو، ج51، ص4876.

وجاء في حديث عن النبي ﷺ قوله: « فرب مبلغ أو عي من سامع »⁽¹⁾.

[رواه بخاري]

ويقول النبي صلى الله عليه وسلم: «نضر الله عبدا سمع مقالتي فوعاها فأعادها كما سمعها»⁽²⁾.

[رواه الترمذي]

وفي حديث أبي أمامه يقول: « أَقْرَأُوا الْقُرْآنَ وَلَا تَعْرُتْكُمْ هَذِهِ الْمَصَاحِفُ، فَإِنَّ اللَّهَ لَا يُعَذِّبُ بِالنَّارِ قُلُوبًا وَعَى الْقُرْآنِ »⁽³⁾.

الوعي اصطلاحاً: "الوعي هو حالة من الرشد واليقظة الذهنية والكياسة، تجمع بين وظائف كل من العقل والشعور الظاهر للقلب والجوارح، في عملية تنظيمية مركبة تقتضي ادراك المعطيات (الرموز) وفهم مدلولاتها ودلالاتها، وتجميع العناصر السابقة والراهنة والمستقبلية والربط فيما بينها، واستيعابها في أو استلهاها محصلة كلية متكاملة، وتكوين آراء واتجاهات واضحة وثابتة تجاهها واستحضارها والتفاعل معها في إطار البيئة المادية والاجتماعية المحيطة"⁽⁴⁾.

التعريف الإجرائي للوعي: هو الإدراك والاستيعاب الشيء، وفهمه لتكوين رأي واتجاهات واضحة وثابتة اتجاهاتها وتفاعلها مع المجتمع المحيطة بيه.

¹ - مُجَّد بن عبد الرحمان بن عبد الرحيم المباركفوري، تحفة الأحوذى، باب فضل علم الحديث وأهله، (بيروت: دار الكتب العلمية) ج10، ص349.

² - أبو عبد الله محمد بن عبد الله الحاكم النيسابوري، فهارس المستدرک علی الصحيحین، (ط.2، بيروت، دار الكتب العلمية، 2002م)، مج5، ص452. و(أخرجه الدرامي في سننه (2092/4) هداية الإنسان إلى الاستغفار بالقران، قسم التحقيق الباب السابع والستون في فضل من تعلم القران وعلمه)، ص193.

³ - أبو محمد عبد الله بن مسلم بن قتيبة، تأويل مختلف الحديث، (ط.2، القاهرة: دار الإشراف، المكتب الإسلامي 1999م)، ج1، ص275.

⁴ - شائم بن لاني الهمزاني، تقويم الوعي الديني للمسلمين مقياس اتجاه ومستوى الوعي الديني بالتطبيق على مسلمي ألبانيا، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، قسم علم اجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، 1995م، ص5.

الفرع الثاني: مفهوم الوعي الديني

"يمثل الدين جزءاً لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي وينظر إليه باعتباره مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي والجماعي"⁽¹⁾.

"يعتبر كذلك من أشكال الوعي البشري التي لازمتها منذ الأزل والديانات عبر التاريخ ارتبطت بحضارات معينة وبعقليات كثيرة، فقد تبنى مثلاً العبيد الرومان المسيحية للخلاص من الأسياد، والرغبة في التغيير، وظل الصراع بين الدين والسياسة قائماً في كونه يعمل على الحفاظ على النظام الاجتماعي، وعلى مقومات الفرد الداخلية وفي علاقاته مع الخلق والخالق، ولقد ارتبطت الأديان بالثقافات والأقاليم كانتشار البوذية في الثقافة الهندية، المسيحية في الثقافة الرومانية والإسلام في الثقافة العربية"⁽²⁾.

التعريف الإجرائي: الوعي الديني يتمثل في المفهوم الشامل للعبادة الواجبة التي تحددها المصادر الإسلامية والشرعية القرآن و السنة النبوية ويشرحها العلماء الفقهاء الإسلام للتوعية المجتمع.

المطلب الثاني: مفهوم التوعية الدينية

الفرع الأول: تعريف التوعية

■ **التوعية لغة:** "من الوعي ويقصد بالوعي لغة عدة معاني منها حفظ القلب للشيء، والفهم وسلامة الإدراك، وأوعيته واسترعيته لغة في الاستيعاب وهو اخذ الشيء كله"⁽³⁾.

■ **التوعية (consciousness) اصطلاحاً:** "عبارة عن اتجاه عقلي انعكاسي يمكن للفرد من إدراك ذاته وإدراك البيئة المحيطة به والجماعة التي ينتمي إليها كعضو ويذهب « جورج ميد » إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد على النظر إلى نفسه والقيام بدور الآخرين وتعتبر عملية الاندماج للآخرين، أو تمثل الظروف المحيطة شرطاً أساسياً لظهور الوعي"⁽⁴⁾.

¹ - ناصر علي مهدي، موسى عبد الرحيم حلس، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من الطلاب، كلية الآداب، جامعة الأزهر، بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2010م، المجلد 12، العدد 1، ص147.

² - لامية صابر، الحملات الإعلامية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب، ولاية سطيف مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009م، ص25.

³ - مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، (المكتبة الإسلامية، اسطنبول، تركيا)، ج.3، ص1033، وما بعدها.

⁴ - محمد الجوهري وآخرين، علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1992م)، ص289.

■ التعريف الإجرائي للتوعية

التوعية هي عملية محاولة الإقناع والتأثير في سلوك الأفراد حول موضوع أو فكرة أو قضية و تتضمن آليات الإقناع اللساني و التوضيح والتفهم وتعزيز كل ذلك بالأدلة والبراهين المقنعة ويشترط الأفكار المراد إيصالها البساطة والموضوعية وعدم التناقض ووضوح الهدف.

الفرع الثاني: تعريف الدين

الدين لغة: تستعمل كلمة "الدين" في كلام بمعان شتى هما:

- 1 - "القهر والسلطة والحكم والأمر: فيقولون (دان الناس) أي قهرهم على الطاعة و(دنته) أي سسته وملكته، وفي هذا المعنى جاء الحديث النبوي: «الكيس من دان نفسه وعمل لما بعد الموت» أي قهر نفسه وتليها طاعة الله
 - 2 - "الطاعة والعبودية، والخدمة، والخضوع تحت غلبته وقهره ... تقول العرب : دنتهم فدانوا أي قهرتهم فأطاعوا .
 - 3 - "الشرع والقانون والطريقة والمذهب والملة والعادة والتقليد، فيقولون «ما زال ذلك ديني وديديني» أي دأبي وعادني.
 - 4 - "الجزاء والمكافأة والقضاء والحساب. فمن أمثال العرب: «كما تدين تدان» أي تصنع بغيرك يصنع بك وتجازي ومن تأتي كلمة «الديان» بمعنى القاضي وحاكم المحكمة⁽¹⁾.
- الدين هو " اسم جامع لجميع ما يعبد به الله الملة ، الإسلام، الاعتقاد بالجنان والقرار باللسان و العمل الجوارح بالأركان"⁽²⁾.

الدين اصطلاحاً: " إن الدين عند الله الإسلام، يقصد بالدين عند الإطلاق ما فصحت عنه الرسالات السماوية إلى رسل الله عليهم السلام من لدن نوح عليه السلام إلى محمد عليه وسلم، وهو المنهج الذي رضي الله تعالى لخلقه وانزله على رسله، وهو واحد من حيث العقيدة، ومقتضاه توحيد

¹ - مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مرجع السابق، ج1: (مادة دين) ص307.

² - مرجع نفسه، ص 307.

الله سبحانه في أسمائه وصفاته والإقرار بربوبيته وألوهيته وعبادته على مقتضى ما شرع وأمر في كتابه العزيز وعلى لسان رسوله الكريم عليه والصلاة وسلام⁽¹⁾.

الدين: هو وضع إلهي سائق لذوي العقول بإختيارهم إياه إلى الصّلاح في الحال والفلاح في المآل، وهذا يشتمل العقائد والأعمال. ويطلق على كل نبي، قد يخص بالإسلام⁽²⁾، كما قَالَ تَعَالَى: ﴿إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ﴾ آل عمران: ١٩

قال ابن كثير في تفسيرها: "إخبار من الله بأن لا دين عنده يقبله من احد سوى الإسلام، وهو إتباع الرسل فيما بعثهم به في كل دين، حتى ختموا بحمد ﷺ، الذي سد جميع الطرق إليه إلا من جهة محمد ﷺ، فمن لقي الله بعد بعثة محمد ﷺ بدين غير شريعته فليس بمتقبل"⁽³⁾.

قَالَ تَعَالَى: ﴿وَمَنْ يَبْتَغِ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ وَهُوَ فِي الْآخِرَةِ مِنَ الْخَاسِرِينَ﴾ آل عمران: ٨٥

كذلك الدين هو "الملة في الإسلام وفي العبادة وما تقتضيه اليقظة المتكاملة والشاملة لجميع ما يعبد به الله أي انه حالة من الوعي بالمقدس عقليا وقلبيا ووجدانيا وسلوكيا و عبادته بما يصرف له من اعتقاد أو القول أو الفعل.

مفهوم الدين في الإسلام هو حالة من الوعي تتجسد في مفهوم العبادة وهو مفهوم شامل يغطي جميع جوانب الحياة الروحية والمادية والدينية والأخروية وهي مكونة في المحصلة من علم"⁽⁴⁾.

الفرع الثالث: مفهوم التوعية الدينية

نقصد بالتوعية الدينية فهم الإسلام على حقيقته والإدراك السليم له، والتوعية الدينية تهدف إلى إعداد الفرد المتكامل الذي يتوافق سلوكه مع إيمانه بالعقيدة، من اجل التوافق النفسي والاجتماعي للفرد وصحته والتزاماته بالضوابط الدينية والاجتماعية التي تقلل من الانحرافات السلوكية في المجتمع،

¹ - شائم بن لافي الهمزاني، مرجع سابق، ص4.

² - محمد علي التهانوي: موسوعة كشف اصطلاحات الفنون والعلوم، تحقيق علي دحروج، تر: جورج زينات، (ط1، مكتبة لبنان ناشرون، 1996)، ج1، ص 814.

³ - ابن كثير، أبو فداء الحافظ، تفسير القرآن العظيم، تحقيق محمد النبا (ط1، بيروت، دار ابن حزم، 1998م)، ج2 و3، ص

111- 694.

⁴ - شائم بن لافي الهمزاني، مرجع السابق، ص5.

"وتبني التوعية الدينية علة أساس تقوية إيمان وعقيدة الفرد بالله ودينه أولاً، وتعريفه بطرق الخير والشر، ثم تركه بعد ذلك، ليختار لنفسه على ضوء إيمانه وذلك بعد بيان ما حرمه الله على النفس، لاجتنابه حتى يمكن إقناعه بالابتعاد عن المواد المخدرة لما فيها من أضرار ومضار بالصحة والعقل"⁽¹⁾. إن تعاليم الدين والتمسك بالقيم والمبادئ الإسلامية وبيان موقف الدين الإسلامي من تعاطي المخدرات والخمور، يعتبر من أهم الجوانب التي يمكن أن تساعد في تقليص حجم هذه الظاهرة، كما أن دورها في الحد من انتشار كل ما يخالف العقيدة وما تنهي عنه أحكام الدين.

والتوعية الدينية في المجتمعات الإسلامية تستمد من قيم الدين الحنيف والتي هي قيم يؤمن بها أبناء الأمة الإسلامية، تقوم على الإقناع بأن الإسلام هو طريق الحياة المستقرة الآمنة والتي لا ضرر فيها ولا ضرار، فهو الدين المتكامل المشتمل، على الجوانب الروحية والاقتصادية والاجتماعية وهو دين الإقناع الذي لا يغير ما بالناس حتى يغيروا هم ما بأنفسهم، فقد تدرّج في إقناع الناس عندما نزل بالتحريم عن طريق إيضاح المعتقدات الخاطئة المتأصلة في النفوس، ولم يتم بالتعسف والقسوة والإجبار على الإقلاع عن السلوك الخاطئ في وقت قصير⁽²⁾، بل بدا التحريم تدريجياً موضحاً ومقنعاً أن التعسف في المنع أمر غير مرغوب فيه، وهذا ما تقوم عليه الخطط الحالية في معالجة المشاكل الاجتماعية في عالمنا المعاصر.

¹ - فؤاد عبد المنعم أحمد، التوعية الدينية، التربية الإسلامية ودور المسجد في الحد من تعاطي المخدرات، الدورة التدريبية الخاصة، قسم مكافحة المخدرات بالحرس المكّي بالمنطقة الوسطي، الرياض - خلال الفترة من 24 / 3 - 1430/4/5 هـ الموافق من 21/3 - 2009/4/1 م، ص 8-9.

² - أنظر، فؤاد عبد المنعم أحمد، المرجع السابق، ص 7-8.

المبحث الثاني: طرق التوعية الدينية (عوامل تشكيل الوعي الديني)

تتعدد طرق التوعية الدينية بتعدد منابع الدين ومشاربه، حيث تبدأ التوعية الدينية انطلاقاً من المكتسب الثقافي لدى الفرد (المكتسب الديني)، ثم لتأتي الأسرة بعد ذلك، مروراً بالمدرسة والمسجد والجمعيات الدينية والزوايا و وسائل الإعلام.

المطلب الأول: الإرث الثقافي

يعتبر التراث الحضاري الثقافي من أهم العوامل التي تؤثر في تشكيل الشخصية الإنسانية إذا يتأثر الفرد بقوى العادات والتقاليد والقيم السائدة في مجتمع معين، كما أن الخصائص المستمدة من الثقافة السائدة في المجتمع تقف وراء العلاقات القائمة بين الأفراد و الأسر والجماعات والمذاهب والمبادئ والثقافة كما عرفها بريسرات (Bresrat) : « الكُلُّ المعتقد الذي يتكون من السبل أو الطرق التي تفكر بها وتعمل بها وكل شيء تملكه كأعضاء في المجتمع »⁽¹⁾.

وينظر علماء الاجتماع إلى الثقافة على أنها تشكل من مجموعة من المحددات تتمثل في سلوك المكتسب والميراث الاجتماعي وما فوق العضوية وطريق للحياة، ويشير المصطلح الأول (السلوك المكتسب) إلى أن الثقافة تعلم مكتسب لكنها لا تقبل فكرة الملكية لأحد الأفراد دون سائر المجتمع، ويشير المصطلح الثاني (الميراث الاجتماعي) إلى انتقال الثقافة من جيل إلى جيل، كما يفيد المصطلح الثالث (ما فوق العضوي) إن لها استقلالاً نسبياً من مكوناتها المادية والبيولوجية، ويؤكد المصطلح الرابع (طريق الحياة) على التباين الكائن بين الثقافات بحيث الإطار المكاني و الزماني⁽²⁾.

ومن المفكرين المعاصرين الذي اهتموا بمسائل الثقافة والعلاقة بينها وبين الحضارة، مالك بن نبي الذي يعرف الثقافة بأنها: « المحيط الذي يصوغ كيان الفرد، كما أنها مجموعة من القواعد الأخلاقية والجمالية »⁽³⁾، وبإسقاط هذه المفاهيم على المجتمعات العربية الإسلامية يبدو واضحاً للعيان أهمية الدين الإسلامي في تشكيل ثقافتها وصيغ حياة أفرادها بقيمه ومبادئه وهو ما يقرّه الكثيرون على

¹ - هند عزوز: الصحافة الجزائرية وتنمية الوعي الديني لدى القراء، لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2010، ص 137.

² - أنظر: هند عزوز، مرجع نفسه، ص 173.

³ - مالك ابن نبي: ميلاد مجتمع، تر: عبد الصبور شاهين، (ط. 3، الجزائر: دار الفكر، 1406هـ/1986م)، ج: 1، ص 32.

المستوى الفكري والعلمي ويعيه آخرون على مستوى الشعبي العام. وإذا كان للمجتمع مساهمة في تشكيل شخصيات الأفراد الذين يعيشون في إطاره، فإن ذلك يتم عبر آليات ومؤسسات التنشئة الاجتماعية¹. التي تعني "عملية تعلم وتعليم وتربية؛ وتقوم على التفاعل الاجتماعي وتهدف إلى إكساب الفرد طفلاً فمراهقاً فمراهقاً فشيخاً، سلوكاً ومعايير واتجاهات مناسبة لادوار اجتماعية معينة"⁽²⁾، ونجد في المقدمة المؤسسات التي تساهم في تشكيل الوعي الديني: الأسرة والمدرسة، والمساجد، والزوايا، والجمعيات الدينية ووسائل الإعلام.

المطلب الثاني: الأسرة والمدرسة

الفرع الأول: الأسرة

الأسرة المسلمة لبنة في بناء المجتمع الإسلامي الكبير، لهذا حرص ديننا الحنيف على الاهتمام بها اهتماماً بالغ الشأن ويتجلى ذلك في، **قَالَ تَعَالَى: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ﴾ (٢١)** **الروم: ٢١**

"وَعَدَّ ذَلِكَ مِنْ أُمِّهَاتِ الْأُمُورِ التي يجب أن يهتم بها المسلمون ويكرسوا لها جهودهم، ولم يكن لإعداد الرجال القادة والعلماء والدعاة في الأسر المسلمة إلا من قبيل هذا الاهتمام، لهذا كله انبرى المربون الإسلاميون بكل جدية وإخلاص في إعداد مناهج متطورة وفق المنظور العلمي السليم لتربية وبناء الأسرة المسلمة، فاهتم بعضهم بتربية الأطفال حصراً، وصنف تناول مرحلة من مراحل التكوين الشخصي والنفسي للمسلم، وآخر اهتم بالأسرة بصورة عامة"⁽³⁾، فوضع كل واحد من هؤلاء منهجاً يتناسب والمرحلة التي يعيشها المسلم، منها المختصر ومنها المطول، "حرصاً منهم على إضفاء الصبغة الإسلامية على الأسرة وإعدادها إعداداً يتلاءم وواقعها الذي تعيش فيه، فتفننوا بالأسلوب وطريقة العرض، فاختراروا لها الوسائل الإيضاحية والجداول البيانية، وكذلك انتقوا العبارات المرغوبة البسيطة،

¹ - أنظر: هند عزوز، المرجع السابق، ص 137-138-139

² - مراد زعبي: مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، ص 11.

³ - ينظر: حامد شاكر العاني، دليل هداية الأسرة المسلمة بتاريخ 2016/03/10م، من موقع مكتبة الألوكة،

www.alukah.net، بتاريخ 2017/03/11م على الساعة 00:30.

كل هذا لأجل أن يتناولها المسلمون بسهولة ويسر، فيحسنون تربية أسرهم ويحفظونها من الانتكاس والإرتكاس، وتكون لهم وقاية وحماية حصينة ضد الزحف الفكري اللاخلاقي المدمر الشرقي أو الغربي⁽¹⁾.

إن تدهور التربية وانحطاطها في أسرنا المسلمة يرجع لأسباب شتى، منها جهل المربي بالإسلام ومبادئه وتعاليمه، وجهله أيضاً بمخططات أعداء الإسلام التي يوجهونها ضد الأسرة المسلمة، أو عدم إدراكه للتربية المجدية الملائمة التي يجب أن يسير عليها في توجيه أبنائه، فهو يجهل التركيب النفسي والاجتماعي للجيل الناشئ من الأمراض الحضارية الجديدة والمعقدة، وهناك من المربين من يجعل من القسوة سبيلاً إلى التربية، فيؤدي بذلك إلى انحراف الأبناء وإتباعهم الطريق المعوج، وبعض الآباء يقيم محكمة عرفية يحاكم فيها أبنائه لكل خطأ يرتكبونه، فيتعامل معهم على ضوء النظرة التعسفية القديمة التي تقول : (إياك أن تتبسم في وجه أولادك وزوجك، كي لا يضيع وقارك وتسقط هيبتك)، ويحاذر من أن يقيم بينه وبينهم أية علاقة حميمة، فيبقى الجفاء بينهم قائماً والهوة واسعة، عندئذ تجد الأبناء يعيشون عالمين في آن واحد، عالم داخل البيت (تمثيل وكذب) وخارج البيت (غش وخداع وتلاعب وربما إجرام)⁽²⁾، فلا يعرف الأب عن أبنائه إلا الصورة الوديعية المكذوبة، وما يخفونه عنه مصائب ونكسات، وثمة سبب آخر لا يقل شأنًا عن سابقه، وهو معاملة الزوج القاسية الظالمة لزوجته والخالية من السكون الزوجي والأخلاق الإسلامية الفاضلة، والتي تكون سبباً في أن تضع الحواجز بين الأولاد وأبيهم .

وربما يكون السبب أيضاً اختياره السيء لزوجته رغم تشدده الإسلامي ومعرفته لمبادئه وتعاليمه، ومن الأسباب المهمة هي ترك الحبل على الغارب في أن يتصرف الأبناء كيفما شاءوا من غير مراقبة ومتابعة، لهذا كان من الأولى أن يتصف المربي بصفات النبي الكريم ﷺ في تعامله مع نسائه كما هي في سيرته، إن كان حريصاً على بناء أسرة إسلامية طيبة متماسكة⁽³⁾.

¹ - المرجع نفسه.

² - أنظر: المرجع نفسه.

³ - أنظر: المرجع نفسه.

الفرع الثاني: المدرسة

إن المدرسة هي البيت الثاني للمتعلم بعد الأسرة والمنزل، كما تعد أيضاً من أهم مؤسسات المجتمع ويتوقع منها أن تقوم بأدوار عديدة في مجال تربية الطلاب تربية سليمة، وشاملة لكافة الجوانب، ولا يقتصر دورها على جانب واحد فقط مثل تزويدهم بالمعارف، والمعلومات؛ فإضافة إلى الاهتمام بالجانب المعرفي فهي مسؤولة عن إكسابهم المهارات المختلفة بصورة وظيفية لكي تعينهم على التكيف مع مجتمعهم، ومتطلباته المتغيرة⁽¹⁾، لذا تعتبر المدرسة إحدى الطرق المهمة بعد الأسرة في تكوين وصقل شخصية الفرد، ثم لتقوم بعد ذلك بالتوعية الدينية وذلك بتقوية إيمان وعقيدة الفرد بالله تعالى ودينه، وتعزفه بطرق الخير والشر، كما أمرنا الله في محكم تنزيله عندما قَالَ تَعَالَى: ﴿وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى

التَّهْلُكَةِ﴾ البقرة: ١٩٥

وكذلك تعلّمه المبادئ الإسلامية، كما أن التوعية الدينية تشمل جميع الجوانب الروحية والاقتصادية والاجتماعية، وتوفر الظروف المناسبة لإيجاد التوازن النفسي والاجتماعي لدى الفرد، ولأنها تؤثر في مفاهيم الفرد وفي تكوين معتقداته كما تؤثر في سلوكه. فهي مؤسسة أوجدها المجتمع من أجل تربية وتعليم الأبناء على أسس منهجية سليمة بهدف إعداد فرد صالح وصقل شخصيته وتعديل سلوكه. كما أن للمعلم دوراً لا يمكن إغفاله في غرس القيم الدينية والمبادئ لما له من أثر عظيم في إحداث التغيير في سلوك الطفل⁽²⁾. وبما أننا في عصر التكنولوجيا والحضارة الحديثة ودخول حياتنا مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، مما أثر على الطلبة من تغير في سلوكهم ومعتقداتهم وأفكارهم؛ يحدث هذا عند تداولهم مواقع مشبوهة تدعو إلى التطرف الفكري.

لذا كان من الأهمية توعية أبنائنا من خطر الأفكار و الجماعات المتطرفة، وتحصين مدارسنا وشبابنا في المؤسسات التعليمية من الأفكار المنحرفة فكرياً وسلوكياً⁽³⁾. حيث يستغل الطالب المراهق تقنيات

¹ - أنظر: سامية حمريش، القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري، مذكرة لنيل الماجستير في علم الاجتماع الديني، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2010، ص 53.

² - أنظر: مرجع نفسه. ص 54.

³ - أنظر: عثمان الطاهات، المدرسة ودورها في التوعية الطلبة بنبد التطرف بتاريخ 2016/10/23م على ساعة 11:49، قمنا بزيارة الموقع عمون صوت الأغلبية الصامتة www.ammonnews.net ، بتاريخ 2017/03/24م على الساعة 16:01.

أجهزة الهواتف المحمولة في إشباع نزواتهم وطيشهم في غياب التوعية الدينية و الإرشاد العملي للمدرسة والأسرة كذلك. لذا كان لازماً على الطاقم المدرسي توعيتهم من أضرار "الفيسبوك" والتي يمكن أن نستخلص منها ما يلي:

- ✓ ممارسة الجرائم الإلكترونية.
 - ✓ مشاهدة الأفلام الإباحية المخلة بالأخلاق والإسلام.
 - ✓ تدني مستوى الدراسي.
 - ✓ تصوير الآخرين ونشر صورهم دون علمهم.
 - ✓ تبادل مقاطع فيديوهم وصور غير لائقة مع الآخرين.
 - ✓ التخلي عن بعض القيم كالصدق والأمانة.
 - ✓ استخدام لغة ضعيفة ركيكة ناهيك عن ضعف مهارة المحادثة والتعبير مما أضحى يهدد كيان اللغة العربية.
 - ✓ التعبير الركيك في التعليقات على الأخبار أو الصور أو الفيديوهات.
 - ✓ إدمان على الفيسبوك بالجلوس بالساعات في وقت متأخر من الليل.
 - ✓ العدوان الإلكتروني و الانحراف الخلقي و التحرش الجنسي.
 - ✓ تعاطي المسكرات والمخدرات بعيداً عن القيم والأخلاق.
 - ✓ الهروب من المدرسة وعدم الرغبة في الذهاب إليها.
 - ✓ تعلم خبرة وتجربة العنف والإجرام من المجرمين الافتراضيين.
 - ✓ ضعف التقدير والثقة بالنفس.
 - ✓ الإصابة بالأمراض الجسمية.
 - ✓ إدمان ممارسة الألعاب الإلكترونية.
 - ✓ الإصابة بالعزلة في العالم الافتراضي.
 - ✓ تهديم قيم المجتمع الدينية والأخلاقية و الثقافية.
- وكما رأينا فإن أضرار مواقع التواصل الاجتماعي عديدة ومتنوعة، لذا ينبغي على الأسرة المدرسية أن تحارب هذه الظواهر وذلك بالتوعية الدينية والأخلاقية الصحيحة وفق سبل واضحة تعزز الثقة بينها وبين تلاميذها.

المطلب الثالث: المساجد والزوايا والجمعيات الدينية

الفرع الأول: المساجد

يحتل المسجد المكانة الأولى بين المؤسسات التي تساهم في تكوين المجتمع المسلم والتأليف بين أفرادهِ وجمع شملهم وتكوين ثقافتهم الاجتماعية وتصوراتهم المشتركة، "فهو مكان مقدس للعبادة حيث تقام فيه الصلوات، ومركز للعلم تنتشر فيه حلقات الدروس والمواظظ العلمية، وهو مركز إشعاع للقيم الدينية، حيث تتجلى فيه القيم الروحية و الخلقية والاجتماعية، فيه يجدد المسلم عزيمته ويشحذ روحه ويتواصل مع غيره من المؤمنين، وهو مآل الإنسان ومحط رحلته عندما تتعبه الدنيا وتنوء بكاهله أعباء الحياة المادية المرهقة ⁽¹⁾. و للمساجد أهمية في حياة الفرد المجتمع والتي يمكن ذكر أهمها فيما يلي:

- 1 - تربية الفرد تربية روحية وأخلاقية وذلك عند دخول الفرد إلى المسجد سيشعر بالخشوع و الطمأنينة فذلك سيربيه تربية روحية لا يشعرها الأفراد الذين لا يدخلون المساجد، أما أخلاقيا فإنه عند دخول الفرد المسلم إلى المسجد سيتجرد مما يملكه في حياته بل سيكون بين يدي الخالق.
- 2 - نشر المعرفة والعلم بين أفراد المجتمع؛ فالمسجد منبر لطرح المواضيع العلمية الحياتية بجانب المواضيع الدينية. فينتج مجتمع متعلم ومثقف ⁽²⁾.
- 3 - نشر العلم وتعليم الأفراد المبادئ الدينية، مما ينمي لديهم معايير سلوكية إسلامية تحقق سعادة الفرد والمجتمع.
- 4 - دعم روح الأخوة والتعارف بين المؤمنين مما يؤدي إلى دعم القيم الدينية وتوحيد السلوكات الاجتماعية، وبذلك كل ما يضعف الروح الإيمانية والاجتماعية من قيم سلبية كالظلم والحسد.
- 5 - تنمية الوازع الديني لدى الفرد والجماعة، ومن ثم دعوتهم إلى ترجمة المبادئ والتعليم إلى سلوك عملي واقعي.
- 6 - إمداد الأفراد بالإطار السلوكي المعياري القائم على التعاليم الإسلامية، مما يعزز العمل الصالح لديهم حبا وسلوكا، ويكره لهم الكفر والفسوق والعصيان.

¹ - سامية حمريش، المرجع السابق، ص57.

² - رندا مصطفى، أهمية المسجد و دوره في حياة الفرد والمجتمع، قمنا بزيارة الموقع الموضوع <http://mawdoo3.com> بتاريخ 2017/03/13م على الساعة 22:30.

7 محاولة تذويب الصراع القيمي بين الأجيال الجديدة و الأجيال القديمة لأن الأفراد الجدد يقتدون بالأفراد القدامى، فالقدوة الصالحة والنماذج السلوكية تظهر جليا من خلال المسجد، ومن ثم تضعف اتجاهات الصراع القيمي، في ظل القدوة ومبدأ الشورى والمناقشات الموضوعية في شتى شؤون الحياة بين الصغار والكبار⁽¹⁾.

ومن هنا يتضح لنا دور المساجد الفعّال في المجتمع من حيث نشر القيم الأخلاقية وبث الوعي الديني لدى أفراد المجتمع الواحد مما يعزز قوته ووحدته، لذلك تبقى مكانة المسجد مهمة وأساسية في تنوير الفكر الجمعي.

الفرع الثاني: الزوايا و الطرق الصوفية

لقد احتلت الطريقة في المجتمع الجزائري مكانة هامة لا يستهان بها إذ كان لها الدور الفاعل في معظم الأحداث، "وكان للفكر الصوفي الطرقي تأثيرا كبيرا على الحياة الاجتماعية والثقافية والدينية وحتى السياسية؛ فلقد بلغ عدد الطرق حوالي ثلاثين طريقة صوفية وهي لا تزال من أهم مراكز الطرق الصوفية في العالم وأكثرها انتشارا ونذكر منها الطريقة الرحمانية، الطريقة التيجانية، الطريقة القادرية، وكل طريقة تفرعت منها زوايا وانتشرت في المغرب العربي بعد أن تطورت في المشرق العربي تحت اسم رباطات ودخلت المغرب العربي بما فيه الجزائر في القرن الثامن الهجري والرابع عشر ميلادي بمفهوم الزوايا"⁽²⁾.

ومنها نعرف الزاوية: "إن الزاوية لا تستعمل بالمفهوم الديني وحده كما هو الشائع اليوم أو كما أصبح شائعا لدى بعض الطرق الصوفية بل الزاوية كانت مؤسسة كاملة فيها السكن والطعام والملجأ، والتعليم والعبادة، وكان بعضها يعتبر مدارس عليا لمواصلة التعليم الذي بدأه الفتيان في المكاتب أو المدارس القرآنية"⁽³⁾. حيث يذهب أبو قاسم سعد الله إلى أبعد من ذلك في تعريفه للزوايا عندما يقول أن: "الزوايا عبارة عن مؤسسات دينية ومراكز ثقافية ونواد اجتماعية وخلايا سياسية يتعلم الناس فيها مبادئ دينهم وتعاليم شريعتهم وفيها يتلقون مختلف العلوم والمعارف ويقيمون العلاقات الاجتماعية

² - سامية حمريش، المرجع السابق، ص57.

² - أنظر: طيب جاب الله، دور الطرق الصوفية والزوايا في المجتمع الجزائري، كلية علوم اجتماعية وإنسانية، جامعة البويرة، عدد14، 2013م ص 135.

³ - أبو القاسم سعد الله، تاريخ الجزائر الثقافي، (ط.6)، الجزائر: دار البصائر، 2009م)، مج5، ص110.

والعسكرية والسياسية" ⁽¹⁾. ومن هذا المنطلق فإن للزاوية حضورها الفعّال داخل الوسط الاجتماعي والديني، لذلك فهي: "مؤسسة اجتماعية تربوية ودينية وحتى عسكرية، حيث قيل عنها أنها أصغر من دولة وأكبر من حزب نقلا عن ما قاله الأستاذ رشيد بوسعادة أستاذ وباحث في علم اجتماع وهو ما ثبت لكل متتبع ومهتم بالطرق الصوفية عامة والزوايا خاصة" ⁽²⁾. ونجد من خلال هذا التعريف أن حدود الزاوية قد اتسع ليصل إلى الحدود العسكرية، حتى أصبحت الزاوية هي "مؤسسة لرؤساء الطرق الصوفية يجتمع فيها يريدوهم لذكر الأوراد كما كانت تتخذ مأوى لطلبة القرآن والعلم وبقية الزوار الذين يقصدونها للاستفتاء والصلح بين المتخاصمين، لقد أدت ولا زالت تؤدي دوراً دينياً إلى ذلك تمارس مهام اجتماعية وتربوية منذ نشأتها، فكانت ولا زالت تؤدي دوراً دينياً يدمج في مهامها الاجتماعي والتربوية فهي لا تزال مكان لعقد الصلح كون شيوخها محل اهتمام وتقدير واحترام من المجتمع" ⁽³⁾. بالإضافة إلى ما تقدمه من أدوار تربوية وعلى غرار ما قدمته هذه الزوايا وما تزال تقدمه للمجتمع الجزائري من مراكز تحفيظ القرآن وتعليم أصول الدين الإسلامي والعلم الشرعي ونشر الأخلاق والفضائل الإسلامية، وهي بذلك حصون العقيدة والإيمان وأماكن تخزن في صناديقها ورفوفها التراث الإسلامي بآدابه وسجايه الحميدة وملاحمه التاريخية والوطنية ⁽⁴⁾.

وفي هذا الصدد يقول الأستاذ الفاضل محمد صالح الصديق: "و مؤسسوا هذه الزوايا والمعلمون فيها أصحاب رسالة و ذوو وزن عند الله تعالى، وعند الناس، لأنهم صانعوا أجيال وبناءً مجداً، احتفظ التاريخ في صفحاته المضيئة المشرقة بأسمائهم لنذكرهم بالإعجاب والتقدير، ونترسم خطاهم ونحذو حذوهم" ⁽⁵⁾.

كما ساهمت وسائل الإعلام والاتصال في إعطاء دفعا للتدين ومؤسساته المختلفة سواء المؤسسات الدينية الرسمية أو الشعبية (المسجد - المدارس القرآنية- الزوايا...) وقد ساهمت هذه الوسائل المختلفة

¹ - العماري الطيب، الزوايا والطرق الصوفية بالجزائر التحول من الديني إلى الدنيوي ومن القدسي إلى سياسي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، عدد 15 جوان 2015م، الجزائر، جامعة بسكرة، ص128.

² - طيب جاب الله، مرجع سابق، ص135.

³ - المرجع نفسه، ص135.

⁴ - أنظر، صلاح مؤيد العقبي، الطرق الصوفية والزوايا بالجزائر تاريخها ونشأتها، (ط2 خاصة، دار البصائر، 2009 م)، ص203.

⁵ - محمد بومشرة، مقال علاقة شيوخ جمعية العلماء المسلمين الجزائريين بشيوخ الزوايا، ت2017/02/20م على الساعة التاسعة صباحا من موقع الشيخ عبد الحميد ابن باديس <http://binbadis.net>، بتاريخ 20/04/2017م على الساعة 21:55.

في التوعية الدينية لشباب هذه الأمة من خلال صفحاتها في الفيسبوك، حيث تزايدت أعداد المقبلين على التدين، وتعليمهم أصول الدين⁽¹⁾. كما ينحصر دور الزوايا في الحفاظ على ثوابت الأمة وهويتها وشخصيتها، ولا ينكر أحد أن الزوايا كان لها اليد الطولى و الأسبقية في الحفاظ على ما جاء به الفاتحون من خيرات الدين والدنيا للبلاد والعباد منذ أمد بعيد عن طريق التعليم الحر في المساجد والكتاب والزوايا.

الفرع الثالث: الجمعيات الدينية

في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، ولا سيما (تويتر) و(فيسبوك)، بين قطاع عريض من أفراد المجتمع، وعلى مساحة كبيرة تشغلها تقريباً كل الفئات، من مختلف الأعمار والشرائح الاجتماعية؛ بادرت الكثير من الجمعيات والمؤسسات الخيرية والإنسانية إلى الاستفادة من هذه المنصات الافتراضية للتواصل مع الفئات المستهدفة وإيصال رسائلها وأهدافها⁽²⁾، "وهناك عدد كبير من الجمعيات الخيرية التي تنتشر في جميع أنحاء العالم، وكثير ما يتم ذكرها في العديد من البرامج التلفازية و الإذاعية ومواقع التواصل الاجتماعي للإحسان ومن أسمائها يستدل على أنها قد أنشئت لفعل الخير للناس، فمن أهم مساعيها مساعدة المحتاجين ونشر الخير بينهم، وليمكن القائمون على هذه الجمعيات من تقديم أكبر قدر ممكن من المساعدة عليهم معرفة الأهداف الحقيقية لها، فبعض المسؤولين عنها يعتقدون بأن الغرض من إنشائها هو جمع المبالغ المالية فقط بدون مساعدة الآخرين"⁽³⁾. ولكن بعض الجمعيات تحاول استغلال هذه المظلة العنكبوتية كمصدر لتلقي التبرعات والهبات، وليس كوسيلة للتوعية وزيادة الوعي بقضية الإعاقة أو الحث على العمل التطوعي والتعاون والتكافل الاجتماعي يقول الدكتور عبد الله الرفاعي عميد كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: "إن وسائل التواصل الاجتماعي واقع موجود، ويجب على الجمعيات الاهتمام بهذه الوسائل؛ لأن أي جمعية إذا أرادت التواصل مع الجماهير؛ فإن الوسيلة الأنسب هي هذه المواقع"⁽⁴⁾.

¹ - أنظر، العماري الطيب، مرجع سابق، ص138.

² - أنظر: عبد الله الرفاعي، مقال الجمعيات الخيرية ومواقع التواصل الاجتماعي بين: الاستغلال و الاستفادة؟!، من موقع مجلة الخطوة <http://alkhatwa.sa> ، بتاريخ 2017/03/11، على الساعة 16:38.

³ - أريج الشيشاني، مقال أهداف الجمعية الخيرية، من موقع موضوع <http://mawdoo3.com> بتاريخ 2017/04/12م، على ساعة 20:43.

⁴ - عبد الله الرفاعي، المرجع السابق.

إن الاستفادة الحقيقية من هذه المواقع يتوقف في الأساس على مدى إدراك القائمين في الجمعيات لأهميتها كوسيلة للتوعية والتعريف بالجمعيات الخيرية من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وعليه يجب أن يتم ذلك بعد دراسة مستفيضة في محاولة لإثارة النقاش حول مستجدات التواصل بين الجمعيات والجمهور⁽¹⁾.

تعقيب:

- يجب أن نقرر حقيقة أنّ الجمهور الذي يعتمد بنسبة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتحديد الفئة العمرية من (18 - 30) سنة وهذه أكبر شريحة، ومن هذه الحقيقة نعرف أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتسويق المشاريع والخدمات، سواء في مجال العلاقات العامة أو غيره من المجالات تفرضه هذه الحقائق⁽²⁾.

- ويجب على الجمعيات الاهتمام بهذه المواقع "التواصل الاجتماعي" واستغلاله إيجابياً من أجل التواصل مع الجماهير، والسعي لتحقيق التوعية الدينية وهذا الجهد مطلوب ومحمود ومميز.

- كذلك يجب أن نشير إلى أنّ هذه الجمعيات قد تسهم في الرفع من مستوى الوعي بين الناس إزاء قضية معينة؛ ففي الكثير من الحالات تكون هذه الخطوة جزءاً لا يتجزأ من حل مشكلة أو قضية ما ، فعلى سبيل المثال إذا كان الهدف من الجمعية الخيرية هو حل مشكلة رمي الأطعمة الزائدة أو الملابس القديمة، فهنا قد تنشر الجمعية التوعية في المدارس والمؤسسات الحكومية عن إمكانية التبرع بهذه الأشياء حتى يستفيد منها أشخاص آخرون⁽³⁾.

- "إن الدراسات أثبتت أن تعامل وتجاوب الجمهور مع الجمعيات الخيرية عن طريق التواصل الاجتماعي أكبر من وسائل الإعلام التقليدية؛ لذلك نؤكد على هذا الجهد وندعمه"⁽⁴⁾.

- إن الأصل في وسائل التواصل الاجتماعي أنها سند مهم للجمعيات الخيرية إذا ما استخدمتها بوعي ومعرفة، أما إذا حدث العكس فهنا ستكون الإشكالات السلبية مطروحة بشكل ملفت

¹ - بتصرف، عبد الله الرفاعي، المرجع السابق، بتاريخ 2017/03/11، على الساعة 16:38.

² - أنظر، عبد الله الرفاعي، مرجع نفسه.

³ - أنظر: أريج الشيشاني، مرجع السابق.

⁴ - عبد الله الرفاعي، مرجع سابق.

للافتباه⁽¹⁾، حيث نرى أن طبيعة العمل الخيري بالاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن بقية الأعمال الخيرية الأخرى، فما دام الاستخدام بوجود معرفة ووعي وإدراك ومهارة ومتابعة دقيقة فتكون الجوانب الإيجابية أكثر من السلبية.

المطلب الرابع: وسائل الإعلام

يتعامل الإنسان في حياته المعاصرة مع وسائل إعلام متعددة، فلا يكاد يمر يوم دون أن يكون على مقربة من مذياع في بيته أو في سيارته أو في الشارع، ولا يكاد يمر يوم دون أن يشاهد إعلاناً عن فيلم أو حصة ثقافية أو دينية أو برنامج في التلفاز، كما يستمع إلى التعليقات و مكبرات الصوت، وتجذبه القنوات الفضائية بتنوع برامجها وتعدد أساليب تشويقها، وكذلك ما تقدمه الانترنت من توعية دينية للشباب والمجتمع. "وما تعززه من اتجاهات في عقول البشر ويعتمد نجاح الإعلام على قدرة وسائله في استغلال عواطف الإنسان وانفعالاته".⁽²⁾ لذا فإن وسائل الإعلام الالكترونية والسمعية والبصرية تتلقى كما ضخما من المعلومات تتضمن أحداث ومواقف وقناعات معينة. لذا فيمكننا أن نعرف الإذاعة:

الفرع الأول: تعريف الإذاعة

أ **الإذاعة لغة**: "اشتقت كلمة الإذاعة من أذاع الخبر أي نشره، والشيء المذاع هو انتشر وفشي بين الناس"⁽³⁾، "والأصل في المعاجم العربية تعني كلمة مذياع أنه الرجل الذي أفشى سرا"⁽⁴⁾، فالمعنى اللغوي للإذاعة هو الإشاعة، أذاع الخبر أفشاه ونشره، والإذاعة هي نقل الكلام والموسيقى وغيرها عن طريق الجهاز اللاسلكي، يقال أنّ المذياع هو الذي لا يكتم السر، أو لا يستطيع كتمه والمذيع من يتولى النشر في الإذاعة"⁽⁵⁾.

ب **اصطلاحاً**: "هي الرسالة الصوتية المسموعة تعني بال بث الإذاعي أو الإرسال في جميع الاتجاهات

¹ - بتصرف، عبد الله الرفاعي، المرجع نفسه.

² - أحمد براقوي، الدولة الوطنية وتحديات العولمة في الوطن العربي، (مكتبة مدبولي، القاهرة، 2004م)، ص 201.

³ - ابن منظور، المرجع السابق، ص 150.

⁴ - كرم شليبي، معجم المصطلحات الإعلامية، انجليزي عربي، (ط2، بيروت: دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع، 1994م)، مج 1، ص 54.

⁵ - معجم اللغة العربية، معجم الوسيط، (ط.3، القاهرة: دار الفكر، 1985م)، مج 1، ص 33.

وهي الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج، حيث يتم التقاطها في وقت واحد من المستمعين في شتى أنحاء العالم باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة⁽¹⁾.

ومنه يمكننا القول أنّ الإذاعة هي إما وسيلة للاتصالات المباشرة ما بين أقوام وفئات وشعوب - أو ترويج للسلع التي يريدون نشرها وإذاعتها، بأسلوب يتراءى مع قيمة هذه السلعة - أو دار للثقافة الاجتماعية والدينية والأخلاقية أو دار لتلاحم السلوكيات والمعتقدات وعادات الشعوب والبشر بصفة عامة على مختلف أنواعهم أو دار للفن، حيث إن الفن بصفة عامة واجهة وحضارة أية أمة من الأمم وعلى مدى تقدير الأمة للفنون يكون رفعة هذه الأمة حضارياً و تقديمها إنسانياً، حيث إن حضارات الأمم تقاس بمدى تقديرها للفنون والآداب وتشجيع هذه القيم وإنمائها وإثرائها وإقامة الحلقات والنوادي والمهرجانات من أجل تعميق هذه الفنون الراقية في أذهان وقلوب المجتمع⁽²⁾.

● دور الإذاعة في توعية الشباب:

تعتبر الإذاعة من أهم وسائل الإعلام الجماعي تلاحق الإنسان أينما كان، فهي بالغة الأثر بالنسبة لذوي الثقافة المحدودة من الأميين والنساء والأطفال والشباب، ومن هنا تتضح أهمية البرامج التي تقدمها والقيم التي تروجها، لذلك يمكن اعتبارها سجلاً نابضاً بالحياة وانعكاس لثقافة المجتمع الذي تنشط فيه⁽³⁾، حيث تلعب الإذاعة دوراً مهماً وأساسياً في صقل شخصية الفرد على مختلف الأصعدة الروحية والفكرية والاجتماعية والسياسية والصحية بما تحمله تلك الإذاعات من أفكار واعية وهادفة مبنية على أسس متينة منتقاة من متن الدين وحيويته، ومن القيم أخلاقية و المبادئ الإنسانية التي عززت من ثقة الفرد بنفسه⁽⁴⁾.

¹ - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1979م)، ص256.

² - أنظر: محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، (ط.1، عمان: دار المسيرة، 2012م)، ص31.

³ - أنظر: نسيم أحمد البطريق وعادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة و التلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام 2005م، ص27.

⁴ - أنظر: مليكة زيد، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة في البيت، شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، تخصص دعوة و إعلام واتصال، جامعة الشهيد حمّو لخضر، الوادي، ص42-43.

- كما تكتسب الإذاعة القدرة على الوصول إلى مختلف الجماعات والمناطق و الأفراد، فهي تلغي الحدود الجغرافية المكانية و الزمانية⁽¹⁾.

- كذلك تعمل على تثقيف الجمهور لما لها من القدرة على التأثير في حياة الناس وطرق معيشتهم، فهي انعكاس لثقافة الأمة وتطوير لإطارها الثقافي والاجتماعي والديني وما تنبض به من قيم العادات والتقاليد، حيث تقوم ببث الأفكار والقيم والمعلومات التي تحافظ على ثقافة المجتمع وتساعد على تنشئة الأفراد وتوعيتهم⁽²⁾.

- تعمل على توعية الشباب باستعمال برامج متنوعة ومعالجة قضايا في الدين. تعتبر الإذاعة وسيلة لتطوير الإنسان كي يكون ملتزماً بالتعاليم الدينية⁽³⁾.
- إن الإذاعة تعطي ميزة القدرة على احتواء المستمع بشكل عميق وتشجيعه على التخيل والتعبير عن رأيه وإخراج مكبوتاته بطلاقة وحرية كاملة، إذا أضحت الإذاعة منبراً حراً لإبداء الآراء ومناقشتها بحيادية تامة⁽⁴⁾.

الفرع الثاني: التلفزيون

لغوياً: مكون من مقطعين:

- Te' le: معناه عن بعد

- Vision: معناه الرؤية ؛أي الرؤية عن بعد.

علمياً: " هو إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الاصطناعية"⁽⁵⁾.

¹ - بتصرف: عاطف عدلي العبد، الاتصال و الرأي العام، أسس النظرية والإسهامات العربية، (القاهرة: دار الهاني للطباعة، 1989م)، ص 165-166.

² - أنظر: فوزية فهم، الفن الإذاعي، (بيروت: المركز العربي للثقافة والعلوم، السلسلة الثقافية)، ص 51.

³ - أنظر: محمد صاحب سلطان، المرجع سابق، ص 230.

⁴ - بتصرف: محمد حسن العامري، الإعلان في القنوات الإذاعية والتلفزيون الفضائية، (ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، 2015م)، ص 84.

⁵ - المرجع نفسه، ص 31.

اصطلاحاً: "التلفزيون مؤسسة اجتماعية مكونة من مجموعة المصالح الإدارية والتقنية التي تضمن بث الحصة والبرامج الإعلامية المصورة بواسطة الكهرباء وعن بعد وبطريقة استعمال التقنيات الحديثة"⁽¹⁾.

كذلك هناك من عرفه بقوله: "هو إحدى الوسائل السمعية والبصرية يجمع بين الصوت والصورة، ويعرفه أحمد عود بأنه من أخطر إنجازات العصر جمع حوله معظم البيوت وذلك بنقله للمعلومات المتعددة والمتنوعة عبر الشاشة الصغيرة وقد قطع مسافات ووفر الوقت في نشر الثقافة فاستجاب بالتالي لروح العصر والتي تتميز بالسرعة في كل إيقاعاتها"⁽²⁾.

كتعريف إجرائي للتلفزيون يمكن القول بأنه هو وسيلة اتصال سمعية وبصرية، تقوم على نشر وتقديم الأخبار والمعلومات والحقائق والموضوعات المتنوعة؛ ثقافية واجتماعية ودينية وإعلانية وسياسية، عبر قنوات فضائية متنوعة، خاصة منها القنوات الدينية، هذه الأخيرة التي باتت تلعب دوراً مهماً في الوسط الشباني خاصة، فالقنوات الدينية هي "قنوات ملتزمة بنهج عقائدي متبنى العقيدة أو المذهب أو الخط الأيديولوجي، ولا تنظر إلى المسائل إلا من منظار ما تدعو إليه"⁽³⁾.

والقنوات الفضائية: "هي أحد أشكال المنصات الإعلامية التي ظهرت خلال الفترة الأخيرة من القرن الماضي، والهدف منها تقديم محتوى ذي طبيعة إعلامية متنوعة، ويُعرف هذا المصطلح أيضاً باسم المحطات التلفزيونية، ولقد سُميت بهذا الاسم؛ لأنها ترتبط بشكل مباشر مع الأقمار الفضائية، ومنها تصل إلى مختلف أجزاء العالم وفق منطقة البث الذي يغطيه القمر الصناعي الفضائي.

تعمل هذه القنوات بواسطة مجموعة من المختصين وذوي الخبرة في هذا المجال، من مخرجين، ومصوّرين، وفنيي صوت، وصحفيين، وإعلاميين، ومنتجين، ومنسّقين، وتتصف هذه القنوات بسمّة الشموليّة، أي تقديم محتوى إعلاميٍّ بجوانبه المختلفة التي يمكن من خلالها جذب أكبر عدد من المشاهدين، أو تتسم بصفة التخصيص، أي تتناول جانب واحد من القطاعات الإعلام،

¹ - مراد زعيمي، المرجع السابق، ص 170.

² - إبراهيم عباس، التلفزيون الجزائري والمجتمع، (الجزائر، معهد علم الاجتماع، د:ت)، ص 14.

³ - عيساني درحيمة الطيب، اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعية ضد التطرف والتعصب، دراسة ميدانية في جامعات الجزائر 2008، أعمال مؤتمر الإرهاب بين تطرف الفكر وفكر التطرف، جامعة الإسلامية، المدينة المنورة، 27.30 مارس 2010، المحور الرابع القسم الأول، ص 16.

مثل: السياسة، والاقتصاد، والرياضة، والسينما، والترفيه، والثقافة والفن، والمنوعات والشؤون المحلية والإقليمية والدولية، ويسعى جميع القائمين على أي قناة فضائية مواكبة جميع الأحداث التي يمكن من خلالها إنجاح، وتطوير القناة⁽¹⁾.

• دور التلفزيون في توعية الشباب:

- يلعب التلفزيون دورا هاما في عملية التطبيع الديني، فمما لا شك فيه أن التلفزيون ينقل أنماط السلوك المقبولة والقيم الأصيلة، ثم تنمية اتجاهات دينية مرغوب فيها، تتوافق مع القيم المقبولة في المجتمع⁽²⁾.
- يلعب التلفزيون دورا في توعية المجتمع من خلال برامج ثقافية أو دينية أو اجتماعية أو سياسية.
- تعمل على استخدام فيلم أو مسلسل ديني يحمل الكثير من العبر، والحكمة منه توعية الشباب من الآفات الاجتماعية.
- "يلم شمل العائلة وجميع أفراد الأسرة، وما يعرضه من برامج تزيد من التواصل الاجتماعي وتقوي لغة الحوار بين الأسرة أثناء مناقشتهم للبرامج التلفزيونية"⁽³⁾.
- تعمل على تربية الشباب للمبادئ الإسلامية، مثل بث مسابقات تحفيظ القرآن والأحاديث النبوية.
- تعمل على تنمية الجانب الخلقى والاجتماعي وروح التعاون والعمل الجماعي، وبث الروح الإنسانية وذلك من خلال ما تقدمه من برامج تحث على ذلك⁽⁴⁾.
- تعليم القيم والأخلاق الحميدة.
- اكتشاف المعلومات العامة والعلمية واكتساب المهارات.

¹ - إسحاق العقلية، مفهوم القنوات الفضائية، أخر تحديث 05:14 بتاريخ 18 أوت 2012م، من موقع الموضوع <http://mawdoo3.com> بتاريخ 2017/04/19م، على ساعة 18:12.

² - أنظر: عبد الجواد نور الدين محمد، الإعلام والرسالة التربوية.. ماذا يريد التربويون من الإعلاميين؟. (الإسكندرية: المكتب العلمي للكمبيوتر، 1999م)، ص 57.

³ - خيرى خليل الجميلي، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، (الإسكندرية: مكتب العلمي للكمبيوتر 1999م)، ص 57.

⁴ - أنظر: سارة عازب الشيخ، دور البرامج التلفزيونية في نقد الواقع الاجتماعي، شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، دعوة وإعلام واتصال، جامعة الوادي، 2014م، ص 33.

"فالتلفزيون كما يصفه البعض أن له الغلبة على جميع الوسائل وهو باب سحري إلى عالم الخيال والروعة والإثارة، إنه دعوة كلها إغراء للاسترخاء النفسي وطرح مشاكل الحياة ومتاعبها حيث يشعر الإنسان في متعة جميلة مع الشخصيات القصة التي تجري حوادثها على الشاشة"⁽¹⁾.

الفرع الثالث: الإنترنت

تعد الإنترنت إحدى أهم إنجازات تكنولوجيا شبكات الكمبيوتر في عالمنا المعاصر، بل ربما هي أكثرها قوة بات بإمكان أي شخص استخدام الإنترنت التي لا تحتاج إلى شفرات أو أجهزة كمبيوتر خاصة، إضافة إلى إمكانيةولوج إليها من أي مكان في العالم الذي وصلت الإنترنت إلى الأقطاب كلها. من هنا نعرف الإنترنت: "إنها تشير إلى نظام معلومات عالمي متصل مع بعضه بمجال عنوان قائم على بروتوكول IP أو التطورات لملاحقه له وإن هذه الشبكة تمتلك القدرة على تقديم المعلومات وسهولة للاستخدام والدخول إلى خدماتها المعتمدة على الاتصالات وبنيتها الأساسية"⁽²⁾.

تعتبر الإنترنت طريق لمستخدم الفيسبوك حيث أضحت أحد ضرورات الحياة اليومية لكثير من الناس حتى يكونوا اجتماعيين. ولذلك تفرض عليه الحياة أن يشارك الآخرين في الأفكار والأخبار وتبادل الصور والملفات، ومع التطور التي تشهده الإنترنت فقد ظهر ما تلي تلك الحاجة للمشاركة بما يسمي

ب: (المواقع الاجتماعية)، وهي بكل بساطة مواقع تقدم خدمات: كالمحادثة الفورية، والبريد

الإلكتروني، و الرسائل الخاصة، التدوين، والفيديو، ومشاركة الملفات وغير ذلك من خدمات⁽³⁾.

ومن الأمثلة على ذلك المواقع المشهورة: تويتر، فيسبوك، ماي سبيس و فليكر و يوتيوب ... وغيرها.

أما في عالمنا العربي، فأشهر بالتأكيد هو موقع فيسبوك وهو موضوع دراستنا التي سنتطرق إليه في

الفصل الثالث.

المبحث الثالث: أثر التوعية الدينية على الفرد والأسرة والمجتمع

¹ - محمد حسن العامري، مرجع سابق، ص112.

² - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، (ط1)، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008م)، ص60.

³ - أنظر: عبد الحميد شمس الدين، كيف استخدام الفيسبوك، آخر تحديث 2016/2/16 على الساعة 10:39، من موقع الموضوع، <http://mawdoo3.com> بتاريخ 2017/4/20م على ساعة 20:15.

تعد التوعية الدينية العامل الرئيسي في حياة الفرد والأسرة والمجتمع، حيث تأثير عليهم من خلال الفيسبوك وتوعيتهم من سوء استخدام الفيسبوك، كما يعمل الفرد نشر أموراً دينية على صفحته لتوعية المجتمع والأسرة، وفي هذا المبحث سنتطرق إلى أثر التوعية الدينية على الفرد ثم الأسرة وتليها في الأخير على المجتمع.

المطلب الأول: أثر التوعية الدينية على الفرد

الفرد مرتبط بواقعه المادي الملموس، وفي الوقت نفسه فإنه يولي اهتماماً خاصاً لعالم الصور في علاقاته بهذا العالم الملموس، لأن طغيان الجانب العاطفي على شخصيته يجعله في هذه المرحلة منفتحاً على الرموز وعلى كل ما يثير الخيال. لذلك تبقى لغة وسائل مواقع التواصل الاجتماعي هي انسب اللغات لسلوكياته، فهي تزوده بالمعلومات عن عوالم شتى بشكل محبب، وتجعله على اتصال تام بالعالم، تغني خيالاته و تثير فكره أيضاً⁽¹⁾. ويظل الفيسبوك يعالج موضوعاً مهماً يتناوله جميع أفراد المجتمع، وتعلق به كثير من الظواهر والسلوكيات، كما يعمل على استثمار وتنمية رسالة الإسلام الخالدة رسالة عالمية و يتطلب استخدام الأمثلة المتاحة لإبلاغ هذا الدين ونشر الاعتدال والوسطية. حيث يعد الفيسبوك الوسيلة الأكثر انتشار وتأثيراً في هذا الوقت، مما أدى إلى اهتمام علماء الشريعة الإسلامية والمربين والمختصين في علم الاجتماع، للالتفات بجديّة أكبر في البحث عن سبل لتوعية الفرد المسلم بأهمية الالتزام بأداب الإسلام وأحكامه في استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص، واستثمارها في خدمة الدين والمجتمع الإسلامي⁽²⁾. «وعد رئيس مجلس الشورى بالسعودية الدكتور عبد الله بن محمد بن إبراهيم آل الشيخ بمبادرة جائزة نايف بن عبد العزيز العالمية للسنة النبوية والدراسات الإسلامية المعاصرة بتنظيم مؤتمر " ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام "، يأتي استشعاراً منها بأهمية وجود إطار يحكم هذا الفضاء الجديد في عالم التواصل داخل المجتمعات وبين الشعوب، بعدما شاع بين كثير من مستخدمي هذه الوسائل المختلفة أنواعها العديد من السلبيات

¹ - أنظر: الزبير مهداد، مقال التأثير السلبي للإعلام الجديد في الجانب الديني للشباب، قسم الدين وقضايا المجتمع الراهنة، من موقع مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث www.mominoun.com، بتاريخ 2017/30/18م، على الساعة 23:56.

² - أنظر: علماء يحدرون من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد ومعتقداتهم، صحيفة يومية تصدر عن مؤسسة المدينة للصحافة و النشر، موقع المدينة، قمنا بزيارة الموقع <http://www.al-madina.com>، بتاريخ 2017/3/15م، على الساعة 21:39.

التي تتطلب وضع ضوابط محددة فيما يخص الجانب الشرعي لكبح ما قد يطلق عليه "انفلات" لدى بعض المستخدمين لهذه الوسائل»⁽¹⁾، وأن التطور التقني الهائل صار يشهده العالم حالياً يترتب عليه آثار إيجابية وسلبية تؤثر على حياة الفرد وعلى عقيدته وثوابته الدينية، وقال الدكتور عبد الله بن محمد بن إبراهيم آل الشيخ : إن الثورة التقنية المتطورة التي يشهدها العالم لم تعد تقتصر على تطور الوسائل الإعلام التقليدية، بل انتقلت إلى وسائل أخرى أكثر تطوراً وسهولة وانتشاراً في التواصل بين البشر، وهو ما يطلق عليها اليوم وسائل التواصل الاجتماعي والتي يمتد التعامل معها عبر أجهزة صغيرة الحجم، وسهلت التواصل وتناقل الأخبار والمعلومات، وليس هذا فحسب بل نشر الشائعات، والأخبار الكاذبة، والإساءة إلى الدين الإسلامي ورموزه، ونقل الثقافات وإسقاطها على المجتمعات الأخرى؛ وقال كذلك: "إن الإحصاءات والدراسات تشير إلى انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير وسط أفراد المجتمعات الإسلامية في مختلف دول العالم، وبخاصة دول العالمين العربي والإسلامي". وإن أحوج ما يكون إلى نشر الوعي عن طريق العناية باستطلاع الواقع وتشخيصه، ليتمكن من إعداد البرامج والتدابير الوقائية والعلاجية لما قد يترتب على تلك الأحداث . إن شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها أكثر الوسائل انتشاراً وتأثيراً في الواقع المعاصر، فشبكات التواصل أصبحت من نوافذ التأثير والتلقي، بل وتشكيل الرأي نحو كثير من القضايا، فأضحت بين نافع وضار، وبين غلو وجفاء، وبين اجتماع وفرقة ، وقال بن حميد : " إن الواقع بمتغيراته وأحداثه لا يمكن أن ينفك عن قواعد الشريعة وضوابطها الحاكمة لتعاملات الناس، للارتقاء بواقعهم وبناء الوعي فيهم، الذي يتحقق منه بناء الشخصية المسلمة التي تدرك الواجب الشرعي في التعامل مع تلك المتغيرات، فتصبح ذات توازن في بناء فكرها وسلوكها، وتعكس أدبيات الشريعة في كل ما تتعامل معه تلك الشخصية الناضجة في تصورها، والسامية في غاياتها، والمتنوعة في وسائلها"⁽²⁾.

ومن هنا نستطيع القول بأن أثر التوعية الدينية على الفرد من خلال شبكات التواصل الاجتماعي واضح وجلي من خلال تغيير سلوكها ته نحو الأفضل، وكذلك حمايته من أخطار مواقع التطرف والغزو الغربي الهدام.

¹ - علماء يحذرون من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد ومعتقداتهم، المرجع نفسه، بتاريخ 2017/03/18، على الساعة 14:55.

² - علماء يحذرون من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد ومعتقداتهم، المرجع نفسه، بتاريخ 2017/03/19، على الساعة 15:55.

المطلب الثاني: أثر التوعية الدينية على الأسرة

الأسرة هي عماد التربية المستمرة الدائمة، وصاحبة الدور الكبير في بناء الصرح الإنساني الذي يحقق تقدم الأمة ورفاهيتها ونهضتها. كما أن الأسرة المسلمة عناية كبيرة بالتوعية الدينية التي تحارب العنف والقسوة، وإدراك أنها لا تستطيع الاستغناء عن التربية الخلقية، وسراجها المنير، وصراتها المستقيم، فهي ركن رشيد للإصلاح، وسند متين في إزالة الخلل وكل شك وحيرة، إنها من أهم واجباتها وحسبها أنها تجعل حياة الأبناء حافلة بالهدى والصلاح، وزيادة لفضائل التقوى والاستقامة، مشرقة بالعفة والنبيل والإخلاص⁽¹⁾. أما في عصرنا الحالي فأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تفرض نفسها في كل بيت بين يدي مختلف طبقات المجتمع حتى تجاوزت كل الحدود، واخترقت كل القيود في العالم إذ انتشرت فيه العولمة دون استئذان حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة وسائل التلقي والتلقيين و الثقافة وتوجيه أبنائنا وشبابنا، رغم ما تحويه من بعض المواقع المشرقة والنافعة الموفقة، إلا أن مواطن السوء والضرر التي تفتك بالجيل و تهدر طاقات الأمة، وتضيع صحتها و أوقاتها في ما لا ينفع وإتباع الأفكار الهدامة المنحرفة والثقافات الضالة الجارفة التي أخذت أبنائنا و بناتنا إلى التهلكة و ضياع مستقبلهم⁽²⁾، مما يستلزم عن ذلك من انحلال أخلاقي وتشويه للفطرة الإنسانية، وخدش للحياء المرأة وغيره الرجل، الأمر الذي ترك أثارا سلبية في الأسرة والشباب، والذي سيتسبب بمشاكل عائلية ويؤدي فيما بعد إلى تفكك الأسر وتدميرها، أو عدم نشأتها جملة وتفصيلاً، مما أدى إلى عزوف عن الزواج ودخول في المعاصي والتشهير ونشر الشائعات واختلاق الأكاذيب ... غيرها من الأعمال المسيئة بالأخلاق الإنسانية والآداب الإسلامية⁽³⁾.

ويستوجب على الأمة توعية الأسرة بأهمية التربية الدينية للأبناء وأهمية غرس الوازع الديني فيهم عن طريق إقامة المحاضرات وكذلك النوعيات الخارجية للأسرة، فالتربية الدينية ترسخ في الإنسان مبادئه الأخلاقية، وعقائده الإسلامية، وتوجيهه الأخلاقي، حتى يصاب من كل انحراف، أو زيغ عقائدي أو

¹ - انظر: حامد محمد شعبان، مقال التوعية الدينية... ودور الأسرة، من موقع بواب

الأهرام، <http://www.ahram.org.eg> بتاريخ 2017/03/21م على الساعة 20:39

² - أنظر: علماء حذرون من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الأفراد ومعتقداتهم، مجلة المدينة بتاريخ 2017/03/21م، على الساعة 21:33، مرجع سابق.

³ - بتصرف: علماء حذرون من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الأفراد ومعتقداتهم، مرجع نفس 2017/03/21م بتاريخ 22:30.

ديني، كذلك العمل على تفعيل دور الأسرة في رقابة الأبناء أثناء دخولهم للمواقع التواصل الاجتماعي وتوجيههم التوجه الصحيح أثناء استهلاك واستقبال ما تنتجه هذه الوسائل، وإن كان هناك فئة تحسن استعمال هذه الوسائل في ما ينفع إلا أنه لا يعني التغافل وترك المسؤولية في ذلك بل يجب أن يكون الأولياء على درجة عالية من اليقظة و الوعي في مراقبة المواقع التي يتداولها أبنائهم.

ومما ينبغي الإشارة إليه كذلك أن من أخطر الأمور على الأسرة هو إدمان الزوجين على الانترنت، وافتتاحهما بمواقع الرذيلة فهذا الأمر لا يضرب الثقة الزوجية بينهما فحسب، وإنما يغير طبيعة التفكير والإحساس، ويجعل الرغبة الطبيعية توجد في ظروف خاصة، ولا يصبح للمؤثرات العادية بين الزوجين أي قوة تذكر⁽¹⁾.

ومن هنا وجب على الأسرة المسلمة توعية أبنائها بالطرق المناسبة لذلك. و أن تهتم في تربيتها بالأسس السامية المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله الكريم التي تأمر بالمعروف وتنهى عن المنكر مصداقا

قَالَ تَعَالَى: ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ﴾ آل عمران: ١١٠

وفي ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وغزوها للمجتمع ينبغي تغيير أسلوب التربية الذي يحتاج إلى إعادة النظر من أولياء الأمور، لأن البعض أصبح يوكل تربية الأبناء إلى الغير مما يسهل انحراف الأبناء بسبب افتقارهم للقدوة، لذا وجب على الأسرة أن تقوم بتنويع أساليبها التربوية وأن تأخذ الأبناء بالحوار الهادف وتعطي مساحة من التفاهم الفعال بين الآباء والأبناء، والتخلي عن الأساليب التقليدية الاستبدادية اتجاه الأبناء والعمل على التعامل معهم بطرق أكثر تناسبا مع المستجدات الحضارية الحديثة⁽²⁾.

¹ - بتصرف: ملخص التأثير لوسائل التواصل الاجتماعي (الواتس آب و الفيس بوك) على الشباب دراسة بحثية مطبقة في سلطنة عمان/ محور الإعلام ما له وما علي، موقع شبكة الألوكة، بتاريخ 2017/30/21م، على ساعة 00:00. الموقع <http://www.alukah.net> .

² - أنظر: مزنة مبارك الجريد، مقال توعية الأسرة لتحقيق الحصانة الفكرية للأبناء، الرياض، قمنا بزيارة هذا الموقع بتاريخ 2017/03/21م، على الساعة 13:02. <http://www.alriyadh.com>

المطلب الثالث: أثر التوعية الدينية على المجتمع

لم تعد صفحات التواصل الاجتماعي الفيسبوك وقفا على التعارف وإنشاء صداقات جديدة وتبادل الأخبار والمعلومات بين الشباب، بل ظهرت صفحات متخصصة بمبادرات شبابية وفردية تلبي احتياجات الملايين من رواد تلك الصفحات، ومن بين هذه الأخيرة ظهرت صفحات دينية على الفيسبوك لتبشير بمنابر جديدة لنشر الثقافة والفكر الديني بين مختلف شرائح المجتمع. إذا أن الفيسبوك جعل العالم قرية صغيرة، وأتاح فرص التواصل والتفاعل بين الناس واختصر المسافات بينهم، ولقد حل مكان وسائل الإعلام ومنابر الخطابات والإعلانات التلفزيونية؛ ذلك أن "القائمين على صفحات الفيسبوك يستخدمون أساليب تتواءم مع الحالة الراهنة بأسلوب سهل مبسط لا يغرق في المصطلحات المعقدة التي لا تتوافق مع القدرات العقلية والثقافية للجماهير المتعاملين مع شبكات التواصل الاجتماعي؛ والذين يهتمهم بالدرجة الأولى الاطلاع على ما يريدون من تعريف بالإسلام، أو عرض لحقائقه أو الوقوف على الفتاوى، وأن يتم ذلك بأيسر الطرق وأقل مجهود وهذا ما يراعيه القائمون على الصفحات التواصل الاجتماعي" ⁽¹⁾، شأهم في ذلك تطبيق قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: «حدثوا الناس بما يعرفون أتحبون أن يكذب الله ورسوله» ⁽²⁾. [رواه البخاري]

إن الإقبال الكبير من قبل الأفراد والمجتمعات على استعمال شبكات التواصل الاجتماعي، أتاح استثمارها بشكل أكبر وأوسع من مجرد تناقل المعلومات والأفكار، فتم استخدامها في مجالات كثيرة مختلفة، ومن مزاياها إمكانية الدعوة للإسلام على نطاق واسع، وبيان محاسن الشريعة، ونشر السنة، والوسطية عبر العالم، والتحذير من البدع، ومواجهة فكر التطرف الذي شوّه الإسلام، ونشر الأخلاق الكريمة، ومبادئ العدالة والإحسان بين الناس، ومحاربة الاعتداء والظلم والتعدي على الناس.

"يمضي الفيسبوك يوما بعد يوم بمسيرة إصلاح ديني و اجتماعي وسياسي و ثقافي، فبعد أن كانت للمواقع صبغة الترفيه والتسلية بامتياز، استطاع رواده إسقاط هذا المفهوم وما لحق به من حكم جيل لم يواكبه يوما؛ حيث كثرت في الآونة الأخيرة الشعارات الإصلاحية على صفحات الشباب والتي تطل

¹ - مروة بشير: فتنة الفيس بوك، (مقال) مجلة الأهرام، ع46183 ت: 17 ماي 2013م، قمنا بزيارة موقع الأهرام

<http://www.ahram.org.eg> . 00:00 م على ساعة 2017/03/30

² - صحيح البخاري، كتاب العلم، تحق: محمد زهير بن ناصر الناصر، باب من خص بالعلم قوما دون قوم كراهية ألتفهمو. رقم الحديث 127. (ط. 1، د: طوق النجاة، 1422 هـ، ج: 1)، ص 37.

مختلف المجالات، من البيئة والتوعية الدينية للمجتمع مروراً بالصحة وفرص العمل وصولاً إلى الأنظمة السياسية⁽¹⁾.

ورغم ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي من خدمة جليلة في بث الوعي الديني وسط المجتمع، إلا أنها تبقى منبراً مفتوحاً للجميع بدون رقيب أو ضوابط، وليس هناك أي معايير للكلام أو الكتابة، فيمكن استهداف أي شريحة من الناس في عقائدهم وقناعاتهم، وعرض المواد الإباحية والصور الفاضحة، ولا يخفى العدد الهائل لهذه الشبكات التي تستهدف مختلف شرائح المجتمع على اختلاف العمر والجنس والحاجة، وما يستلزم ذلك من انحلال أخلاقي وتشويه للفترة الإنسانية، أن من أشد المخاطر فتكاً بالأمة تلك الإشاعات والأباطيل والفواحش التي تنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي وقد حذر الله تعالى من ذلك

قَالَ تَعَالَى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾ ﴿١٩﴾ **النور: ١٩**

فمن شأن هذه الأفاعيل نشر الكذب والافتراء والصور الملفقة والأخبار الكاذبة، دون أدنى مراعاة لمصالح الأمة وأمن الوطن وخصوصية المواطن، إذ أنها تنخر عضد الأمة، وتخرق حرمت الناس وخصوصياتهم، الأمر الذي يستدعي أولي الهمم وأرباب العزائم أن ينهضوا لبيان مخاطر هذه الشبكات وأضرارها والتحذير من عواقبها وآثارها، «ذلك أن شبكات التواصل الاجتماعي باتت تكسب أهمية بالغة في الأوضاع الراهنة لكونها سلاح ذو حدين، تنحصر صحته وسقمه على استخدامه الصحيح والسقيم، مبيناً أن الأمة الإسلامية تواجه عدة مخاطر تقود إليها الاستخدامات الخاطئة لوسائل التواصل الاجتماعي من دون وجود ضوابط تحدد الاستخدام الأمثل لها بما يعود بالخير والصالح على الفرد والأمة والإنسانية جمعاء⁽²⁾.

ومن هنا تبقى مواقع التواصل الاجتماعي همزة وصل بين القائمين عليها والمرتدين إليها في تنويرهم وكشف الحجب عن عديد القضايا الحساسة خصوصاً ما يتعلق بمواضيع الدين والشرعية، شرط أن

¹ - وائل مبارك خضر فضل الله: ملخص اثر موقع الفيسبوك علي المجتمع، ط1 منقحة، مدونة شمس النهضة، 2010م

² - أنظر: الزبير مهرداد، التأثير السلبي للإعلام الجديد في الجانب الديني للشباب 14 مارس 2017م، قمنا بزيارة الموقع مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث <http://www.mominoun.com> بتاريخ 2017/4/19م، على الساعة 20:39

يحسن المبحر في هذه المواقع استخدامها وأن يتثبت من مصداقية ما تنشره تلك المواقع من فتاوى ومواعظ دينية، مصداقا قال تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رِجَالًا نُوحِيَ إِلَيْهِمْ فَسَئَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾ النحل: ٤٣

خلاصة:

ومن خلال ما سبق نجد أن لمواقع التواصل الاجتماعي الأثر البالغ في نشر التوعية الدينية على الفرد و الأسرة ومن ثم المجتمع؛ فقد ساهمت تلك المواقع في صقل شخصية الفرد وتحصينه من الانحرافات والجرائم، الأمر الذي أدى إلى حصانة الأسرة وتوعيتها هي الأخرى بضرورة القيام بواجباتها على أكمل وجه باعتبارها النواة الأولى للمجتمع، فبتوعية الأسرة و انفتاحها على متغيرات العصر ومواكبتها للزخم الإعلامي المتطور البناء؛ نكون قد أعددنا مجتمعاً راقياً محصناً دينياً و أخلاقياً من كل روافد الإعلام الهدام ومواقع السوء التي لا تنفك تبث سمومها هنا وهناك قصد تدمير المجتمعات والأمم و خاصة الأمة الإسلامية.

الفصل الثالث

الفصل الثالث : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي .

المبحث الأول : ماهية التواصل
الاجتماعي .

المبحث الثاني : نشأة و تعريف
الفيسبوك و سماته

تمهيد:

عرفت البشرية في سنواتها الأخيرة نوعاً جديداً من التواصل فيما بينهم، في فضاء إلكتروني إفتراضي ألغى الحدود الجغرافية والثقافية وقرب المسافات بين الشعوب وسمي هذا النوع من التواصل بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أحدثت هذه المواقع نقلة نوعية في حياة الناس بسبب ما وفرته لهم من مجالات ومساحات كبيرة للتعارف وتشارك فيما بينهم، إذا أصبحوا من خلالها قادرين على إبداء آرائهم وإيصال أصواتهم التي لم تكن مسموعة من قبل، مما سهل لهم طريق التفاعل والتشارك فيما بينهم وبناء مصالح مشتركة، لذا سنخرج في هذا الفصل للتعريف بهذا المواقع وأهم مواقعها وخصائصها بصفة عامة و الفيسبوك بصفة خاصة.

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

"إن العلاقات الاجتماعية بين الأفراد شيء ضروري لجميع البشر فقد يجد الإنسان نفسه مريضاً عندما لا يستطيع التواصل مع الآخرين، ومع دخول التقنيات الحديثة وتعامل الأشخاص مع تقنيات الحاسب الآلي أكثر من تعاملهم مع بعضهم البعض، نشأ عن ذلك معانات نفسية كثيرة ظهرت مع سلوكيات الشعوب خاصة من لهم طبيعة مادية أكثر من غيره" ⁽¹⁾، وجاءت مواقع الشبكات الاجتماعية لتحقيق غرض التواصل الاجتماعي على مستوى تقنية شبكة الانترنت.

و" شبكات التواصل الاجتماعي بدأت بالظهور منذ عام 1997، لكنها لم تلق الانتشار خارج الولايات المتحدة الأمريكية إلا بعد 2004، ابرز هذه الشبكات: موقع فيسبوك facebook

¹ - حمزة السيد حمزة خليل ، استخدامات الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 جانفي 2011 والاشباكات المحققة منها، رسالة مقدمة للحصول على درجة ماجستير في الإعلام التربوي تخصص صحافة، جامعة طنطا، 2012م، ص143.

للتطبيقات الشاملة الذي ابتكره الطالب الجامعي مارك "زوكربيرغ" (*) و موقع تويتر twitter للتعليقات" (1).

و في ما يلي سنلقي الضوء على أبرز التعريفات لهذه المواقع أو الشبكات، لاختلاف تناول المصطلح في المراجع بين من يذكرها مواقع و آخرون شبكات:

- كتعريف تقني أولي هي " المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، توفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام و توفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت" (2).
- هي " مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت و تعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل التي تتيح للأفراد و الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذه الفضاء الافتراضي" (3).
- " يعرف ايلسون " Ellison " وبويد " Boyd " الشبكات الاجتماعية على أنها تلك المواقع المؤسسة على خدمات الويب والتي تسمح للأفراد ببناء ملف تعريف profile عام أو شبه عام داخل نظام محدد، والولوج إلى قوائم المستخدمين الذين يشاركونهم الاهتمام أو الصلة، واستعراض وإدارة قوائم الصلات وملفات تعريف من أسسوها داخل النظام" (4).
- " كما يشير إلى شيوع لفظ التشبيك للدلالة على ممارسات الأفراد داخل الشبكات الاجتماعية، ولكنهم يريان أن مصطلح التواصل الاجتماعي هو الأدق، وذلك أن مصطلح التشبيك يشير إلى

¹ - إعداد مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، نشر جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، ط1، كتاب الكتروني www.softwar-lb.org ، 2016م، ص 23.

*- مارك زوكربيرغ ولد 14 ماي 1984 رجل أعمال ومبرمج أمريكي، ولد في وايت بليس، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية. اشتهر بتأسيسه موقع الفيس بوك الاجتماعي، وهو أكبر موقع اجتماعي في العالم، أنشأ الموقع مع زملائه في قسم علوم الحاسب داستن موسكوفيتز وكريس هيوز وهو في جامعة هارفارد. وهو بمثابة الرئيس التنفيذي لموقع الفيسبوك.

² - جارو هاجر، مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على العلاقات الأسرية الفيسبوك نموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص إعلام و مجتمع، جامعة سطيف02، ص 24.

³ - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، (ط1: دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن، 2008م)، ص 128.

⁴ - حمزة السيد حمزة خليل، مرجع سابق، ص 139.

تشابك أية عناصر سواء كانت ذات صلة أم لا، كما يوضح أن هدف الشبكات الاجتماعية ليس إنشاء علاقات مع غرباء بقدر إبراز شبكة العلاقات الاجتماعية للفرد في إطار عم والسعي لتعزيزها بناء على اتساع معايير مع معايير الآخرين⁽¹⁾.

و نجد العديد من التعريفات الأخرى منها:

- يعرفها عباس صادق " بأنها تركيبة اجتماعية الكترونية تم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات و تتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد، باسم " العقدة " بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما و قد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات"،⁽²⁾ الشبكات الاجتماعية هي "مواقع على شبكة الانترنت تمكن الملايين من الناس التي لها مصالح مشتركة، في هذه الشبكات، من التواصل عن طريق الملفات و الصور و أشرطة الفيديو، إرسال الرسائل، بالإضافة إلى إجراء محادثات في الوقت الحقيقي بين الأفراد"⁽³⁾.
 - هي "مواقع تسمح للناس بناء صفحات الويب الشخصية ومن ثم التواصل مع الأصدقاء لتبادل المحتوى والاتصالات. أكبر الشبكات الاجتماعية ماي سبيس، الفيسبوك وبيبو"⁽⁴⁾.
- و تتكون شبكات التواصل الاجتماعي من "مجموعة من المتفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم البعض في علاقات محددة كالصداقات، أعمال مشتركة، تبادل المعلومات و غيرها و يتم الحفاظ على استمرارية وجود بهذه الشبكات التفاعل المستمر بين الأعضاء فيها"⁽⁵⁾.

¹ - عباس مصطفى صادق، المرجع السابق، ص 157.

² - المرجع نفسه، ص 157.

³ - Abdullah al-daboubi : the impact of social networking sites on applied science university students, International Journal of Humanities and Social Science, Vol. 4, No. 10(1), August 2014, p253.

⁴ - antony mayfield : what is social media ? from icrossing, p 6.

⁵ - Amy Y. Chou, david c. chou: Information System Characteristics and Social Network Software Adoption, pp 336-337.

المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

- "طرق جديدة لتكوين المجتمع: تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يبادلونهم الاهتمام والمحتوى ، و بالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الإنترنت غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرق جديدة للاتصال بين الناس، فمستخدمي هذه المواقع يخبرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل الرسم والتطبيقات المدمجة في مواقع الشبكات كما بإمكان الأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبوها، وغيرها من الخدمات"⁽¹⁾ ، و هنا نتحدث عن خاصية اللازمان و اللامكان: "حيث تتحول فيه تجربة الزمان و المكان إلى "زمن لا زماني" و إلى "مكان للتدفقات"، يعيش البشر غير منفصلين عن الزمان و المكان"⁽²⁾ ، رغم اختلافات الزمان و المكان في العالم الواقعي.
- **سهولة الاستخدام :** من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية لبساطتها ، لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه إنشاء وتسيير موقع شبكة اجتماعية ، كما أن التسجيل في هذه الشبكات مجاني ومفتوح أمام الجميع.
- **التعريف بالذات :** الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية ، وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها ، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص والصور ، الموسيقى الفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى.
- **التفاعلية :** لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ بداية ظهورها إلى تجسيد الفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.
- **مساحة الحرية الكبيرة :** أنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة بداية من التمرد على الخجل و الانطواء و انتهاءا بالثورة على الأنظمة السياسية .
- **الاهتمام :** هي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، والموسيقى، وسوق المال، السياسة و الصحة و الشؤون الخارجية و غيرها.

¹ - مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيرها في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكره مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، قسم العلوم الإنسانية ، علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة 2001-2012 ، ص 52

² - دارن بارني، تر، أنور الجمعاوي، المجتمع الشبكي، المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات، ص42.

- **العالمية:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية و تتحطم فيها الحدود الدولية ويتميز فيها الاتصال بالعالمية أو الكونية.
- **الترابط:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي، بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، ذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع و التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي⁽¹⁾، مثلاً: يعجبك خبر على شبكة تواصل اجتماعي تويتر يمكنك أن تنشر الخبر على شبكة الفيسبوك، و الأمر كذلك في نفس الموقع أو الشبكة.

المطلب الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

و سنعرض هنا ابرز مواقع التواصل الاجتماعي على غرار الفيسبوك الذي خصصنا له مطلباً لوحده لارتباطه بدراستنا:

- المدونات: " احد التطبيقات المتاحة على الانترنت، و هي في أبسط صورها صفحة على الشبكة تظهر عليها مدخلات، يتم عرض إحداثها و أرشفة القديم منها، و يكون لكل تدوين عنوان ثابت يمكن من الرجوع إليه حتى لو لم يعرض على واجهة الصفحة"⁽²⁾.

كما تعرف المدونة الالكترونية " بأنها منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية تكون في معظم الأحيان مرتبة ترتيباً زمنياً معكوساً، ظهرت عام 1998 و كان جون بارغر هو أول من صاغ هذا المصطلح، إلا أن المدونات لم تنتشر على شبكة الانترنت إلا بعد عام 1999"⁽³⁾. و نتطرق الآن بشكل مختصر إلى مميزات المدونات:

¹ - صفية قرناي: شبكات التواصل الاجتماعي و جمهور الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة، جامعة سطيف2، 2016/2015، ص 34.

² - سعد بن محارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية، دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، (ط1)، جداول للنشر و التوزيع، (2011م)، ص 109.

³ - انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك: الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، (ط1)، الدار الجامعية للطباعة و النشر، جامعة بغداد، (2011م)، ص 30.

أ - المميزات التقنية للمدونة:

- ميزة صاحب الموقع: أولى المميزات التي يتحصل عليها صاحب الموقع هو حصوله على موقع شخصي له، و عندما نقول شخصي نعني أن المحتوى في هذه المدونة له علاقة بأفكاره الخاصة. فعلى سبيل المثال، يوجد هناك آلاف المواقع تتحدث عن أحداث 11 سبتمبر و جميعها تتحدث عن الموضوع نفسه، ولكن إذا نظرنا إلى المدونة الشخصية فنلاحظ أنها طرح أفكارا خاصة، وهذا من خلال تجارب و آراء شخصية أو أنها من محض الخيال، حتى أن البعض من المدونين يقوم باستخدامها لكتابة خواطره اليومية، ومن هنا نجد أن مدون كل واحد تختلف عن بقية المدونات⁽¹⁾.
- من جهة أخرى، هناك حرية الاستخدام وأرشفة المواضيع، حيث يقوم في العادة الشخص بوضع مقاله في أحد المواقع التي تنشر له، وهنا يقوم العديد من الزائرين لهذا الموقع بالتعليق عليه، إن كان نقدا بناء أو نقدا سلبيا. مع العلم أن صاحب الموقع لديه الأداة بالتحكم بجميع الكتابات و التعليقات الواردة إليه، و عدد الزائرين الذين يقرؤون مدونته، وبذلك يستطيع أن يحصل على الاهتمام المنشود. وعليه، فإن ما سبق يمثل عالم المدون الإلكتروني والذي ينشر ما يريد من غير رقابة أو حاجز، و بالتالي، فهو يستطيع أن يحتفظ بكم غير محدود من المدخلات التي ينشئها بواسطة نظام أرشفة تسلسلي حسب التواريخ ويستطيع المدون المعني الرجوع إليها وقتما شاء.
- في نفس المضمار، تجدر الإشارة إلى الانتشار و الشهرة و الربح المادي، حيث أن تنافس المواقع وانتشارها يساعد على انتشار المدونات. فعندما يأتي المستخدم في البحث عن موضوع ما و عن طريق أحد محركات البحث، فإنه يجد الكثير من المعلومات التي تهمه وهنا يأتي دور المدونة. فمن المميزات التي تقدمها لصاحبها أن محتواها يندرج تحت الكثير من محركات البحث، و يستطيع أي شخص البحث عنها، و بذلك يستطيع أي مدون استثمار مدونته ماديا عن طريق وضع الإعلانات التجارية و غيرها. حتى أن الكثير من أصحاب المدونات يقومون بوضع إعلانات لمدوناتهم لدى مدونة أخرى من نفس الاهتمام. وأحيانا يكون ثمة تعاون أدبي ليس له أي مردود مادي سوى الانتشار أو التعاون المشترك كما ذكرنا آنفا. وذلك بوضع روابط كثيرة لمدونات

¹ - أمانة نبيح: خصائص المدونات الإلكترونية، شبكة ضياء للمؤتمرات و الدراسات <http://diae.net/7807>، بتاريخ

مختلفة تهتم بمواضيع المدونة نفسها و لها روابط مشابهة، علما بأن معظم هذه المدونات مجانية و تقوم أيضا على الاستضافة المجانية لمدونات أخرى.

- ميزة الزائر التي تتمثل في متابعة الأخبار الجديدة بسهولة وبشكل علمي، هي من المزايا المهمة لبعض المدونات، وهنا ليس على الزائر أن يقوم بزيارة الموقع عند الحاجة لذلك، فهناك تقنية RSS التي تجعل المبحر على إطلاع دائم بجميع محتويات المدونة التي يرغب الاشتراك فيها، فهي ليست منتديات تهدف إلى تحقيق مشاركة الزوار لزيادة عدد المشاركات، ولكنها تعبير عن حرية الرأي⁽¹⁾.

ب - المميزات الاتصالية للمدونة:

- بعد أن استعرضنا المميزات التقنية المختلفة، نحاول التعرض إلى المميزات التي تسهل الاتصال فيما بين المستخدمين للمدونات، والتي سمينها مميزات اتصالية تم التوصل إليها من خلال استنتاجاتنا لما تم الاطلاع عليه خلال دراستنا:
- المدونات هي وسيلة هائلة للتواصل بين فريق العمل وأفراد الشركة الواحدة، فهي تسمح لأفراد الفريق بإضافة الروابط و الملفات و التعليقات، وتمكن المدونة من تبادل الأخبار العائلية مع أفراد العائل، كما تساعد المجموعات الصغيرة على التواصل للمتابعة بصفة أبسط وأسهل من البريد الإلكتروني أو حتى من المنتديات.
- تساعد المدونة في بقاء الجميع على اطلاع حول الموضوع، كما تساعد على نشر ثقافة المجموعة و إتاحة الفرصة للجميع لإبداء رأيهم في أمر ما.
- أنها سهلة الاستخدام سواء لصاحب المدونة أو للزوار، فصاحب المدونة يستطيع أن يقوم بإنشاء مدونته في دقائق، وبعد ذلك لا تحتاج عملية الكتابة لأي جهد أو عناء، كما لا يحتاج الموقع إلى أي تسيير إداري تقريباً. فكل شيء ينظم من خلال برنامج المدونة، أما الزوار فهم يرون أن معظم المدونات تتشابه من حيث ترتيب المحتويات وتقسيمها، وبالتالي يسهل عليهم تصفح هذه المدونات، كما أن التعليق على المواضيع ليس عملية صعبة، وفي الغالب لا يحتاج الزائر إلى أن يقوم بالتسجيل لكي يعلق على أي موضوع.

¹ - آمنة نبیح: مرجع سابق.

- توفر المدونات مساحة شخصية لصاحب المدونة، فيستطيع أن يكتب آراءه وأفكاره بعيداً عن مقص الرقيب. وقد يعترض الزائر على آراء المدونة، وبالتالي يمكنه عدم العودة ثانية إلى المدونة. أيضاً، يمكنه أن يتحاور مع صاحب الموقع لكنه لا يستطيع أن يفرض وجهة نظر معينة على صاحب المدونة.
 - وجود كل أعمال صاحب المدونة في مكان واحد، فبدلاً من أن يوزع كتاباته وأعماله على مواقع عدة فهو يجمعها في مكان واحد⁽¹⁾.
- تويتر: يعرف تويتر على أنه موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر و التي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات TWEETS عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، ذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثات الفورية⁽²⁾.

كما يعرف على أنه أحد خدمات شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية والتدوين المصغر والذي يمكن المستخدمين المسجلين إرسال ومراجعة الرسائل النصية المعروفة باسم "رسائل تويتر". ولا تزيد أي رسالة عن 140 حرفاً و هي متاحة لعامة المستخدمين في الوضع الافتراضي، كما يمكن للمستخدمين مشاركة أنواع أخرى من المحتوى مثل الصور ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى الروابط عن مختلف تطبيقات الجوال والرسائل النصية القصيرة بمواقع الويب الأخرى وخدمة تويتر متاحة عبر موقع الويب تويتر، فضلاً عن مختلف تطبيقات الجوال و الرسائل النصية القصيرة. و تحكم شروط الخدمة الخاصة بتويتر وصولك إلى الخدمة وشروط استخدامها و هناك سياسة خصوصية مستقلة تتعامل مع عملية جمع المعلومات و استخدامها عن طريق تويتر، كما تحدد قواعد تويتر ومختلف السياسات الأخرى حدود السلوك المقبول عند استخدام الخدمة. و من المهم أن يعتاد المستخدمون على هذه الشروط، إذ إن مخالفتها قد تؤدي إلى حذف المحتوى أو

¹ - آمنة نبیح: مرجع سابق.

² - عبد المولى السيد أبو خطوة، احمد نصحي أنيس الشربيني الباز، شبكات التواصل الاجتماعي و أثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، الجامعة الخليجية مملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، مج7، العدد 15، 2014، ص 194.

تعطيل حسابك. كما يجب ملاحظة أنه عند قيامك بأنشطة معينة، فقد تخالف القانون، حتى لو اعتقدت أنك لا تخالف شروط موقع تويتر⁽¹⁾.

-المنتديات: هي إحدى خدمات شبكات الانترنت التي انتشرت في الفترة الأخيرة انتشارا واسعا غير مسبوق، تسمح المنتديات بتبادل الآراء و الأفكار و الملفات بين الأشخاص كما تقدم النصائح لكثير من المشكلات و الاستفسارات التي يطرحها الأعضاء، و يتفرع من المنتدى العام منتديات فرعية لكل تخصص، داخل كل تخصص تعرض موضوعات و تتنوع المنتديات وفقا لاهتمامات الأشخاص المشتركين فيها⁽²⁾. و لكل منتدى عادة مشرف عام يسمى " المراقب العام " في بعض المنتديات، و فريق من المشرفين لهم صلاحيات متفاوتة، فثمة مشرفون لهم صلاحية تحرير و تعديل مشاركات بقية الأعضاء، و آخرون تتسع صلاحياتهم لتشمل حذف المواضيع و في الغالب يكون المشرفون أعضاء عاديين في المنتدى تمت ترقيتهم وفق اعتبارات إدارة المنتدى⁽³⁾.

و نجد العديد من مواقع التواصل الاجتماعي نذكرها دون التعرض لها:

-يوتيوب. YOUTUBE: احد أشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت، تقوم فكرة هذا الموقع على إمكانية إرفاق أي ملف يتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، تأسس الموقع في 15 فبراير 2005، من ثلاثة موظفين من شركة PAYBAL و هم "نشاد هيرلي" "ستيف تشين" "جواد كريم".

-فليكر. FLICKR: موقع لمشاركة الصور و حفظها و تنظيمها، يتيح هذا الموقع لمستخدميه خدمة التشارك في الصور، كما يتيح خدمة التعامل للزائرين عن طريق تخصيص مساحة للتعليق⁽⁴⁾.

-ماي سبيس: وهو موقع يستطيع المستخدم من خلاله تكوين ملف شخصي خاص به يحتوي على معلومات خاصة عنه، فيه حائط يشارك من خلاله الأصدقاء الأغاني والفيديو والصور التي

¹ - تويتر، شروط الخدمة و سياسة الخصوصية و توجيهات الصادرة 4 سبتمبر، 2014، هيئة تنظيم الاتصالات المصرية، ص 3.

² - السيد عبد المولى السيد أبو خطوة: مرجع سابق، ص 194.

³ - سعد بن محارب المحارب: مرجع سابق، ص 107.

⁴ - صفية قرناي: مرجع سابق، ص 39-41.

يحبّها، فيشارك الأصدقاء عليها بالتعليق أو غيرها. يتميز ماي سبيس بأنّه الموقع الأكثر استخداماً من قبل الفرق الموسيقية والمطربين والمطربات، والأخبار عن حفلاتهم وآخر أعمالهم الفنية، وهو الأمر الذي زاد من شهرته ليصبح عالمياً⁽¹⁾.

والآن نمر إلى المتغير الآخر في دراستنا و هو موقع الفيسبوك.

المبحث الثاني: نشأة وتعريف الفيسبوك وسماته

المطلب الأول: نشأة وتعريف الفيسبوك

شبه مارك زوكربيرج " mark zukerberg " في ندوة صحفية " الفيسبوك " بأنه شبكة عنكبوتية عملاقة تمثل " رسماً بيانياً اجتماعياً"، استأثرت بقبول و تحابوب عدد كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم". و يعتبر الحرف (F) و الذي يتوسط الشعار مميزاً لفظياً مباشراً، أي انه التسمية التي تقود إلى تحديد موقع هذه المؤسسة ضمن المؤسسات الأخرى⁽²⁾.

"هذا الحرف هو الحرف الأول من كلمة فيسبوك (Facebook) و التي تعني "وجه الكتاب"، و يلعب هذا الحرف دور المختزل للكلمة، بحيث أصبح المستخدم يعرف دلالة الحرف، و هذا طبعاً في سياقه الطبيعي ألا و هو شبكة الإنترنت. التسمية (Facebook) إذن تعني " كتاب الوجوه"، و يرجع هذا إلى اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين و فيه أسماء و صور زملائهم القدامى و معلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالاغتراب، فهو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين و تمكينهم من تبادل المعلومات، الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو و التعليقات و كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمان و المكان و يعد موقع الفيسبوك واحداً من أشهر المواقع على الشبكة العنكبوتية و الرائد في التواصل الاجتماعي، يعرفه قاموس الإعلام و الاتصال على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي، أسس عام 2004 و يتيح نشر الصفحات الخاصة "البروفايل Profile"، و قد وضع في البداية لخدمة

¹ - ميهوبي فريدة: تأثير تكنولوجيا الويب 2.0 على البنية التحريرية للخبر الصحفي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال و العلاقات العامة، جامعة المسيلة، 2015/2016، ص 48.

² - أنظر، صونية عبدش، (ملخص) الشباب الجزائري و الفيسبوك بين فرص الاستخدام والعزلة الإدمان، قمنا بزيارة الموقع www.arabmediasociety.com Arab Media & Society بتاريخ 2017/03/20م على الساعة

طلاب الجامعة و هيئة التدريس و الموظفين، لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص. ليتم فتحه بعد ذلك لطلاب الثانوية، و لعدد محدود من الشركات، ثم أخيرا تم فتحه لأي شخص يبلغ أكثر من ثلاثة عشر عاما، و يرغب في فتح حساب خاص به، إذ لا يتطلب الاشتراك في الفيسبوك إلا (e-mail) صالح تتلقى عليه رابطا لتفعيل الاشتراك وذلك للتحقق من هوية المستخدم، بعدها يمكنك أن تدخل بيسر و سهولة إلى الموقع، فهو لا يتيح الدخول سوى لأعضائه و منذ البداية يجعلك تتصل بأصدقائك و معارفك بسهولة، فهو يعطيك خيار دعوة الأشخاص الذين عناوينهم البريدية محفوظة لديك في "دفتر العناوين" في الايميل الذي استخدمته للتسجيل سواء بشكل جماعي أو بشكل فردي، و يتيح لك أن تدعو و تبحث عن الأشخاص الذين تعرف إيميلاتهم من خارج قائمتك أو أسماءهم، و كل ما عليك فعله لإيجادهم هو أن تستخدم أيقونة "add as friend" و يتيح لك أيضا خيار مراسلتهم ليقرروا قبول أو تجاهل دعوتك⁽¹⁾

"شعار هذا الموقع هو " الفيسبوك شبكة اجتماعية مجانية و ستبقى كذلك"، حيث يمكن الدخول إليه مجانا، و تديره شركة فايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة بها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، و ذلك من أجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم.

يعد الفيسبوك احد مكونات شبكة المعلومات الدولية، إضافة إلى انه يشكل قطاعا متميزا له طبيعته الخاصة في المجتمع الافتراضي، الذي أصبح له وجوده المؤثر على تفاعلات المجتمع الواقعي الذي نعيش فيه. يحاول البعض تعريفه باعتباره مدونة أو صفحة شخصية على شبكة المعلومات. يناقش فيه صاحب الصفحة أصدقاءه و يتكلم معهم و يتبادل معهم الصور و الفيديو و الصوتيات⁽²⁾.

إنه أحد أشهر شبكات التواصل الاجتماعي، من حيث انه يمكن الأفراد من نشر المحتويات و إثرائها و تحويلها، بل و تقاسمها مع الأعضاء الآخرين في الجماعة، و " هو شبكة تواصل اجتماعي و كجماعة افتراضية، يستخدمها الناس للتواصل و النقاش و تكوين علاقات إنسانية؛ لذا يعتبر موقع الفيسبوك واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، فهو لا يمثل مستوى اجتماعي فقط، و إنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.

¹ - صونية عبديش: الشباب الجزائري و الفيسبوك بين فرص الاستخدام و معضلة الإدمان، مركز الدراسات و البحوث حول الجزائر و العالم. لا:د، لا:ط، لا:ت، ص9.

² - مرجع نفسه، ص 10.

يعتمد الموقع في ذلك على معطين أساسيين هما حجم المشتركين فيه، وكذلك تميزه من الناحية التكنولوجية و التي يريد أن يجعلها متاحة للجميع. ظاهريا لا يبدو أن الفيسبوك يحتوي على المرافق التي تحتويها الجماعة، كما لا يؤثر على الطرق التي يستعملها الناس للتواصل مع بعضهم البعض، لكنه فعليا يعد جزء من الجماعة التي تشكل من مجموعات من الأشخاص بخلفيات و اهتمامات مشتركة في المجتمع و باستبدال الجانب المادي بالارتباط الافتراضي يمكن وصف الجماعة التي تكون الفيسبوك . فالجماعة هي المظهر المركزي للفيسبوك و الصورة الجانبية البروفيل للمستخدم، الأصدقاء و التطبيقات التي تكون الجماعة. و على هذا الأساس وصف الفيسبوك كجماعة افتراضية كما وصفت المجموعات التي تندرج ضمنه كجماعات ضمن الجماعة"⁽¹⁾.

أصبح موقع الفيسبوك يستقطب أعدادا جديدة من المستخدمين على مدار الساعة و هناك سبب جوهري و هو انه يقدم للمستخدم الخيار بين عدد من الخيارات، ما تتيحه أدوات و تطبيقات و خيارات قد تغنيه عن المواقع و المنتديات و المدونات العامة.

" يبدو أن مستخدم الموقع هم من الشباب وطلبة الجامعات والمراحل الدراسية المختلفة الذين يسعون إلى التعارف وتكوين المجموعات و التجمعات التي تعبر عن آرائهم في الحياة، فعلى "حائط الفيسبوك" يمكن للأصدقاء أن يكتبوا و يعلقوا كما يريدون و يمكنهم أن يستمعوا إلى الموسيقى المفضلة لديهم ، فميلهم المفضل وصورهم الخاصة. نتيجة للشهرة و الدور و المكانة التي احتلها الفيسبوك، قامت إحدى شركات الإنتاج السينمائي بإنتاج فيلم يحمل اسم "the social network" يحكي قصة حياة مؤسس مارك زوكربيرج. تدور الأحداث حول مارك الشاب المنطوي، الذي يهوي التكنولوجيا بمختلف أنواعها، و استطاع أن يصمم موقع للتواصل مع أصدقائه في الجامعة، و تنقلب حياته رأسا على عقب بعدما يتحول الموقع لشبكة عالمية. و الفيلم مأخوذ من الرواية الشهيرة "مليارديرات بالصدفة"⁽²⁾.

المطلب الثاني : سمات الفيسبوك

¹ - صونية عبدش، مرجع سابق، ص11.

² - مرجع نفسه، ص12.

يحتوي الفيسبوك على مجموعة من السمات التي تميزه عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي و نذكر أهمها في الآتي:

- سمة Wall: أو لوحة الحائط، و هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- سمة pokes: أو النقرة التي تتيح للمستخدمين إرسال نقرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض. "تعتبر كلفت انتباه للأصدقاء".
- سمة photos: أو الصورة التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من أجهزتهم إلى الموقع.
- سمة status: أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- سمة news feed: أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل المتغيرات التي تحدث في ملفك الشخصي و كذلك الأحداث المرتقبة.
- سمة facebook notes: و هي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات و الصور التي يمكن تضمينها.
- سمة gifts: أو الهدايا، التي تسمح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية لأصدقائهم، تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، تكلف الهدايا 100 ألف دولار لكل هدية، و يمكن إرفاق رسالة شخصية بها.
- سمة market place: أو السوق، و هو المكان أو الفسحة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية⁽¹⁾.

خلاصة:

¹ - صفية قرناي: مرجع سابق، ص 36-37.

مما سبق يتضح لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب أتاحت التفاعل والتواصل بين الناس ومن مختلف الأجناس والقارات، حيث بدأت هذه الشبكات بظهور منذ 1997م، لكنها لم تلقى الانتشار الواسع إلا بعد 2004م، ومن أبرز هذه المواقع نجد تويتر و يوتيوب وفليكر وماي سبيس و الفيسبوك وهذا الأخير كانت له النصيب الأوفر وكانت له الفاعلية في نشر التوعية الدينية بين الشباب، وهو الموقع الذي إستأثر القبول وتجارب الكثير من الناس خصوصاً الشباب وفي جميع أنحاء العالم، فهناك من استفاد منه للتواصل بالصور والملفات والمحادثة (ال دردشة) مع لأصدقائه، وهناك من إستغله في الجانب السيئ.

الفصل الرابع

الفصل الرابع : الجانب الميداني للدراسة .

- ✓ تمهيد .
- ✓ تحليل البيانات .
- ✓ تمثيل البيانات .
- ✓ النتائج المتحصل عليها .

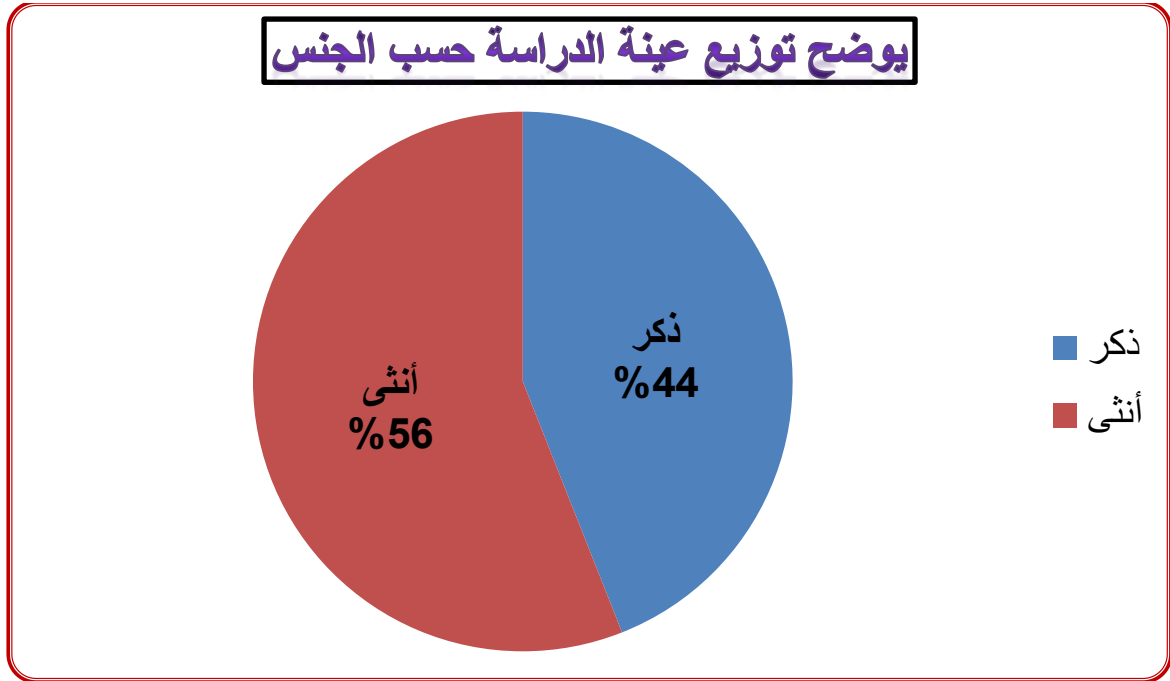
تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني للدراسة من أهم الجوانب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية لأنه يقوم بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة، فبعد إكمالنا من عملية جمع المعلومات نجد أنفسنا أمام معطيات خامة، وهذه المعطيات عبارة عن استبيانات مملوءة وجداول ...

ومن خلال هذا الفصل سنقوم بالتعليق وتحليل الجداول الخاصة بمستوى التفاعل والاستخدام الفيسبوك، والجداول خاصة بمدى تأثير الفيسبوك على التوعية الدينية على عينة من الطلبة الجامعيين وتأتي في الأخير النتائج هذه الدراسة.

الجدول رقم (01): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة %	تكرار	الجنس
44%	66	ذكر
56%	84	أنثى
100%	150	المجموع



الشكل رقم (01): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) ما يلي: أن عينة الإناث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (56%)، بينما جاءت عينة الذكور في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (44%).

ومنه نستنتج: أن الإناث هن أكثر متابعة للفيسبوك، وهذا راجع إلى طبيعة ومهام كل فئة، حيث أن نسبة الذكور أقل من الإناث.

الجدول رقم (02): توزيع عينة الدراسة حسب السن

السن	التكرار	النسبة %
أقل من 22	81	54%
من 22 إلى 25	60	40%
أكثر من 25	9	6%
المجموع	150	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) ما يلي: جاءت عينة الدراسة من (سن أقل من 22) في المرتبة الأولى بنسبة (54 %)، أما سن (من 22 إلى 25) في المرتبة الثانية بنسبة (40%)، ومن سن (أكثر من 25) في المرتبة الثالثة بنسبة (6%).

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم أقل من 22 سنة، هم أكثر استخداما للفيديو، وهذا راجع إلى استعماله في متابعة الأخبار والأحداث وللتواصل بين الأصدقاء أما الذين تتراوح أعمارهم ما بين (22 إلى 25) والأكثر (من 25).

الجدول رقم (03): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى السن

المستوى السن	التكرار	النسبة %
ليسانس	124	82.67%
ماستر	24	16%
دكتوراه	2	1.33%
المجموع	150	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) ما يلي: جاءت نسبة الطلبة الذين يدرسون شهادة ليسانس في المرتبة الأولى بنسبة (82.67 %)، أما الطلبة الذين يدرسون شهادة ماستر في المرتبة الثانية بنسبة (16%)، أما الطلبة الذين يدرسون شهادة دكتوراه في المرتبة الثالثة بنسبة (1.33%). ومنه نستنتج أن الطلبة الجامعيين هم الأكثر استخداما للفيس بوك وهذا راجع إلى استعماله في المجال البحث العلمي .

الجدول رقم (04): توزيع عينة الدراسة حسب الكليات

النسبة %	التكرار	الكليات
20 %	30	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
20 %	30	كلية التكنولوجيا
20 %	30	كلية العلوم الإدارية والقانونية والعلوم السياسية
20 %	30	كلية الاقتصاد والتجارة وعلوم التسيير
20 %	30	كلية الآداب واللغات الأجنبية
100 %	150	المجموع

الجدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب ممارسة الوظيفة

النسبة %	التكرار	ممارسة الوظيفة
13.33 %	20	نعم
86.67 %	130	لا
100%	150	المجموع

نلاحظ من خلال رقم (05) ما يلي: جاءت نسبة الطلبة الذين لا يمارسون وظيفة في المرتبة الأولى بنسبة (86.67%)، أما الطلبة الذين يمارسون وظيفة في المرتبة الثالثة بنسبة (13.33%).

الجدول رقم (06): توزيع عينة الدراسة حسب نوع الوظيفة

النسبة %	التكرار	نوع الوظيفة
20 %	4	موظف إداري
80 %	16	عامل حر
100 %	20*	المجموع

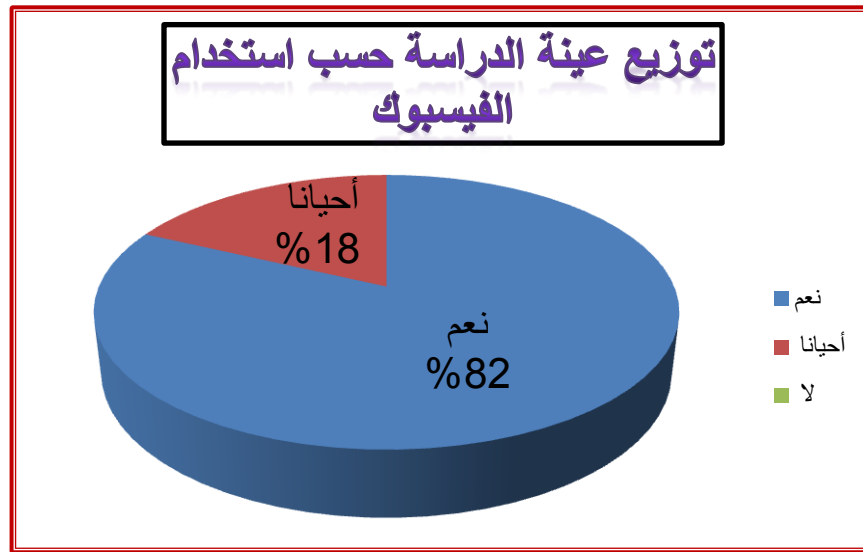
نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) ما يلي: جاءت نسبة الطلبة الذين يمارسون العمل الحر في المرتبة الأولى بنسبة (80%)، أما الطلبة الذين يمارسون مهنة (موظف إداري) في المرتبة الثانية بنسبة (20%). ومنه نستنتج أن الطلبة الذين يمارسون العمل الحر يستخدمون الفيسبوك الأكثر من الموظفين الإداريين، لأن الموظف الإداري يكون أكثر التزاماً بعمله من العامل الحر الذي يستخدم الفيسبوك وقت ما يشاء.

* سمح للمبحوث باختيار أكثر من إجابة .

المحور الثاني: مستوى التفاعل واستخدام الفيسبوك

الجدول رقم (07): توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الفيسبوك

النسبة %	التكرار	استخدام الفيسبوك
82 %	123	نعم
18 %	27	أحيانا
0 %	0	لا
100 %	150	المجموع



الشكل رقم (02): توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الفيسبوك

يوضح الجدول رقم (07): أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك وذلك بنسبة (82 %)، ثم تليها أفراد العينة الذين يستخدمون الفيسبوك حسب الظروف (أحيانا) بنسبة (18 %) وأما الذين لا يستخدمون الفيسبوك بنسبة (0 %)، لأن دراستنا مبنية على الأفراد الذين يستخدمون الفيسبوك.

الجدول رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب مدة استخدام الفيسبوك

النسبة %	التكرار	مدة استخدام الفيسبوك
26 %	39	منذ أقل من سنة
24.67 %	37	منذ سنة إلى ثلاثة سنوات
49.33 %	74	أكثر من ثلاثة سنوات
100 %	150	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (08): إلى أن نسبة (49.33 %) من الطلبة بدؤوا يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات والذين يتراوح عددهم 74 طالبا، ثم تليها النسبة (26 %) والتي مثلت 39 طالبا استخدموا الفيسبوك منذ أقل من سنة، وفي حين يستخدمه (24.67 %) من سنة إلى ثلاث سنوات، والتي حصلت على أقل تقدير ومثلت 37 طالبا.

الجدول رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب مدى تصفح الفيسبوك

النسبة %	التكرار	مدى تصفح فيسبوك
47.33 %	71	يومية
8 %	12	أسبوعيا
4 %	6	شهريا
40.67 %	61	حسب الظروف
100 %	150	المجموع

يوضح الجدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب مدى تصفحهم للفيسبوك حيث كانت في المرتبة الأولى بنسبة الذين يتصفحون الفيسبوك يوميا مثلت (47.33 %) أما الذين يتصفحون حسب الظروف فجاءت نسبتهم (40.67 %) في المرتبة الثانية، ثم تليها نسبة (8 %) من الطلبة

الذين يتصفحون الفيسبوك أسبوعيا في المرتبة الثالثة ، وتأتي في الأخير نسبة (6 %) من الطلبة الذين يتصفحون الفيسبوك شهريا في المرتبة الرابعة.

نلاحظ من خلال هذا الجدول اهتمام الطلبة الذين يستخدمون هذا الموقع (الفيسبوك) يوميا والتي مثلت أكبر نسبة وذلك لمعرفة كل جديد سواء تجمع الأصدقاء أو التعليقات أو الأخبار.... إلخ عبر هذا الموقع، أما التصفح الطلبة شهريا وأسبوعيا أو حسب الظروف وهذا راجع إلى انشغالهم بأشياء أخرى.

الجدول رقم(10): توزيع عينة الدراسة حسب الوقت المستغرق في استخدام الفيسبوك

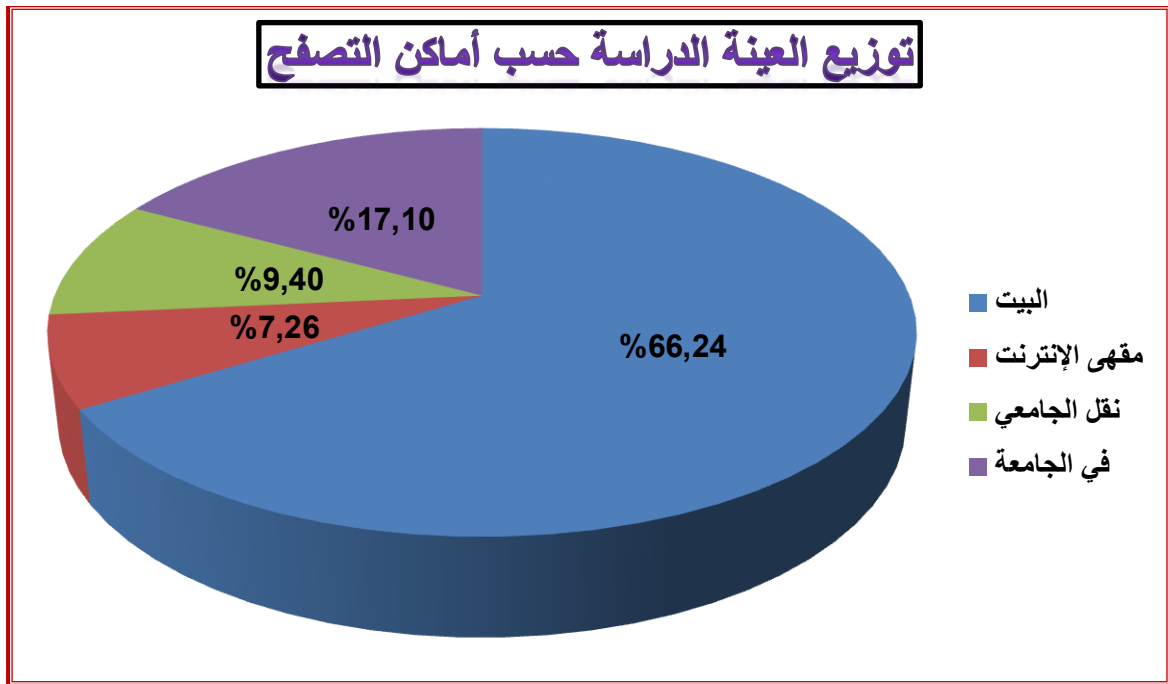
النسبة %	التكرار	الوقت المستغرق
28 %	42	أقل من ساعة
35.33 %	53	من ساعة إلى ساعتين
36.67 %	55	أكثر من ساعتين
100 %	150	المجموع

يبين الجدول رقم (10): أن نسبة (36.67 %) من الطلبة الذين يستغرقون في تصفحهم لموقع الفيسبوك الأكثر من ساعتين، في حين يقضي نسبة (35.33 %) منهم من ساعة إلى ساعتين في استخدام الفيسبوك، تليهم نسبة (28 %) من الطلبة الذين يستغرقون في تصفح الفيسبوك أقل من ساعة.

ومنه نستنتج من خلال الجدول أن استخدام الفيسبوك من طرف الطلبة الذين يستغرقون في استخدام الفيسبوك أكثر من ساعتين يخصصون لهذا الموقع وقت أطول. مقارنة بالذين يستغرقون الفيسبوك أقل من ساعة، يخصصون له وقت أقل.

الجدول رقم (11): توزيع العينة الدراسة حسب أماكن التصفح

أماكن التصفح	التكرار	النسبة %
البيت	155	66.24%
مقهى الإنترنت	17	7.26%
نقل الجامعي	22	9.40%
في الجامعة	40	17.1%
المجموع	234*	100 %



الشكل رقم (03): توزيع العينة الدراسة حسب أماكن التصفح

يوضح الجدول رقم (11): الأماكن التي يستخدمها الطلاب عند تصفحهم لموقع الفيسبوك، حيث نجد أغلبية الأفراد العينة يستخدمون هذا الموقع في منازلهم وذلك بنسبة (66.24 %)، أما بنسبة

(17.1 %) في الجامعة، وتليها نسبة (9.40 %) من الطلبة يتصفحون الفيسبوك في النقل الجامعي، وتأتي في الأخير نسبة أقل (7.26 %) الذين يتصفحون الفيسبوك في مقهى الانترنت. ومنه نستنتج من هذا الجدول أن أغلب الطلبة يدخلون لهذا الموقع في منازلهم وذلك من خلال توفير الانترنت في البيوت، كما نجد هذه النسبة قريبة من نسبة استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية في منازلهم في دراسة مريم نريمان نوما ر .

ويمكن تفسير النتائج:

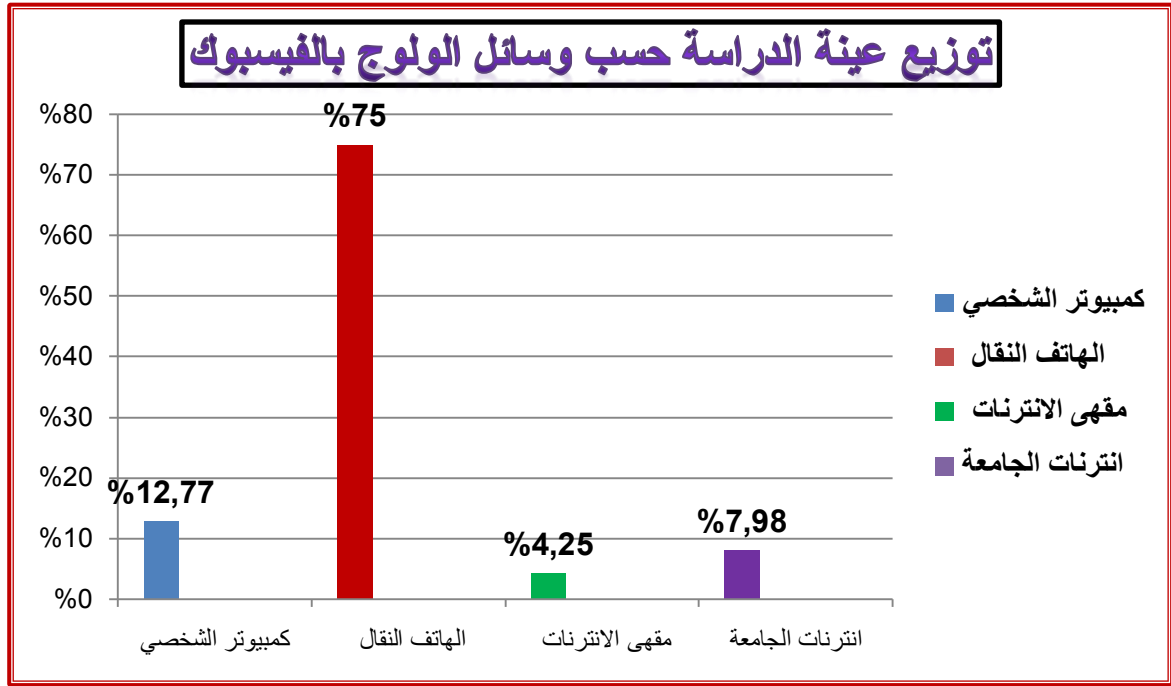
شهدت اشتراكات الانترنت في المنازل ارتفاعا كبيرا في السنوات الأخيرة وحسب إحصائيات اتصالات الجزائر فلقد بلغ عدد المشتركين بالانترنت ذات التدفق العالي ب: 3754.84 مشترك⁽¹⁾. ونلاحظ أن الانترنت في هذه السنة أصبح يتيح استخدامها في أي مكان مثل توفر خدمة الويفي و4G⁺⁺.

الجدول رقم (12): توزيع عينة الدراسة حسب وسائل الولوج بالفيسبوك

وسائل الولوج	التكرار	النسبة %
كمبيوتر الشخصي	24	12.77 %
الهاتف النقال	141	75 %
مقهى الانترنت	8	4.25 %
انترنت الجامعة	15	7.98 %
المجموع	*188	100 %

¹ -مريم نريمان نوما ر، مرجع سابق، ص 119-120.

*-سمّح للمبحوث باختيار أكثر من إجابة.



الشكل رقم (04): توزيع عينة الدراسة حسب وسائل الولوج بالفيس بوك

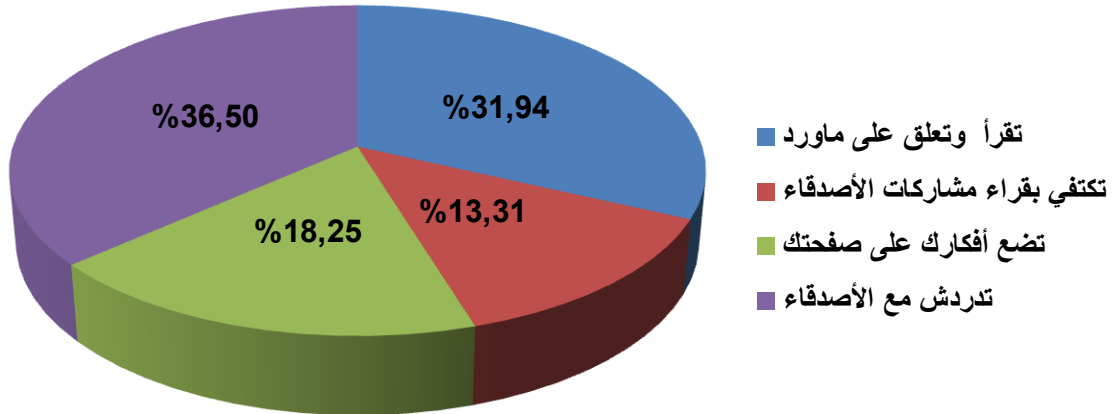
نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) ما يلي: جاءت نسبة الأفراد الذين يستخدمون الهاتف النقال في المرتبة الأولى بنسبة (75 %) بينما في المرتبة الثانية يستخدمون الكمبيوتر الشخصي بنسبة (12.77 %)، وفي المرتبة الثالثة انترنات الجامعة بنسبة (7.98 %) وفي المرتبة الرابعة والأخيرة في مقهى الانترنت بنسبة (4.25%).

ومنه نستنتج أن وسائل الولوج بالفيس بوك المفضل لدى أفراد عينة الدراسة عند استخدام موقع الفيس بوك هو الهاتف النقال، وهذا راجع إلى أريحية في استخدام والتواصل مع الأصدقاء في هذا الموقع. أن أغلب يستخدمون وسيلة "الهاتف النقال"، وذلك لسهولة استعماله وفعاليته أثناء التصفح أكثر من باقي الوسائل الأخرى، بالإضافة إلى استخدامهم "للحاسوب المحمول"، وهذا يعود إلى سهولة تنقله، وأخيراً قلة استخدام "مقهى الانترنت" و "انترنات الجامعة" وهذا للرغبة في التطلع على التقنيات الحديثة ومسايرة للوقت الراهن.

الجدول رقم (13): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب عندما تصفح الفيسبوك

النسبة %	التكرار	عندما تصفح الفيسبوك
31.94 %	84	تقرأ وتعلق على ما ورد
13.31 %	35	تكتفي بقراء مشاركات الأصدقاء
18.25 %	48	تضع أفكارك على صفحتك
36.50 %	96	تدردش مع الأصدقاء
100 %	*263	المجموع

يوضح توزيع عينة الدراسة حسب عندما تصفح الفيسبوك



الشكل رقم (05): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب عندما تصفح الفيسبوك

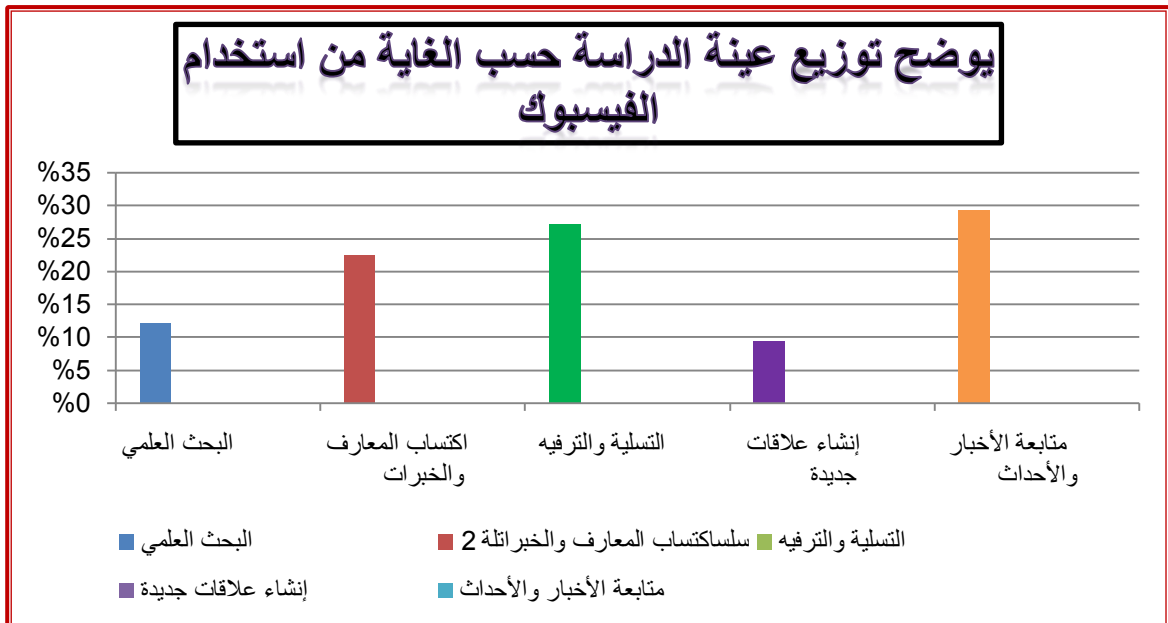
يبين الجدول رقم (13): أن أكثر خدمة يفضلها أفراد العينة هي الدردشة مع الأصدقاء بنسبة (36.50%)، ثم تليها خدمة القراءة والتعليق على ما ورد بنسبة (31.94%)، التي فضلها 84 فردا

من العينة، ويقوم (18.25%) بوضع أفكارهم على صفحاتهم في حين يكتفي (13.31%) بقراءة مشاركات الأصدقاء ومثلت 35 فرداً من العينة.

ومنه نستنتج من هذا الجدول أن الأفراد العينة يفضلون الدردشة مع الأصدقاء والتفاعل أكثر من غيرهم من خلال القراءة والتعليق على ما ورد.

الجدول رقم (14): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الغاية من استخدام الفيسبوك

النسبة %	التكرار	الغاية من استخدام الفيسبوك
12.10 %	34	البحث العلمي
22.42 %	63	اكتساب المعارف والخبرات
27.05 %	76	التسلية والترفيه
9.25 %	26	إنشاء علاقات جديدة
29.18 %	82	متابعة الأخبار والأحداث
100 %	*281	المجموع

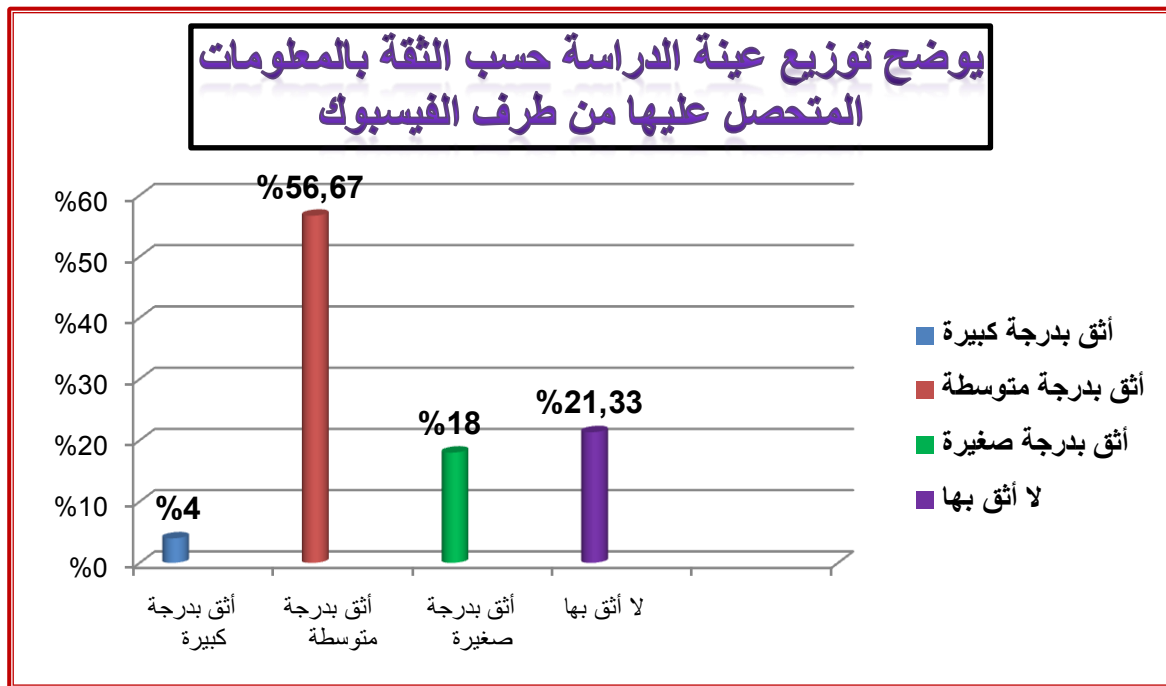


الشكل رقم (06): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الغاية من استخدام الفيسبوك

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (14) أن نسبة (29.18 %) من أفراد العينة غابتهم من استخدام موقع الفيسبوك لمتابعة الأخبار والأحداث، وفي حين أن (27.05 %) من الأفراد غابتهم هي التسلية والترفيه، وهذا مؤشر سلبي، وتليها نسبة (22.42 %) يستخدمون موقع الفيسبوك لاكتساب المعارف والخبرات وهذا مؤشر إيجابي، ثم تليها نسبة (12.10 %) من الأفراد غابتهم هي البحث العلمي ومثلت 34 طالباً، نظراً لاهتمام هذه العينة بالبحث العلمي فهناك مجموعات وصفحات علمية تناقش أمور الدراسة والأبحاث العلمية مما سهل لهم التواصل معهم عبر هذا الموقع، ثم تليها في الأخير نسبة (9.25 %) غابتهم إنشاء علاقات جديدة.

الجدول رقم (15): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الثقة بالمعلومات المتحصل عليها من طرف الفيسبوك

النسبة %	التكرار	تنق بالمعلومات التي تتحصل عليها من الفيسبوك
4%	6	أثق بدرجة كبيرة
56.67%	85	أثق بدرجة متوسطة
18%	27	أثق بدرجة صغيرة
21.33%	32	لا أثق بها
100%	150	المجموع



الشكل رقم (07): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الثقة بالمعلومات المتحصل عليها من طرف الفيسبوك

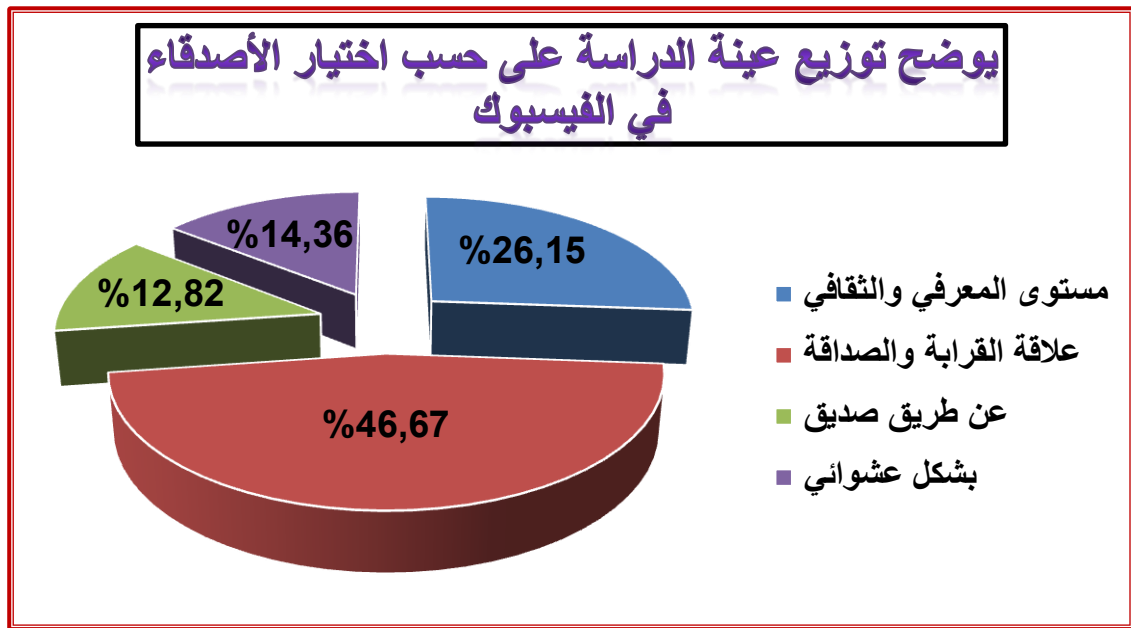
نلاحظ من خلال هذا الجدول رقم (15) ما يلي:

إن نسبة (56.67 %) من الأفراد يثقون بالمعلومات المتحصل عليها من الفيسبوك بدرجة متوسطة، ثم تليها نسبة (21.33%) من الأفراد لا يثقون بالمعلومات التي يتحصلون عليها من طرف الفيسبوك أما نسبة (18 %) من الأفراد العينة يثقون بالمعلومات المتحصل عليها من الفيسبوك بدرجة صغيرة، وتأتي في الأخير نسبة (4 %) من الأفراد الذين يثقون بدرجة كبيرة من المعلومات المتحصل عليها من طرف الفيسبوك.

ومنه نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يثقون بالمعلومات في الفيسبوك بدرجة متوسطة، لأنهم يعتبرون أن هناك معلومات غير صحيحة، كثرة الأفكار والمعلومات الخاطئة عن ديننا الإسلامي، وأيضا نشر صور وأفكار بعيدة عن الأخلاق أو العادات كذلك ليس كل ما يكتب عن ديننا الحنيف يصدق لأن يكون ليس من مصدر موثوق فيه.

الجدول رقم (16): يوضح توزيع عينة الدراسة على حسب اختيار الأصدقاء في الفيسبوك

النسبة %	التكرار	اختيار الأصدقاء
26.15 %	51	مستوى المعرفي والثقافي
46.67 %	91	علاقة القرابة والصداقة
12.82 %	25	عن طريق صديق
14.36 %	28	بشكل عشوائي
100 %	*195	المجموع



الشكل رقم (08): يوضح توزيع عينة الدراسة على حسب اختيار الأصدقاء في الفيسبوك

يوضح الجدول (16): أن 91 فردا من العينة اختاروا أصدقائهم حسب علاقة قرابة والصداقة وذلك بنسبة (46.67 %)، في حين يختار (26.15 %) منهم أصدقائهم على المستوى المعرفي والثقافي، ثم تليها نسبة (14.36 %) بشكل عشوائي، ثم تليها نسبة (12.82 %) عن طريق صديق.

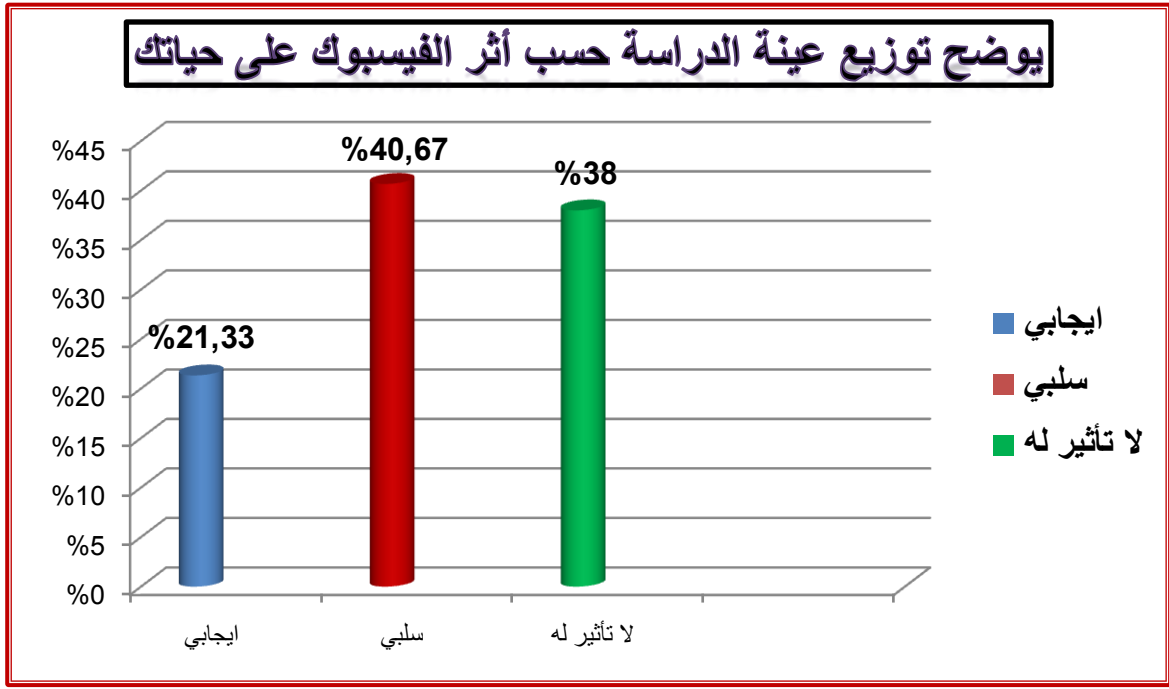
ومنه نستنتج أن عدد كبير من أفراد العينة يسعون إلى اختيار أصدقائهم حسب أواصر القرابة والصدقة.

الجدول رقم(17): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أثر الفيسبوك على حياتك

النسبة %	التكرار	اثر الفيسبوك
21.33 %	32	ايجابي
40.67 %	61	سلبي
38 %	57	لا تأثير له
100 %	150	المجموع

الجدول رقم(18): توزيع عينة الدراسة على التأثيرات الفيسبوك

النسبة %	التكرار	تأثيرات الفيسبوك
27.07 %	55	بدراستك
5.69 %	12	عملك
26.54 %	56	علاقتك الاجتماعية
14.69 %	31	تفكيرك
27.01 %	57	لا تأثير
100 %	*211	المجموع



الشكل رقم (09): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أثر الفيسبوك على حياتك

من خلال الجدول رقم (17) و (18): يتضح لنا أن من خلال الجدول (17) أن نسبة (40.67%) أثر الفيسبوك على حياتهم سلبي في مجال دراستهم وعملهم وعلاقاتهم الاجتماعية، وكذلك تفكيرهم وهذا ما يتضح في الجدول رقم (18) بنسبة معتبرة.

وأما نسبة (38%)، لم يؤثر الفيسبوك إطلاقاً عليهم من خلال 57 فرد من هذه العينة.

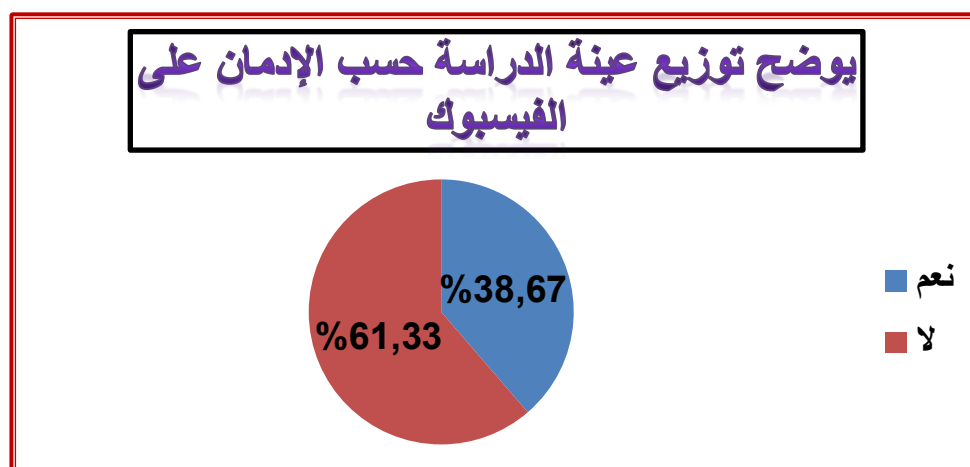
أما بنسبة (21.33%) أثر الفيسبوك عليهم تأثيراً إيجابياً وهذا من خلال دراستهم وعملهم وعلاقاتهم الاجتماعية وتفكيرهم بنسب معتبرة ويتضح ذلك في الجدول رقم (18).

ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة من الأفراد العينة أثر الفيسبوك سلبي على حياتهم.

الجدول رقم (19): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الإدمان على الفيسبوك

تعتبر نفسك مدمن عن الفيسبوك	التكرار	النسبة %
نعم	58	38.67 %
لا	92	61.33 %

المجموع	150	% 100
---------	-----	-------



الشكل رقم (10): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الإدمان على الفيسبوك

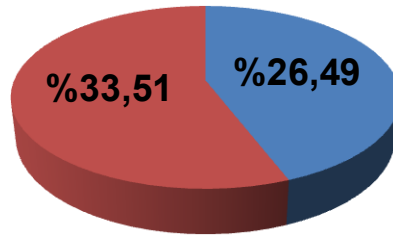
من خلال الجدول رقم (19): نلاحظ نسبة (61.33 %) وهي النسبة التي تمثل الطلبة غير مدمنين على الفيسبوك، أما الطلبة المدمنين على الفيسبوك تقدر نسبتهم (38.67 %).

ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة من الطلبة غير مدمنين عن الفيسبوك يقدر عددهم 92 طالباً، وهذا مؤشر ايجابي.

الجدول رقم (20): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تأثير الفيسبوك على العلاقة بالمحيط

النسبة %	التكرار	تأثير الفيسبوك على علاقتك بالمحيط
% 26.49	49	تجعلك انطوائي ولا تحب الناس
% 33.51	62	تنقص من مهارات التواصل الاجتماعي لدي
% 40	74	لا تؤثر عليّ أبداً
% 100	*185	المجموع

يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تأثير الفيسبوك على العلاقة بالمحيط



■ تنقص من مهارات التواصل الاجتماعي لدي ■ تجعلك انطوائي ولا تحب الناس

الشكل رقم (11): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تأثير الفيسبوك على العلاقة بالمحيط

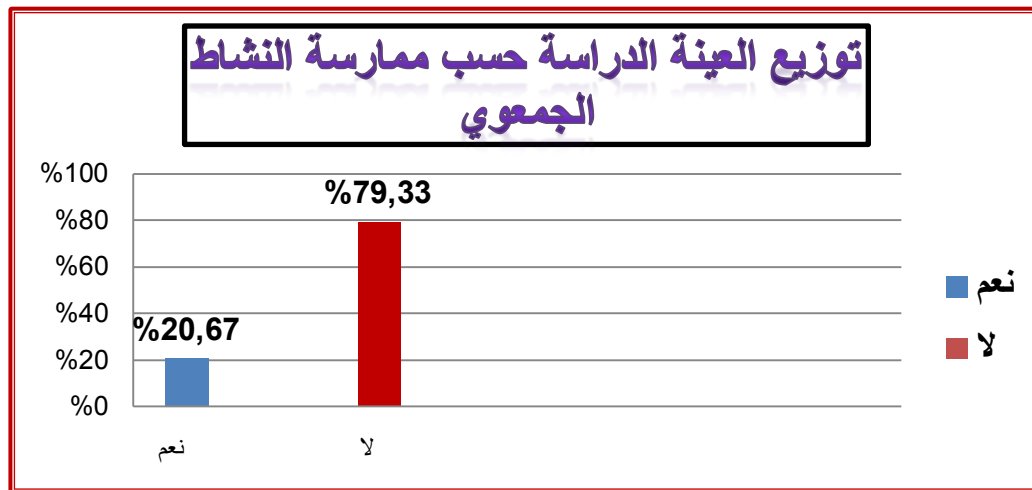
من خلال الجدول رقم (20) : نلاحظ أن نسبة (40 %) من الأفراد العينة لا يؤثر الفيسبوك إطلاقاً على علاقتهم بالمحيط، أما بنسبة (33.51 %) من عينة الدراسة يتضح أن تأثير الفيسبوك على علاقتهم بالمحيط تنقص من مهارات التواصل الاجتماعي لديهم، ويأتي في الأخير النسبة (26.49 %) من العينة يجعلهم الفيسبوك انطوائيين ولا يحبون الناس.

وفي الأخير نستنتج أن نسبة كبيرة من الذين يتداولون الفيسبوك لا يؤثر عليهم أبداً.

المحور الثالث: مدى تأثير الفيسبوك على التوعية الدينية

الجدول رقم (21): توزيع العينة الدراسة حسب ممارسة النشاط الجماعي

النسبة %	التكرار	تمارس نشاطاً جماعياً
20.67 %	31	نعم
79.33 %	119	لا
100 %	150	المجموع

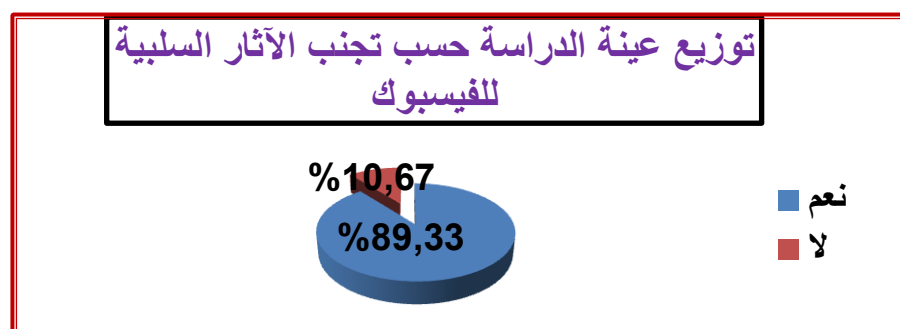


الشكل رقم (12): توزيع العينة الدراسة حسب ممارسة النشاط الجماعي

من خلال الجدول رقم (21): يتضح أن نسبة (79.33 %) لا يمارسون أي نشاط جماعي، بينما تأتي نسبة (20.67 %) من الطلبة الذين يمارسون نشاطات جموعية والتي تتمثل في: جمعية الخيرية - جمعية الإصلاح والإرشاد - نشاط دراسي وثقافي - منظمات طلابية ... الخ.

الجدول رقم (22): توزيع عينة الدراسة حسب تجنب الآثار السلبية للفيسبوك

النسبة %	التكرار	تحاول تجنب الآثار السلبية للفيسبوك
89.33 %	134	نعم
10.67 %	16	لا
100 %	150	المجموع



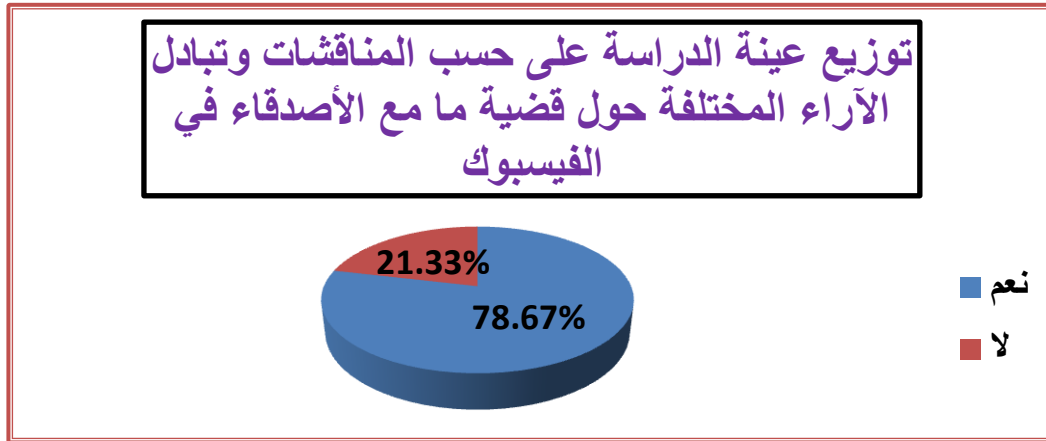
الشكل رقم (13): توزيع عينة الدراسة حسب تجنب الآثار السلبية للفيسبوك

من خلال الجدول رقم (22): نلاحظ أن نسبة (89.33 %) من الذين تجنبوا الآثار السلبية للفيسبوك بإجابة على "نعم"، بينما تجاهلت نسبة (10.67 %) من أفراد العينة الذين لم يتجنبوا الآثار السلبية للفيسبوك بإجابة ب "لا".

ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يتجاوز أعدادهم 134 طالباً تجنبوا الآثار السلبية للفيسبوك.

الجدول رقم(23): توزيع عينة الدراسة على حسب المناقشات وتبادل الآراء المختلفة حول قضية ما مع الأصدقاء في الفيسبوك.

النسبة %	التكرار	مناقشات وتبادل الآراء مع الأصدقاء في الفيسبوك
% 78.67	118	نعم
% 21.33	32	لا
%100	150	المجموع



الشكل رقم (14): توزيع عينة الدراسة على حسب المناقشات وتبادل الآراء المختلفة حول قضية ما مع الأصدقاء في الفيسبوك.

من خلال الجدول رقم(23): يتبين أن عدد كبير من الطلاب الذين يحبون المناقشات وتبادل الآراء مع أصدقائهم في الفيسبوك يبلغ عددهم 118 طالب بنسبة (78.67 %)، بينما تأتي نسبة

قليلة (21.33 %)، لا يحبون تبادل الآراء ومناقشات مع أصدقائهم في الفيسبوك ويبلغ عددهم 32 طالب.

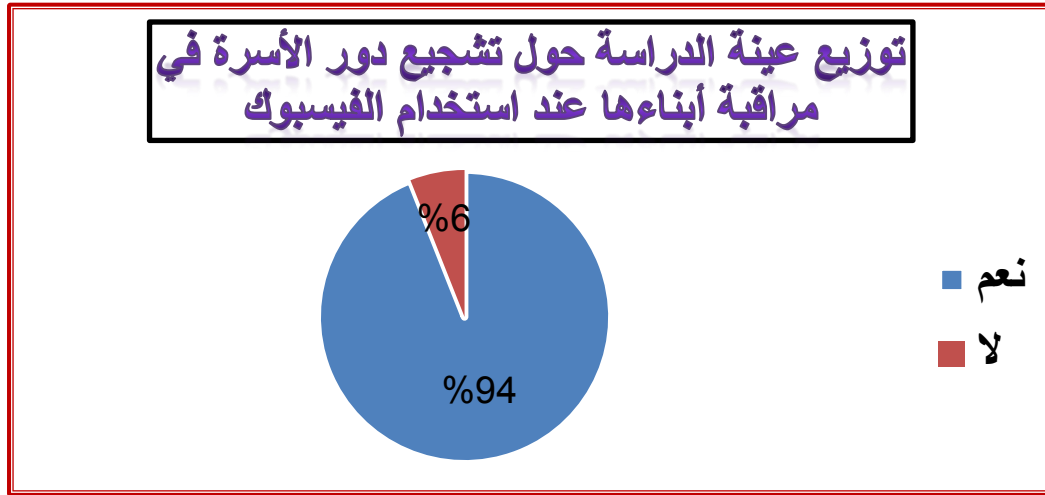
ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة يحبون المناقشات وتبادل الآراء في المواضيع التالية مع أصدقائهم:

- نشاط ديني و توعوي .
- نقاشات حول قضايا مختلفة.
- نشاط ثقافي ورياضي .
- عالم الشهرة والفن والموضة.
- نشاطات اجتماعية وتعليمية.
- نشاطات دراسية وأخلاقية.
- توجد بعض الأحاديث غير وارد عن النبي ﷺ وتجاوز فيها على أنها بدعة.
- نشاطات دينية وثقافية.
- نشاطات حول البحوث العلمية.
- مشاكل اجتماعية و أمور العمل.
- إشكاليات حول الدراسة .

الجدول رقم (24):توزيع عينة الدراسة حول تشجيع دور الأسرة في مراقبة أبنائها عند استخدام

الفيسبوك

النسبة %	التكرار	تشجيع دور الأسرة في مراقبة أبنائها عند استخدام الفيسبوك
94 %	141	نعم
6 %	9	لا
100 %	150	المجموع



الشكل رقم (15): توزيع عينة الدراسة حول تشجيع دور الأسرة في مراقبة أبنائها عند استخدام الفيسبوك

من خلال الجدول رقم (24): نلاحظ أن هناك عدد كبير من أفراد العينة شجعوا دور الأسرة في مراقبة أبنائها عند استخدام الفيسبوك بنسبة (94 %)، بينما فئة قليلة من الأفراد العينة لم تشجع دور الأسرة في مراقبة أبنائها عند استخدام الفيسبوك بنسبة (6 %).

ومنه نستنتج أن الفئة الكبيرة التي شجعت دور الأسرة في مراقبة أبنائها عند استخدام الفيسبوك وهذا دور مهم بالنسبة لأسرة وهو مؤشر ايجابي للحفاظ على أبنائهم وحمايتهم من الانحراف.

الجدول رقم (25): توزيع عينة الدراسة حسب المشاركة والتفاعل على هذه الشبكة

النسبة %	التكرار	لك المشاركة والتفاعل على هذه الشبكة
50 %	76	أنا مجرد قارئ
50 %	76	أنا أشارك وفعال
100 %	*152	المجموع

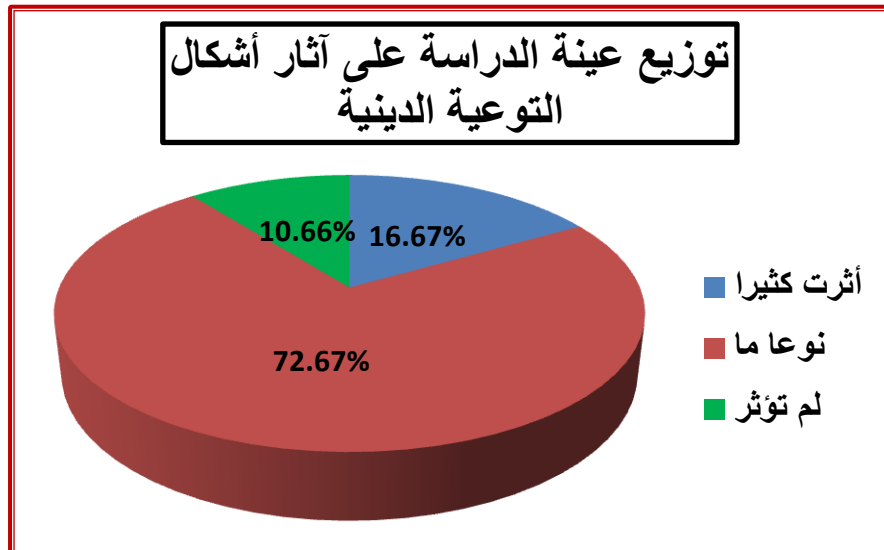
من خلال الجدول رقم (25): نلاحظ أن عدد القراء ومشاركين والفعالين في الفيسبوك نسبتهم متساوية ب (50 %) لي كلا من الطرفين ويبلغ عددهم 76 طالباً.

الجدول رقم (26): توزيع عينة الدراسة على آثار أشكال التوعية الدينية

النسبة %	التكرار	أثرت فيك أشكال التوعية الدينية
16.67 %	25	أثرت كثيرا
72.67 %	109	نوعا ما
10.66 %	16	لم تؤثر
100 %	150	المجموع

الجدول رقم (27): توزيع عينة الدراسة على نوع تأثير أشكال التوعية الدينية

النسبة %	التكرار	نوع الأثر
96.30 %	130	إيجابي
3.70 %	5	سلبي
100 %	*135	المجموع

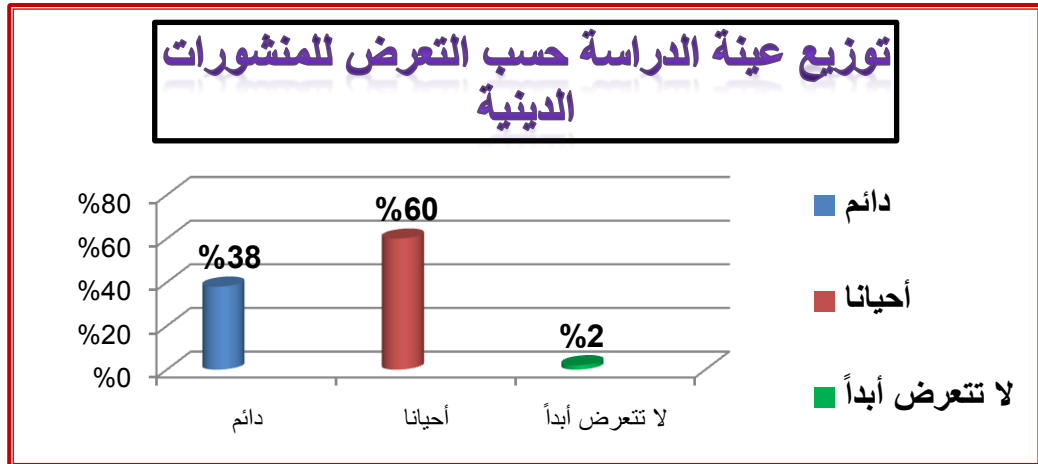


الشكل رقم (16): توزيع عينة الدراسة على نوع تأثير أشكال التوعية الدينية

من خلال الجدول رقم (26) و(27) يتضح لنا أن: من خلال جدول رقم (26) أن نسبة (72.67%) أجابوا ب "نوعاً ما" و كان نوع هذا التأثير نسبة كبيرة ايجابي تقدر (96.30 %) في حين يأتي التأثير السلبي بنسبة (3.70%)، أما الفئة التي أثرت فيهم أشكال التوعية الدينية كثيراً بنسبة (16.67%)، أما الفئة التي لم تؤثر عليهم أشكال التوعية الدينية بنسبة (10.66%). ومنه نستنتج أن فئة كبيرة من أفراد عينة أثرت فيهم أشكال التوعية الدينية أثر ايجابي. لأنهم استفادوا من المنشورات وكتابات الدينية على حائط الفيسبوك.

الجدول رقم (28): توزيع عينة الدراسة حسب التعرض للمنشورات الدينية

هل تتعرض للمنشورات دينية بشكل	التكرار	النسبة %
دائم	57	38 %
أحيانا	90	60 %
لا تتعرض أبداً	3	2 %
المجموع	150	100 %



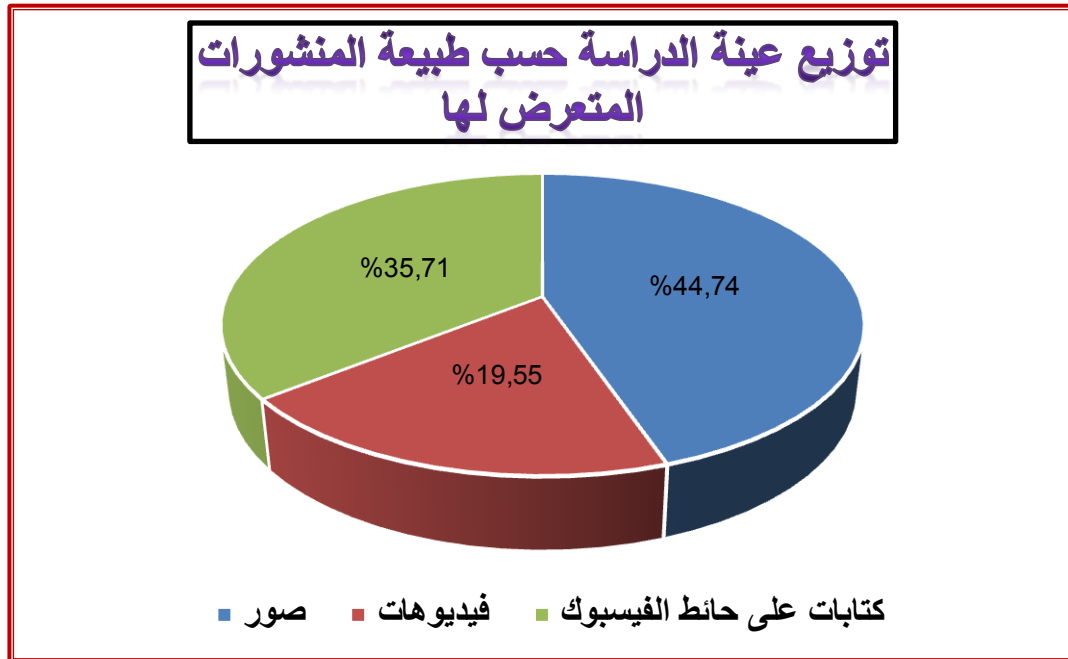
الشكل رقم (17): توزيع عينة الدراسة حسب التعرض للمنشورات الدينية

من خلال جدول رقم (28): نلاحظ أن نسبة (60 %) يتعرضون للمنشورات الدينية بين الحين والآخر (أحيانا)، بينما نسبة (38 %) يتعرضون للمنشورات الدينية بشكل دائم، أما (2 %) من أفراد العينة لا يتعرضوا لهذه المنشورات.

ومنه نستنتج أن فئة كبيرة من أفراد العينة يتعرضون للمنشورات الدينية من الحين إلى الآخر.

الجدول رقم (29): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة المنشورات المتعرض لها

ما طبيعة المنشورات المتعرض لها	التكرار	النسبة %
صور	119	44.74 %
فيديوهات	52	19.55 %
كتابات على حائط الفيسبوك	95	35.71 %
المجموع	266*	100 %



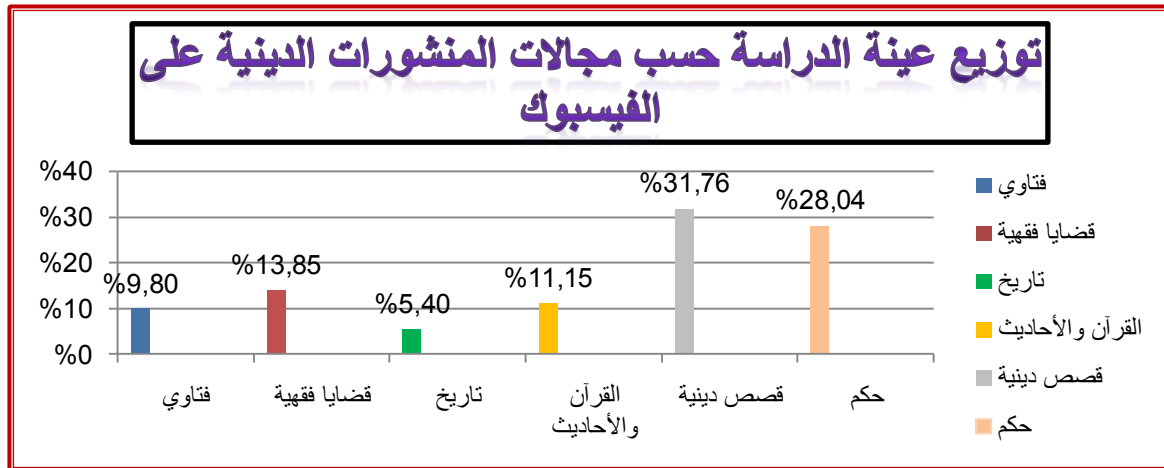
الشكل رقم (18): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة المنشورات المتعرض لها

من خلال جدول رقم (29): يتضح أن هناك عدد كبير من أفراد العينة يتعرضون إلى منشورات في شكل صور بنسبة (44.74 %) في المرتبة الأولى، أما في حين تأتي الكتابات على الحائط الفيسبوك

في المرتبة الثانية بنسبة (35.71%)، وتأتي الفيديوهات في المرتبة الثالثة بنسبة (19.55 %) وفي الأخير أن الأكثر منشور يتعرض له أفراد العينة هي الصور والكتابات على الحائط الفيسبوك.

الجدول رقم (30): توزيع عينة الدراسة حسب مجالات المنشورات الدينية على الفيسبوك

النسبة %	تكرار	مجالات المنشورات الدينية على الفيسبوك
9.80 %	29	فتاوي
13.85 %	41	قضايا فقهية
5.40 %	16	تاريخ
11.15 %	33	القرآن والأحاديث
31.76 %	94	قصص دينية
28.04 %	83	حكم
100 %	*296	المجموع



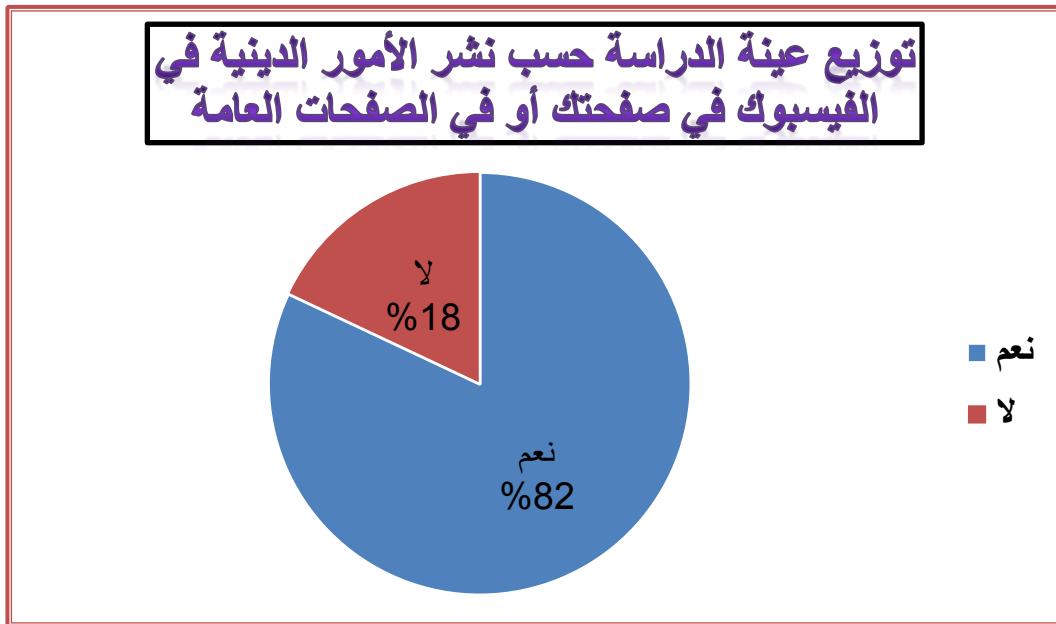
الشكل رقم (19): توزيع عينة الدراسة حسب مجالات المنشورات الدينية على الفيسبوك

نلاحظ من خلال الجدول (30): أن مجال المنشورات الدينية على الفيسبوك بنسبة كبيرة والتي تبلغ (31.76 %) وهي القصص الدينية، وتأتي الحكم بنسبة (28.04 %)، وأما القضايا الفقهية تقدر نسبتها (13.85 %) في حين يأتي القرآن والأحاديث بنسبة (11.15 %)، وتأتي الفتاوى بنسبة (9.80 %)، ويأتي في الأخير التاريخ بنسبة (5.40 %).

ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة من الأفراد يميلون إلى القصص الدينية والحكم ينشرونها على حائطهم في الفيسبوك.

الجدول رقم (31): توزيع عينة الدراسة حسب نشر الأمور الدينية في الفيسبوك في صفحتك أو في الصفحات العامة

النسبة %	التكرار	تقوم نشر الأمور الدينية في الفيسبوك في صفحتك أو في الصفحات العامة
82 %	123	نعم
18 %	27	لا
100 %	150	المجموع



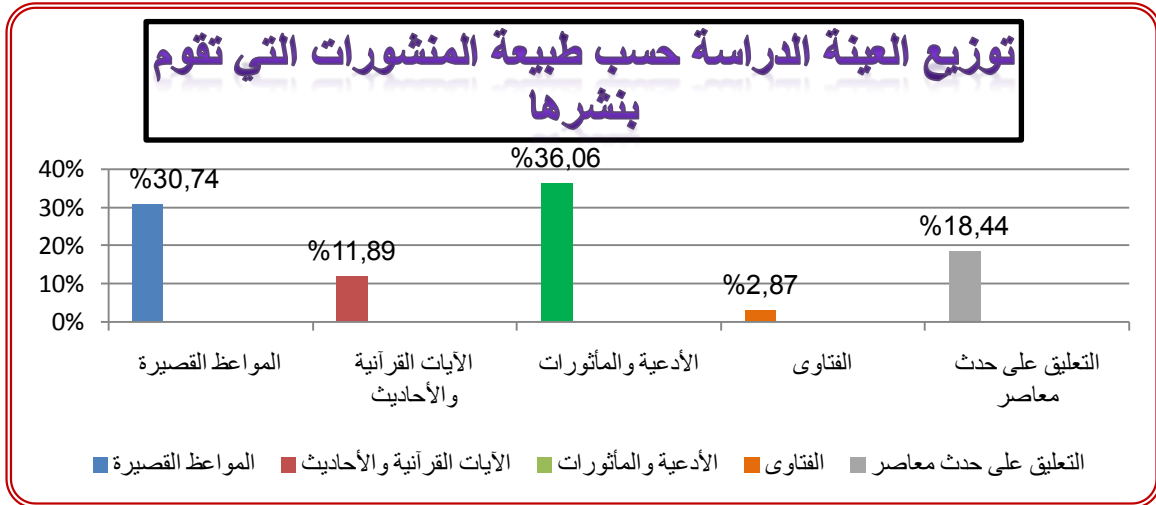
الشكل رقم (20): توزيع عينة الدراسة حسب نشر الأمور الدينية في الفيسبوك في صفحتك أو في الصفحات العامة

من خلال جدول رقم (31): يتبين لنا أن نسبة (82 %) يقوم بنشر الأمور الدينية في الفيسبوك على صفحتهم وفي الصفحات العامة، بينما تأتي نسبة (18 %)، الأفراد الذين لا يقومون بنشر الأمور الدينية في الفيسبوك على صفحتهم أو الصفحات العامة.

ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة يحبون نشر الأمور الدينية في صفحاتهم وفي الصفحات العامة.

الجدول رقم (32): توزيع العينة الدراسة حسب طبيعة المنشورات التي تقوم بنشرها

طبيعة المنشورات	التكرار	النسبة %
المواعظ القصيرة	75	30.74 %
الآيات القرآنية والأحاديث	29	11.89 %
الأدعية والمأثورات	88	36.06 %
الفتاوى	7	2.87 %
التعليق على حدث معاصر	45	18.44 %
المجموع	*244	100 %



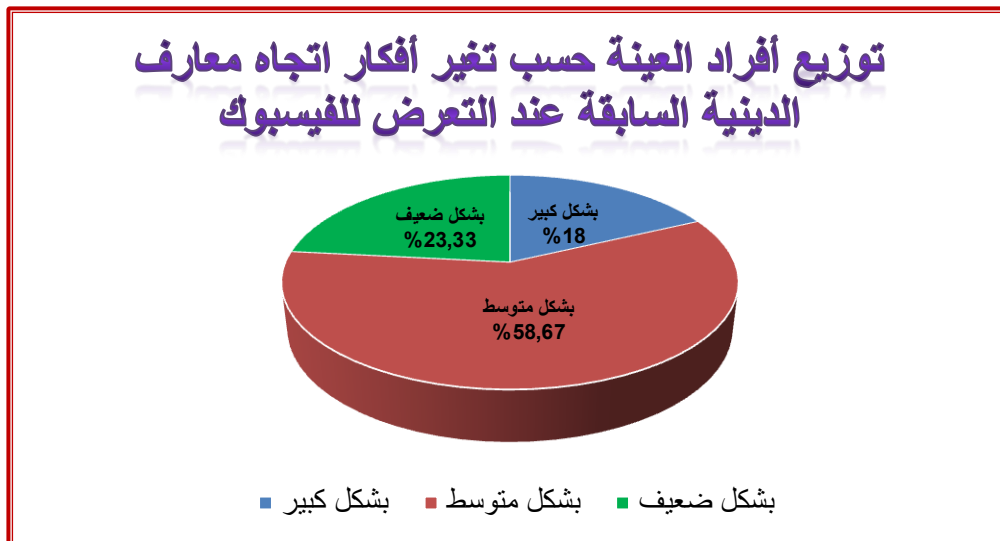
الشكل رقم (21): توزيع العينة الدراسة حسب طبيعة المنشورات التي تقوم بنشرها

من خلال جدول رقم (32) يتبين لنا طبيعة المنشورات التي تقوم بنشرها في الفيسبوك بنسبة (36.06 %) وهي الأدعية و المأثورات في المرتبة الأولى، بينما تأتي المواعظ القصيرة في المرتبة الثانية بنسبة (30.74 %)، وفي حين يأتي التعليق على حدث معاصر بنسبة (18.44 %) في المرتبة الثالثة، وتليها الآيات القرآنية والأحاديث بنسبة (11.89 %) في المرتبة الرابعة، وفي الأخير تأتي الفتاوى بنسبة أقل تقدر ب (2.87 %) في المرتبة الخامسة.

ومنه نستنتج أن الأدعية والمأثورات جاءت بأعلى نسبة وذلك بتناسب مع ما يفضلها المستخدمين وهذا يعود إلى الأفراد عينة الدراسة يميلون إلى الأدعية و المأثورات والمواضيع القصيرة لأن المواضيع الطويلة تشعرهم بالملل وعدم الرغبة في مواصلة القراءة ، وأما التعليق على حدث معاصر، يدل على الوعي عند المستخدمين وتعطشهم لمعرفة وجهة النظر العصر، أما بالنسبة للفتاوى كانت نسبتها قليلة، ربما تعود إلى كثرة الفتاوى أو عدم طرح مستجدات حيوية فيها أو سهولة معرفة الفتاوى عبر الإنترنت.

الجدول رقم (33): توزيع أفراد العينة حسب تغير أفكار اتجاه معارف الدينية السابقة عند التعرض للفيديو

هل تغير أفكار اتجاه معارف الدينية السابقة عند التعرض للفيديو	التكرار	النسبة %
بشكل كبير	27	18%
بشكل متوسط	88	58.67%
بشكل ضعيف	35	23.33%
مجموع	150	100%



الشكل رقم (22): توزيع أفراد العينة حسب تغير أفكار اتجاه معارف الدينية السابقة عند التعرض للفيديو

من خلال جدول رقم (33): يتضح أن نسبة (58.67 %) تغيرت أفكارهم اتجاه المعارف الدينية السابقة عند تعرضهم للفيديو بشكل متوسط، وتأثرت نسبة (23.33 %) تغيرت أفكارهم بشكل ضعيف، أما الذين تغيرت أفكارهم اتجاه معارفهم الدينية السابقة لدى تعرضهم للفيديو بشكل كبير بنسبة (18%).

ومنه نستنتج أن أغلبية العينة لم تغير أفكارهم بشكل كبير اتجاه معارفهم الدينية السابقة عند تعرضهم للفيديو.

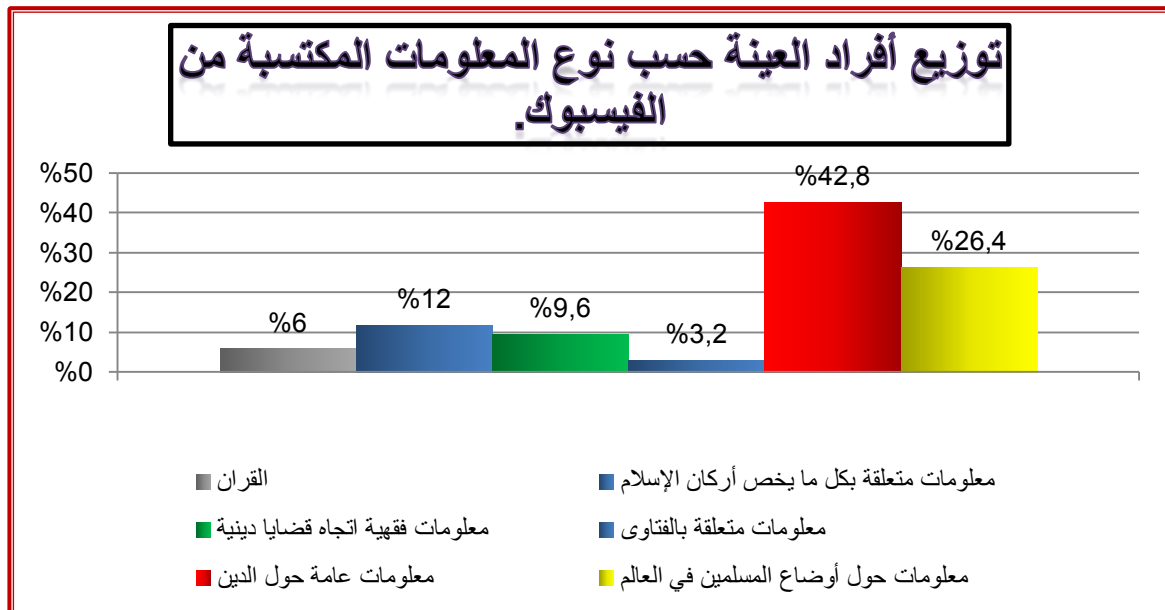
الجدول رقم (34): توزيع أفراد العينة حسب المنشورات الدينية على صفحات الفيديو مجالا لاكتساب المعارف الدينية

هل فتحت لك المنشورات الدينية على صفحات الفيديو مجالا لاكتساب المعارف الدينية	تكرار	النسبة %
نعم	132	88%
لا	18	12%
المجموع	150	100%

الجدول رقم (35): توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المكتسبة من الفيديو.

المعلومات التي اكتسبها	تكرار	النسبة %
القرآن	15	6%
معلومات متعلقة بكل ما يخص أركان الإسلام	30	12%
معلومات فقهية اتجاه قضايا دينية	24	9.6%
معلومات متعلقة بالفتاوى	8	3.2%
معلومات عامة حول الدين	107	42.8%
معلومات حول أوضاع المسلمين في العالم	66	26.4%

المجموع	*250	%100
---------	------	------



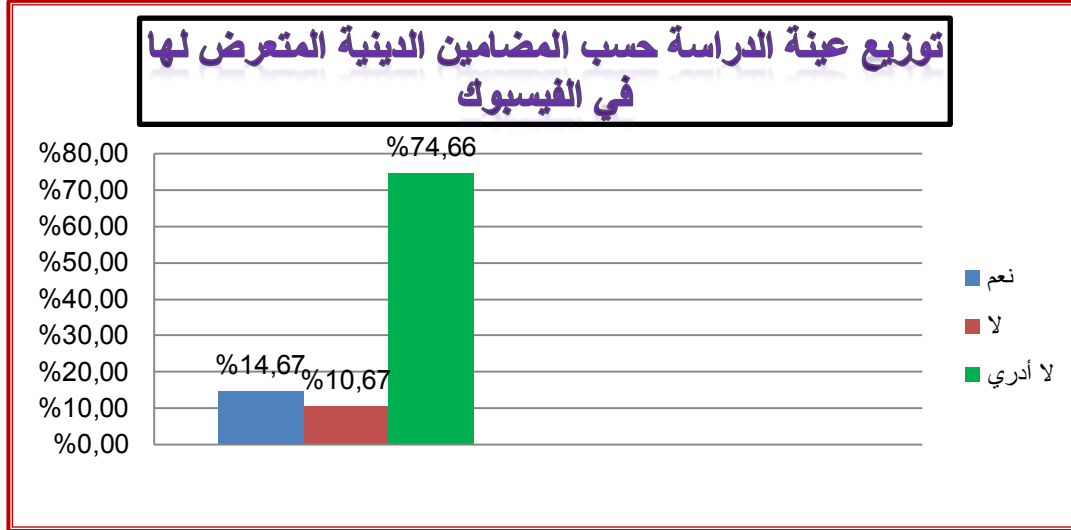
الشكل رقم (23): توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المكتسبة من الفيسبوك.

من خلال جدول (34) و (35): يتضح لنا أن نسبة (88%) من أفراد العينة اكتسبوا معارف دينية من خلال المنشورات الدينية في الفيسبوك تتمثل في معلومات عامة حول الدين بنسبة (42.8%)، ومعلومات الخاصة بأوضاع المسلمين في العالم بنسبة (26.4%)، ومعلومات المتعلقة بكل ما يخص أركان الإسلام تقدر بنسبة (12%)، ومعلومات فقهية اتجاه قضايا الدين بنسبة (9.6%)، أما القرآن بنسبة (6%)، وفي الأخير تأتي المعلومات المتعلقة بالفتاوى وتقدر نسبتها (3.2%) أما الذين لم يكتسبوا معارف وخبرات من الفيسبوك تقدر نسبتهم (12%) وهم الذين أجابوا بـ "لا". ومنه نستنتج أن أغلبية العينة استفادوا من الخبرات والمعارف الدينية في الفيسبوك.

الجدول رقم (36): توزيع أفراد العينة حسب المضامين الدينية المتعرض لها في الفيسبوك

تعتبر ما تتعرض إليه من مضامين دينية على الفيسبوك يحظى بالمصداقية	التكرار	النسبة %
نعم	22	14.67 %
لا	16	10.67 %

لا أدري	112	% 74.66
المجموع	150	% 100



الشكل رقم (24): توزيع أفراد العينة حسب المضامين الدينية المتعرض لها في الفيسبوك من خلال الجدول رقم (36): نلاحظ أن نسبة (74.66 %) من أفراد العينة يعتبرون ما يتعرضون إليه من مضامين دينية على الفيسبوك يحظى بمصداقية بنسبة متوسطة (لا أدري)، بينما تأتي نسبة (14.67 %)، من الذين يصدقون كل ما يتعرضون له من مضامين دينية، في حين نسبة (10.67 %) لا يصدقون ما يتعرضون إليه من مضامين دينية على الفيسبوك وهم الذين أجابوا بـ "لا".

ومنه نستنتج أن أغلبية أفراد العينة لا يثقون بالمضامين الدينية التي تنشر على الفيسبوك، لأنهم يعتبرون أن هناك معلومات تنشر عن الدين غير صحيحة ومشكوك فيها، كنشر أفكار الخاطئة عن ديننا الإسلامي، لأنه ليس كل ما يكتب يصدق. و محاولة التأكد من صحة المعلومات التي سمعناها أو قرأناها وذلك عن طريق الكتب الدينية أو علماء الدين .

● البدائل المقترحة من طرف الطلاب لزيادة الثقافة الدينية: (السؤال رقم 37)

- الإكثار من قراءة الكتب الدينية التوعوية.
- متابعة البرامج الدينية أو مقتطفاتها على الانترنت ومحاولة تجنب البرامج أو تلك الفيديوهات التي لا تحمل مصداقية .
- قراءة الكتب ومطالعة صفحات في الفيس بوك لها مصداقية .

- أخبار والدعوة إلى إخواننا للمسلمين في أنحاء العالم .
- مشاهدة الفتاوى الجديدة على الدين الإسلامي .
- وأكثرها دروس على الخوف من الله وطاعة الوالدين .
- المطالعة من خلال الكتب الفقهية لأهل السنة والإجماع .
- المطالعة على السيرة سيدنا مُحَمَّد ﷺ وأصحابه .
- الكتب الدينية - سماع فتاوى إتح أكثر مصداقية .
- التوسع في المطالعة وقراءة الكتب الدينية وتصفح المجموعات المهمة بالدين .
- الاطلاع على بعض كتب العقيدة الإسلامية .
- وغيرها من مقترحات من الطلاب .

خاتمة

من خلال دراستنا الموضوع البحث بكل فصوله وإجراءاته المنهجية وقد خلصنا فيه إلى النتائج الآتية وستعقبها بذكر بعض التوصيات:

أولاً: نتائج الدراسة

- يعتبر موقع الفيسبوك وسيلة من وسائل الاتصال الفاعل وتواصل مع الآخرين.
- إن التكيف والانشغال بموقع الفيسبوك يسبب العزلة الاجتماعية والاكتئاب النفسي.
- كان للمنشورات والكتابات الدينية على الحائط الفيسبوك الأثر البالغ في نشر التوعية الدينية والأخلاقية بين مختلف شرائح المجتمع وخصوصاً فئة الشباب الجامعي.
- هناك فئة طلابية كبيرة حاولت تجنب الآثار السلبية للفيسبوك من منشورات وصور وفيديوهات مخلة بالأخلاق والدين الإسلامي.
- وجود فئة كبيرة من الطلبة تشجع دور الأسرة في مراقبة أبنائها عند ارتيادهم مواقع فيسبوك ماعدا نسبة ضئيلة جدا خالف هذا الرأي.
- تقوم فئة كبيرة من الطلبة بنشر أمور دينية في صفحاتهم أو في صفحات العامة من أجل نشر التوعية وثقافية الدينية فيما بينهم، قد أثمرت هذه الخطوة في توعية الشباب.
- إن نتائج الدراسة الميدانية كشفت أن طلبة الجامعة الوادي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة كبيرة و أن مواقع الفيسبوك من بين المواقع الأكثر استخداماً، كما أن هناك نسبة معتبرة من الطلبة المدمنين على الفيسبوك وهذا مما تأثر على علاقتهم بالدراسة والعلاقات الاجتماعية وتفكيرهم، و أثر على ثقافتهم الدينية إيجاباً وسلباً في تلقي المعلومات الصحيحة والموثوق بها والسليبي في تلقي المعلومات الخاطئة و المكذوبة عن الدين الإسلامي.

ثانيا: توصيات الدراسة

- توصي الدراسة بأهمية استعمال مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " لنشر التوعية الدينية بين الفئة الطلابية.
- دعوة الطلبة الجامعيين إلى نشر التوعية والوعي الديني فيما بينهم عبر هذه المواقع.
- إنشاء مجموعات طلابية هادفة على مواقع التواصل الاجتماعي تتبنى قضايا توعوية دينية هادفة تسعى إلى إرشاد وتوجيه الشباب إلى طريق السوي.
- عدم الانشغال بالجلوس للفترات طويلة حتى لا يولد الإدمان لدى المتصفح.
- تنظيم المزيد من الدراسات والمناقشات وندوات الإعلامية حول دور مواقع التواصل الاجتماعي لما تكسبه هذه المواقع من أهمية بالغة في حياة مرتاديه.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

أولاً- المصادر:

*القرآن الكريم

*السنة النبوية:

- 1 صحيح البخاري، العلم، تحق: مُجَّد زهير بن ناصر الناصر، باب من خص بالعلم قوما دون قوم كراهية ألا تفهمو. رقم الحديث 127. (ط:1، د: طوق النجاة، 1422هـ، ج:1)،
- 2 - مُجَّد بن عبد الرحمان بن عبد الرحيم المباركفوري، تحفة الأحوزي، باب فضل علم الحديث وأهله، (ط:لا، بيروت: دار الكتب العلمية، د: ت، ج:10).
- 3 - مُجَّد عبد الله بن مسلم بن قتيبة، تأويل مختلف الحديث، ط: 2، القاهرة: دار الإشراف، المكتب الإسلامي، ج:1، 1999م).

ثانياً- المراجع:

*المعاجم والقواميس:

- 1 ابن كثير، أبو فداء الحافظ، تفسير القرآن العظيم، تحقيق مُجَّد النبأ (ط: 1، بيروت، دار ابن حزم، 1998م)، ج2 و3.
- 2 كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، انجليزي عربي، (ط:2، بيروت: دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع، مجلد1، 1994م).
- 3 مُجَّد علي التهانوي: موسوعة كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، تحقيق: علي دحيروج، تر: جورج زيناتي، (ط:1، مكتبة لبنان ناشرون، 1996، ج:1).
- 4 مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، (باب الطاء، ط: 4، مصر: مكتبة الشروق الدولية، 1425هـ/2004م).
- 5 مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، (ط:لا، المكتبة الإسلامية، اسطنبول، تركيا، ج:3). معجم اللغة العربية، معجم الوسيط، (ط:3، القاهرة: دار الفكر، 1985م، ج:1).

5- ابن منظور، لسان العرب، باب الواو، ج 51.
*الكتب بالعربية:

- 1 - احمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، (ط: 2، د: المكتبة الأكاديمية، الكويت، 1982م).
- 2 - انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك: الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، (ط: 1، الدار الجامعية للطباعة و النشر، جامعة بغداد ، 2011م).
- 3 - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، (ط: لا، القاهرة: دار الفكر العربي، 1979م).
- 4 - إبراهيم عباس، التلفزيون الجزائري والمجتمع، (دط، الجزائر، معهد علم الاجتماع، دت).
- 5 - أحمد برقاي: الدولة الوطنية وتحديات العولمة في الوطن العربي، (ط: لا، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2004م).
- 6 - أبو القاسم سعد الله، تاريخ الجزائر الثقافي، (ط 6، الجزائر: دار البصائر، 2009م، مج 5).
- 7 - خيري خليل الجميلي، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، (ط: لا، الإسكندرية: مكتب العلمي للكمبيوتر، 1999م).
- 4 - دليو فضيل وآخرون، المشاركة الديمقراطية في تيسير الجامعات (ط: 2؛ قسنطينة: مخبر علم الاجتماع والاتصال جامعة منتوري، 1426هـ/2006م).
- 5 - رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، (ط: 1، د: الفكر المعاصر، دمشق، 2000م).
- 6 - رشيدة سبتي: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، (ط: لا دار التنوير، الجزائر، 2014م).
- 7 - سامي محمد ملحم، مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (ط: 2؛ دار المسيرة، عمان، ت: لا).
- 8 - سامية أبو النصير، الصحافة الالكترونية و ثورة الفيس بوك، (ط: 1، د: المكتبة العصرية، 2014م).

- 9 - سعد بن محارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية، دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، (ط:1، جداول للنشر و التوزيع، 2011م).
- 10 - شائم بن لافي الهمزاني، تقويم الوعي الديني للمسلمين مقياس اتجاه ومستوى الوعي الديني بالتطبيق على مسلمي ألبانيا، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، قسم علم اجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، 1995م.
- 11 - صلاح مصطفى الفوال: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، (ط:لا، د: مكتبة غريب، القاهرة، 1992م).
- 12 - صلاح مؤيد العقبي، الطرق الصوفية والزوايا بالجزائر تاريخها ونشأتها، (ط: 2 خاصة، دار البصائر، 2009م).
- 13 - صونية عبدش: الشباب الجزائري و الفيسبوك بين فرص الاستخدام و معضلة الإدمان، مركز الدراسات و البحوث حول الجزائر و العالم. لا:د، لا:ط، لا:ت.
- 14 - طيب جاب الله، دور الطرق الصوفية والزوايا في المجتمع الجزائري، كلية علوم اجتماعية وإنسانية، جامعة البويرة، عدد 2013، 14م.
- 15 - عبد الجواد نور الدين محمد، الإعلام والرسالة التربوية.. ماذا يريد التربويون من الإعلاميين؟. (ط:لا، الإسكندرية: المكتب العلمي للكمبيوتر، 1999م).
- 16 - عبد الفتاح محمد العيسوي، عبد الرحمن محمد العيسوي: مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي و الفكر الحديث، دار الراتب الجامعية، 1997-1998.
- 17 - عبد الله محمد بن عبد الله الحاكم النيسابوري، فهارس المستدرك على الصحيحين، (ط:2، بيروت، دار الكتب العلمية، مج5، 2002م).
- 18 - عاطف عدلي العبد، الاتصال و الرأي العام، أسس النظرية والإسهامات العربية، (ط:لا، القاهرة: دار الهاني للطباعة، 1989م).
- 19 - عامر قنديلجي: البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، (ط: 1، د: اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 1999م).
- 20 - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، (ط: 1، دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن، 2008م).

- 21 - فاطمة عوض صابر آخرون، أسس ومبادئ البحث العلمي. (ط: 1؛ الإسكندرية: مكتبة الإشعاع، 2002م).
 - 22 - فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، (ط: لا، د: العربي للنشر و التوزيع، 2011م).
 - 23 - فوزية فهيم، الفن الإذاعي، (ط: لا، بيروت: المركز العربي للثقافة والعلوم، السلسلة الثقافية، د.ت).
 - 24 - محمد الجوهرى وآخرين، علم الاجتماع ودراسة الإعلام و الاتصال، (ط: لا، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1992م).
 - 25 - محمد حسن العامري، الإعلان في القنوات الإذاعية والتلفزيون الفضائية، (ط 1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، 2015م).
 - 26 - محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، (ط1، عمان: دار المسيرة ، 2012م).
 - 27 - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ط: 2؛ دار عالم الكتب، القاهرة، مصر؛ 2004م).
 - 28 - محمد قاسم: المدخل إلى مناهج البحث العلمي، (ط: 1، د: النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت، 1999م).
 - 29 - مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، (ط: 1؛ عمان-الأردن: مؤسسة الوراق، 2000م).
 - 30 - وائل مبارك خضر فضل الله، اثر موقع الفيسبوك علي المجتمع، ط: 1 منقحة مدونة شمس النهضة، 2010م
- *البحوث والرسائل الجامعية:**

- 1 - حمزة السيد حمزة خليل، استخدامات الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 جانفي 2011 والاشباكات المحققة منها، رسالة مقدمة للحصول على درجة ماجستير في الإعلام التربوي تخصص صحافة، جامعة طنطا، 2012م.
- 2 - سارة عازب الشيخ، دور البرامج التلفزيونية في نقد الواقع الاجتماعي، شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، دعوة وإعلام واتصال ،جامعة الوادي ، 2014م.

- 3 - سامية حمريش ،القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري، مذكرة لنيل الماجستير في علم الاجتماع الديني،كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية ، جامعة الحاج لخضر ،باتنة،2010م.
- 4 - صفية قرناي: شبكات التواصل الاجتماعي و جمهور الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة، جامعة سطيف2، 2015/2016م.
- 5 - عيساني درحيمة الطيب،اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعية ضد التطرف والتعصب ،دراسة ميدانية في جامعات الجزائر 2008،أعمال مؤتمر الإرهاب بين تطرف الفكر وفكر التطرف،جامعة الإسلامية،المدينة المنورة،30.27 مارس 2010،المحور الرابع القسم الأول.
- 6 - فريدة ميهوبي، تأثير تكنولوجيا الويب 2.0 على البنية التحريرية للخبر الصحفي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال و العلاقات العامة، جامعة المسيلة، 2015/2016م.
- 7 - لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب، دراسة ميدانية على عينة من الشباب ولاية سطيف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم وإعلام والاتصال والعلاقات العامة، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009م.
- 8 - مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيرها في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكره مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، قسم العلوم الإنسانية ، علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة 2001-2012 م.
- 9 - مليكة زيد ، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة في البيت، شهادة ماستر في العلوم الإسلامية ،تخصص دعوة والإعلام واتصال،جامعة حمه لخضر ،الوادي،2015م.

10 - هاجر جازو ، مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على العلاقات الأسرية الفيسبوك نموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص إعلام و مجتمع، جامعة سطيف 02.

11 - هند عزوز، الصحافة الجزائرية وتنمية الوعي الديني لدى القراء، لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2010م.

الكتب المترجمة:

- 1 - دارن بارني، تر، أنور الجمعاوي، المجتمع الشبكي، المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات (ط: لا، د: لا، ت: ل).
- 2 - مالك ابن نبي: ميلاد مجتمع، تر: عبد الصبور شاهين، (ط: 3، الجزائر: دار الفكر ، 1406هـ/1986م ج: 1)

*الدوريات والمجلات:

- 1 - العماري الطيب، الزوايا والطرق الصوفية بالجزائر التحول من الديني إلى الدنيوي ومن القدسي إلى سياسي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، عدد 15 جوان 2015م، الجزائر، جامعة بسكرة.
- 2 - بوشنافة احمد، ناصري نفيسة: الشبكات الاجتماعية أداة للتسويق الافتراضي، الملتقى العلمي الدولي الخامس، الجزائر.
- 3 - تويتز، شروط الخدمة و سياسة الخصوصية و توجيهات الصادرة 4 سبتمبر، 2014، هيئة تنظيم الاتصالات المصرية.
- 4 - عبد المولى السيد أبو خطوة، احمد نصحي أنيس الشربيني الباز، شبكات التواصل الاجتماعي و أثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، الجامعة الخليجية مملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، مج: 7، ع 15، 2014م.
- 5 - فؤاد عبد المنعم أحمد، التوعية الدينية، التربية الإسلامية ودور المسجد في الحد من تعاطي المخدرات، الدورة التدريبية الخاصة، قسم مكافحة المخدرات بالحرس المكّي بالمنطقة

الوسطي، الرياض - خلال الفترة من 24 / 3 - 1430/4/5 هـ الموافق من 21/3 - 2009/4/1 م.

- 6 - مراد زعمي: مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة.
- 7 - ناصر علي مهدي، موسى عبد الرحيم حلس، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من الطلاب، كلية الآداب، جامعة الأزهر، بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، 2010م، مج 12، ع 1.
- 8 - نسيم أحمد البطريق وعادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة و التلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2005م

* المواقع الالكترونية:

- 1 - الزبير مهداد، التأثير السلبي للإعلام الجديد في الجانب الديني للشباب، قسم الدين وقضايا المجتمع الراهنة، من موقع مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث www.mominoun.com، بتاريخ 18/30/2017م، على الساعة 23:56.
- 2 - العنوان المخدرات والعقاقير النفسية وأضرارها سلباتها على الفرد والمجتمع وكيفية الوقاية منها مجلة البحوث الإسلامية تصفح برقم المجلد العدد 32، ج 32، ص 285. تمت زيارة الموقع www.alifta.net في 25/12/2016م على الساعة 12:10
- 3 - آمنة نبیح، خصائص المدونات الالكترونية، شبكة ضياء للمؤتمرات والدراسات <http://diae.net/7807>، و بتاريخ 10/03/2017م على الساعة 22:30.
- 4 - أريج الشيشاني، مقال أهداف الجمعية الخيرية، من موقع موضوع <http://mawdoo3.com> بتاريخ 12/04/2017م، على ساعة 20:43.
- 5 - إسحاق العقلة، مفهوم القنوات الفضائية، آخر تحديث 14:05 بتاريخ 18 أوت 2012م، من موقع الموضوع <http://mawdoo3.com> بتاريخ 19/04/2017م، على ساعة 18:12.
- 6 - إعداد مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، نشر جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، ط 1، قمنا بزيارة موقع سوفتوار www.softwar-lb.org 2016م.

- 7 - حامد شاكر العاني، دليل هداية الأسرة المسلمة، من موقع مكتبة الألوكة،
www.alukah.net بتاريخ 2017/03/11م على الساعة 00:30
- 8 - حامد مُجَّد شعبان، مقال التوعية الدينية... ودور الأسرة، بوابة الأهرام، بتاريخ
 2017/03/21م على الساعة 20:39 من موقع
<http://www.ahram.org.eg>
- 9 - رندا مصطفى، أهمية المسجد و دوره في حياة الفرد والمجتمع، قمنا بزيارة الموقع الموضوع
[http: mawdoo3.com](http://mawdoo3.com) بتاريخ 2017/03/13م على الساعة 22:30.
- 10 - صونية عبديش، (ملخص) الشباب الجزائري و الفيسبوك بين فرص الاستخدام والعضلة
 الإدمان، قمنا بزيارة الموقع www.arabmediasociety.com بتاريخ 2017/03/20م على الساعة
 14:23.
- 11 - عبد الحميد شمس الدين، كيف استخدام الفيسبوك، آخر تحديث 2016/2/16 على
 الساعة 10:39، من موقع الموضوع <http://mawdoo3.com> بتاريخ
 2017/4/20م على ساعة 20:15.
- 12 - عثمان الطاهات، المدرسة ودورها في التوعية الطلبة بنبد التطرف، قمنا بزيارة الموقع عمون
 صوت الأغلبية الصامتة www.ammonnews.net بتاريخ 2017/03/24م
 على الساعة 16:01.
- 13 - علماء يحذرون من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد ومعتقداتهم،
 صحيفة يومية تصدر عن مؤسسة المدينة للصحافة و النشر، موقع المدينة،
www.al-madina.com بتاريخ 2017/03/18م، على الساعة 14:55.
- 14 - عبد الله الرفاعي، مقال الجمعيات الخيرية ومواقع التواصل الاجتماعي بين: الاستغلال و
 الاستفادة؟!، من موقع مجلة الخطوة [http: alkhatwa.sa](http://alkhatwa.sa) ، بتاريخ
 2017/03/11، على الساعة 16:38.
- 15 - مُجَّد بومشرة، مقال علاقة شيوخ جمعية العلماء المسلمين الجزائريين بشيوخ الزّوايا، ت
 2017/02/2م على الساعة التاسعة صباحا من موقع الشيخ عبد الحميد ابن باديس
<http://binbadis.net> ، بتاريخ 2017/04/20م على الساعة 21:55.

16 - مروة بشير: فتنة الفيسبوك، (مقال) مجلة الأهرام، ع: 46183 ت: 17 ماي 2013م، قمنا بزيارة موقع الأهرام www.ahram.org.eg 2017/03/30 م على ساعة .. 00:00

17 - مزنة مبارك الجريد، مقال توعية الأسرة لتحقيق الحصانة الفكرية للأبناء، الرياض، قمنا بزيارة هذا الموقع www.alriyadh.com بتاريخ 2017/03/21 م، على الساعة 13:02.

18 - ملخص التأثير لوسائل التواصل الاجتماعي (الواتس آب و الفيسبوك) على الشباب، دراسة بحثية مطبقة في سلطنة عمان/ محور الإعلام ما له وما علي، الموقع شبكة الألوكة www.alukah.net، بتاريخ 2017 /30/21 م، على ساعة 00:00.

* الكتب الأجنبية:

- 1- Abdullah al-daboubi : the impact of social networking sites on applied science university students, International Journal of Humanities and Social Science, Vol. 4, No. 10(1), August 2014.
- 2- Amy Y. Chou, david c. chou: Information System Characteristics and Social Network Software Adoption.
- 3 - Antony mayfield : what is social media ? from icrossing.

الملاحق

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين

تخصص دعوة وإعلام واتصال

-استمارة استبيان -

الملحق رقم (01) قبل التعديل

الموضوع:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية

الفيسبوك أمودجا

دراسة ميدانية على الطلبة الجامعيين

في إطار انجاز مذكرة ماستر تحت عنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية

الفيسبوك أمودجا" دراسة ميدانية على الطلبة الجامعيين ، 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

1. الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
2. السن: أقل من 20 ☐ من 20 إلى 25 ☐ أكثر من 25 ☐
3. الشهادة المحضرة: ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐
4. التخصص: العلوم الاجتماعية والإنسانية ☐
- علوم إسلامية ☐
- علوم تكنولوجيا ☐
- تخصص آخر: أذكره:
5. هل تمارس مهنة معينة: نعم ☐ لا ☐
- في حالة نعم.. نوع المهنة:
6. هل تمارس نشاطا جمعويا: نعم ☐ لا ☐
- في حالة نعم.. أذكر نوعية النشاط:

المحور الثاني: مستوى التفاعل والاستخدام الفيسبوك facebook

7. هل تستخدم الفيسبوك؟
- نعم ☐ لا ☐
8. في حالة نعم.. منذ متى وأنت تستخدم الفيسبوك؟
- منذ سنة أو أقل ☐ منذ سنة إلى سنتين ☐ أكثر من ثلاث سنوات ☐
9. هل تتصفح الفيسبوك؟
- يومية ☐ أسبوعيا ☐ شهريا ☐ حسب الظروف ☐
10. كم من الوقت تقضيه وأنت تتصفح الفيسبوك؟
- ساعة أو أقل ☐ من ساعة إلى ساعتين ☐ أكثر من ساعتين ☐

11. ماهي الأماكن التي تتصفح فيها الفيسبوك؟

البيت الهاتف النقال مقهى الإنترنت
انترنت الجامعة

12. عندما تتصفح الفيسبوك هل:

تقرأ وتعلق على ما ورد
تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء
تضع أفكارك على صفحتك
تدردش مع أصدقائك

13. ماهي غايتك من استخدام الفيسبوك ؟

البحث العلمي اكتساب معارف وخبرات التسلية والترفيه

إنشاء علاقات جديدة متابعة الأخبار والأحداث

14. على أي أساس تختار أصدقاءك في الفيسبوك ؟

المستوى المعرفي والثقافي عن طريق صديق
علاقة قرابة والصداقة بشكل عشوائي

المحور الثالث: مدى تأثير الفيسبوك على التوعية الدينية.

15. هل تثق بالمعلومات التي تتحصل عليها من الفيسبوك ؟

أثق بدرجة كبيرة أثق بدرجة متوسطة
أثق بدرجة صغيرة لا أثق بها

16. أثر الفيسبوك على حياتك؟

ايجابي ☐ سلبي ☐ لا تأثير له ☐

17. هذه التأثيرات أثرت على علاقتك :

بدراستك ☐ عملك ☐ علاقاتك الاجتماعية ☐
تفكيرك ☐

18. هل تحاول تجنب الآثار السلبية للفيسبوك؟

نعم ☐ لا ☐

19. هل تعتبر نفسك مدمن فيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐

20. هل تحب /ين المناقشات وتبادل الآراء المختلفة حول قضية ما مع أصدقائك في الفيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐

21. كيف ترى تأثير الفيسبوك على علاقتك بالمحيط ؟

تجعلك انطوائي ولا تحب الناس ☐

تنقص من مهارات التواصل الاجتماعي لديك ☐

لا تؤثر عليك أبدا ☐

22. هل تشجع دور الأسرة في مراقبة أبنائها عند استخدام الفيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐

23. هل تشارك وتتفاعل على هذه الشبكة ؟

أنا مجرد قارئ ☐

أنا مشارك فعال ☐

24. هل أثرت فيك أشكال التوعية الدينية ؟

أثرت كثيرا ☐ نوعاً ما ☐ لم تؤثر ☐

-ما نوع هذا التأثير ؟

إيجابي ☐ سلبي ☐

25. هل تتعرض للمنشورات الدينية بشكل:

دائم ☐ أحياناً ☐ لا تتعرض أبداً ☐

26. ما طبيعة المنشورات التي تتعرض لها :

صور ☐ فيديوهات ☐ كتابات على حائط الفيسبوك ☐

27. ما مجالات المنشورات الدينية على الفيسبوك:

أساسيات في الإسلام... الخ ☐ قضايا فقهية ☐ فتاوى ☐

28. هل تقوم بنشر أمور دينية في الفيسبوك سواء في صفحتك أو في الصفحات العامة:

نعم ☐ لا ☐

ما طبيعة المنشورات التي تقوم بنشرها :

المواعظ القصيرة ☐

الآيات القرآنية والأحاديث الشريفة ☐

الأدعية والمأثورات ☐

الفتاوى

☐

التعليق على حدث معاصر

☐

29. هل تغيرت أفكارك اتجاه معارفك الدينية السابقة لدى تعرضك للفيديو:

☐

لا

☐

نعم

30. هل فتحت لك المنشورات الدينية على صفحات الفيديو مجالاً لاكتساب المعارف الدينية:

☐

لا

☐

نعم

31. إن كان الجواب نعم، فما نوع المعلومات التي اكتسبتها:

☐

- معلومات متعلقة بكل ما يخص أركان الإسلام

☐

- معلومات فقهية تجاه قضايا دينية

☐

- معلومات متعلقة بالفتاوى

☐

- معلومات عامة حول الدين

☐

- معلومات حول أوضاع المسلمين في العالم

32. هل تعتبر ما تتعرض إليه من مضامين دينية على الفيديو يحظى بمصداقية:

☐

لا أدري

☐

لا

☐

نعم

33. ما هي البدائل التي تلجأ إليها لزيادة ثقافتك الدينية:

.....

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين

تخصص دعوة وإعلام واتصال

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

-استمارة استبيان -

الملحق رقم (02) بعد التعديل

الموضوع:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية

الفيسبوك أمودجا

دراسة ميدانية على الطلبة الجامعيين

في إطار انجاز مذكرة ماستر تحت عنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية

الفيسبوك أمودجا" دراسة ميدانية على الطلبة الجامعيين ، 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

1. الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
2. السن: أقل من 22 ☐ من 22 إلى 25 ☐ أكثر من 25 ☐
3. الشهادة المستوى السنة : ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐
4. الكليات: كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ☐
- كلية التكنولوجيا ☐
- كلية العلوم الإدارية و القانونية و العلوم السياسية ☐
- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ☐
- كلية الآداب و اللغات الأجنبية ☐
5. هل تمارس وظيفة معينة : نعم ☐ لا ☐
- في حالة نعم نوع الوظيفة: طالب ☐ موظف إداري ☐ عامل حر ☐

المحور الثاني: مستوى التفاعل والاستخدام الفيسبوك facebook

6. هل تستخدم الفيسبوك؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

7. منذ متى وأنت تستخدم الفيسبوك ؟

منذ أقل من سنة ☐ منذ سنة إلى ثلاث سنوات ☐

أكثر من ثلاث سنوات ☐

8. ما مدى تتصفح الفيسبوك ؟

يومية ☐ أسبوعيا ☐ شهريا ☐ حسب الظروف ☐

9. كم من الوقت تقضيه عندما تتصفح الفيسبوك؟

أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى ساعتين ☐ أكثر من ساعتين ☐

10. ماهي الأماكن التي تتصفح فيها الفيسبوك؟

البيت مقهى الإنترنت النقل الجامعي في الجامعة

11. وسائل الولوج بالفيسبوك:

الكمبيوتر الشخصي الهاتف النقال مقهى الإنترنت
إنترنت الجامعة

12. عندما تتصفح الفيسبوك هل:

تقرأ وتعلق على ما ورد

تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء

تضع أفكارك على صفحتك

تدردش مع أصدقاءك

13. ماهي غايتك من استخدام الفيسبوك ؟

البحث العلمي اكتساب معارف وخبرات التسلية والترفيه

إنشاء علاقات جديدة متابعة الأخبار والأحداث

14. هل تثق بالمعلومات التي تتحصل عليها من الفيسبوك ؟

أثق بدرجة كبيرة أثق بدرجة متوسطة

أثق بدرجة صغيرة لا أثق بها

15. على أي أساس تختار أصدقائك في الفيسبوك ؟

المستوى المعرفي والثقافي عن طريق صديق

علاقة قرابة والصداقة بشكل عشوائي

16. اثر الفيسبوك على حياتك؟

ايجابي ☐ سلبي ☐ لا تأثير له ☐

17. هذه التأثيرات أثرت على علاقتك :

بدراستك ☐ عملك ☐ علاقاتك الاجتماعية ☐
تفكيرك ☐ لا تأثير ☐

18. هل تعتبر نفسك مدمن فيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐

19. كيف ترى تأثير الفيسبوك على علاقتك بالمحيط ؟

تجعلك انطوائي ولا تحب الناس ☐

تنقص من مهارات التواصل الاجتماعي لدي ☐

لا تؤثر علي أبدا ☐

المحور الثالث: مدى تأثير الفيسبوك على التوعية الدينية

20. هل تمارس نشاط جمعويا: نعم ☐ لا ☐

21. هل تحاول تجنب الآثار السلبية للفيسبوك؟

نعم ☐ لا ☐

22. هل تحب/ين المناقشات وتبادل الآراء المختلفة حول قضية ما مع أصدقائك في الفيس بوك ؟

نعم ☐ لا ☐

في حالة نعم أذكر نوعية النشاط:

23. هل تشجع دور الأسرة في مراقبة أبناءها عند استخدام الفيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐

24. هل لك المشاركة و التفاعل على هذه الشبكة ؟

أنا مجرد قارئ ☐

أنا أشارك و فعال ☐

25. هل أثرت فيك أشكال التوعية الدينية ؟

أثرت كثيرا ☐ نوعاً ما ☐ لم تأثير ☐

- ما نوع هذا التأثير ؟

إيجابي ☐ سلبي ☐

26. هل تتعرض للمنشورات الدينية بشكل:

دائم ☐ أحيانا ☐ لا تتعرض أبدا ☐

27. ما طبيعة المنشورات التي تتعرض لها :

صور ☐ فيديوهات ☐ كتابات على حائط الفايسبوك ☐

28. ما مجالات المنشورات الدينية على الفيسبوك:

فتاوي ☐ قضايا فقهية ☐ تاريخ ☐

القرآن وأحاديث ☐ قصص دينية ☐ حكم ☐

29. هل تقوم بنشر أمور دينية في الفيسبوك سواء في صفحتك او في الصفحات العامة:

نعم ☐ لا ☐

في حالة نعم ما طبيعة المنشورات التي تقوم بنشرها:

المواظب القصيرة ☐

الآيات القرآنية والأحاديث الشريفة ☐

الأدعية والمأثورات ☐

الفتاوى ☐

التعليق على حدث معاصر ☐

30. هل تغيرت أفكارك اتجاه معارفك الدينية السابقة لدى تعرضك للفيديو:

بشكل كبير ☐ بشكل متوسط ☐ بشكل ضعيف ☐

31. هل فتحت لك المنشورات الدينية على صفحات الفيديو مجالا لاكتساب المعارف الدينية:

نعم ☐ لا ☐

32. إذا كان نعم، فما نوع المعلومات التي اكتسبتها:

- القرآن ☐

- معلومات متعلقة بكل ما يخص أركان الإسلام ☐

- معلومات فقهية اتجاه قضايا دينية ☐

- معلومات متعلقة بالفتاوى ☐

- معلومات عامة حول الدين ☐

- معلومات حول أوضاع المسلمين في العالم ☐

33. هل تعتبر ما تتعرض إليه من مضامين دينية على الفيديو يحظى بمصداقية:

☐

لا أدري

☐

لا

☐

نعم

34. ما هي البدائل التي تلجأ إليها لزيادة ثقافتك الدينية ؟

.....

فهرس الاشكال

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجداول	الصفحة
01	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	77
02	توزيع عينة الدراسة حسب السن	78
03	توزيع عينة الدراسة حسب الشهادة المحضرة	78
04	توزع عينة الدراسة حسب الكليات	79
05	توزيع عينة الدراسة حسب ممارسة الوظيفة	79
06	توزيع عينة الدراسة حسب نوع الوظيفة	80
07	توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الفيسبوك	81
08	توزيع عينة الدراسة حسب أماكن تصفح الفيسبوك	82
09	توزيع عينة الدراسة حسب الوقت المستغرق في استخدام الفيسبوك	83
10	توزيع عينة الدراسة حسب مدة استخدام الفيسبوك	84
11	توزيع العينة الدراسة حسب التصفح الفيسبوك	85
12	توزيع عينة الدراسة حسب وسائل الولوج بالفيسبوك	85

87	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب عندما تصفح الفيسبوك	13
88	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الغاية من استخدام الفيسبوك	14
89	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الثقة بالمعلومات المتحصل عليها من طرف الفيسبوك	15
91	يوضح توزيع عينة الدراسة على حسب اختيار الأصدقاء في الفيسبوك	16
91	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أثر الفيسبوك على حياتك	17
92	توزيع عينة الدراسة على التأثيرات الفيسبوك	18
93	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الإدمان على الفيسبوك	19
94	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تأثير الفيسبوك على العلاقة بالمحيط	20
95	توزيع العينة الدراسة حسب ممارسة النشاط الجماعي	21
96	توزيع عينة الدراسة حسب تجنب الآثار السلبية للفيسبوك	22
97	توزيع عينة الدراسة على حسب المناقشات وتبادل الآراء المختلفة حول قضية ما مع الأصدقاء في الفيسبوك.	23
98	توزيع عينة الدراسة حول تشجيع دور الأسرة في مراقبة أبنائها عند استخدام الفيسبوك	24

99	توزيع عينة الدراسة حسب المشاركة والتفاعل على هذه الشبكة	25
100	توزيع عينة الدراسة على آثار أشكال التوعية الدينية	26
100	توزيع عينة الدراسة على نوع تأثير أشكال التوعية الدينية	27
101	توزيع عينة الدراسة حسب التعرض للمنشورات الدينية	28
102	توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة المنشورات المتعرض لها	29
103	توزيع عينة الدراسة حسب مجالات المنشورات الدينية على الفيسبوك	30
104	توزيع عينة الدراسة حسب نشر الأمور الدينية في الفيسبوك في صفحتك أو في الصفحات العامة	31
105	توزيع العينة الدراسة حسب طبيعة المنشورات التي تقوم بنشرها	32
106	توزيع أفراد العينة حسب تغير أفكار اتجاه معارف الدينية السابقة عند التعرض للفيسبوك	33
107	توزيع أفراد العينة حسب المنشورات الدينية على صفحات الفيسبوك مجالا لاكتساب المعارف الدينية	34
107	توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المكتسبة من الفيسبوك.	35
108	توزيع أفراد العينة حسب المضامين الدينية المتعرض لها في الفيسبوك	36

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الأشكال	الرقم
77	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	01
81	توزيع عينة حسب استخدام الفيسبوك	02
84	توزيع العينة الدراسة حسب أماكن التصفح	03
86	توزيع عينة الدراسة حسب وسائل الولوج بالفيسبوك	04
87	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب عندما تصفح الفيسبوك	05
88	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الغاية من استخدام الفيسبوك	06
90	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الثقة بالمعلومات المتحصل عليها من طرف الفيسبوك	07
91	يوضح توزيع عينة الدراسة على حسب اختيار الأصدقاء في الفيسبوك	08
93	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أثر الفيسبوك على حياتك	09
94	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الإدمان على الفيسبوك	10
95	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تأثير الفيسبوك على العلاقة بالمحيط	11
96	توزيع العينة الدراسة حسب ممارسة النشاط الجماعي	12

96	توزيع عينة الدراسة حسب تجنب الآثار السلبية للفيسبوك	13
97	توزيع عينة الدراسة على حسب المناقشات وتبادل الآراء المختلفة حول قضية ما مع الأصدقاء في الفيسبوك.	14
99	توزيع عينة الدراسة حول تشجيع دور الأسرة في مراقبة أبنائها عند استخدام الفيسبوك	15
100	توزيع عينة الدراسة على نوع تأثير أشكال التوعية الدينية	16
101	توزيع عينة الدراسة حسب التعرض للمنشورات الدينية	17
102	توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة المنشورات المتعرض لها	18
103	توزيع عينة الدراسة حسب مجالات المنشورات الدينية على الفيسبوك	19
104	توزيع عينة الدراسة حسب نشر الأمور الدينية في الفيسبوك في صفحتك أو في الصفحات العامة	20
105	توزيع العينة الدراسة حسب طبيعة المنشورات التي تقوم بنشرها	21
106	توزيع أفراد العينة حسب تغير أفكار اتجاه معارف الدينية السابقة عند التعرض للفيسبوك	22
108	توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المكتسبة من الفيسبوك.	23
109	توزيع أفراد العينة حسب المضامين الدينية المتعرض لها في الفيسبوك	24

فهرس الآيات القرآنية :

الرقم	الآية	السورة	رقم الآية
01	وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ	البقرة	١٩٥
02	إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ ^ق	آل عمران	١٩
03	وَمَنْ يَبْتَغِ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ وَهُوَ فِي الْآخِرَةِ مِنَ الْخَاسِرِينَ	آل عمران	٨٥
04	كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ^ق وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ	آل عمران	١١٠
05	وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رِجَالًا نُوْحِي إِلَيْهِمْ فَسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ	النحل	٤٣
06	إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ^ج وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ	النور	١
07	وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً ^ج إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ	الروم	٢١

		يَتَفَكَّرُونَ	
٨٦ - ٨٧	الواقعة	فَلَوْلَا إِنْ كُنْتُمْ غَيْرَ مَدِينِينَ ﴿٨٦﴾ تَرْجِعُونَهَا إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ	08
١٢	الحاقة	لِنَجْعَلَهَا لَكُمْ تَذْكِرَةً وَتَعِيَهَا أُذُنٌ وَاعِيَةٌ	09
٢٣	الانشقاق	وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا يُوعُونَ	10

جدول الأحاديث

الرقم	الحديث	راوي الحديث
01	فرب مبلغ أو عي من سامع	رواه البخاري
02	نضر الله عبدا سمع مقالتي فوعاها فأعادها كما سمعها	رواه الترمذي
03	قروا القرآن ولا تغرركم هذه المصاحف، فإن الله لا يعذب بالنار قلبا وعى القرآن	أخرجه الدرامي في سننه
04	حدثوا الناس بما يعرفون أتحبون أن يكذب الله ورسوله	رواه البخاري

فهرس المحتويات

فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
شكر والتقدير.....	
إهداء.....	
ملخص الدراسة بالعربية.....	
ملخص الدراسة بالإنجليزية.....	
مقدمة	أ - ب
الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة	
1 - تحديد الإشكالية	11
2 - مفاهيم الدراسة	12
3 - الدراسات السابقة	15
4 - أسباب اختيار الدراسة و أهميتها	20
5 - أهداف الدراسة	21
6 - منهج وأداة الدراسة	21
7 - مجالات الدراسة	24
8 - مجتمع وعينة الدراسة	24
الفصل الثاني: التوعية الدينية	
تمهيد.....	28
المبحث الأول: ماهية الوعي الديني و التوعية الدينية.....	28
المطلب الأول: مفهوم الوعي الديني.....	28
1 - تعريف الوعي الديني لغة واصطلاحا	29

30	2 - مفهوم الوعي الديني.....
30	المطلب الثاني: مفهوم التوعية الدينية.....
31	1 - تعريف التوعية.....
31	2 - تعريف الدين.....
33	3 - مفهوم التوعية الدينية.....
34	المبحث الثاني: طرق التوعية الدينية (عوامل تشكيل الوعي الديني).....
34	المطلب الأول: الإرث الثقافي.....
35	المطلب الثاني: الأسرة والمدرسة.....
35	الفرع الأول: الأسرة.....
37	الفرع الثاني: المدرسة.....
39	المطلب الثالث : المساجد والزوايا و جمعيات الدينية.....
39	الفرع الأول: المساجد.....
40	الفرع الثاني: الزوايا.....
42	الفرع الثالث: جمعيات الدينية.....
44	المطلب الرابع: وسائل الإعلام.....
44	الفرع الأول: تعريف الإذاعة.....
45	● دور الإذاعة في توعية الشباب.....
46	الفرع الثاني: تعريف التلفزيون.....
48	● دور التلفزيون في التوعية الشباب.....
49	الفرع الثالث: الانترنت.....
50	المبحث الثالث: اثر التوعية الدينية على الفرد والأسرة والمجتمع.....
50	المطلب الأول: على الفرد.....
52	المطلب الثاني:على الأسرة.....

54	المطلب الثالث: على المجتمع.....
57	خلاصة.....
الفصل الثالث: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي	
60	تمهيد.....
60	المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.....
60	المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.....
63	المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....
64	المطلب الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي.....
66	1 - المدونات
67	2 - تويتر.....
68	3 - المنتديات.....
68	4 - يوتيوب.....
68	5 - فليكر.....
69	6 - ماي سبيس.....
69	المبحث الثاني: نشأة وتعريف الفيسبوك وسماته.....
69	المطلب الأول: نشأة وتعريف الفيسبوك.....
72	المطلب الثاني : سمات الفيسبوك
73	خلاصة.....
الفصل الرابع: الإطار الميداني للدراسة	
76	تمهيد
81	مستوى التفاعل واستخدام الفيسبوك.....

95	مدى تأثير الفيسبوك على التوعية الدينية
112	الخلاصة.....
114	قائمة المصادر والمراجع.....
123	ملاحق.....
136	فهرس الجداول.....
139	فهرس الأشكال.....
141	فهرس الآيات والآحاديث.....
143	فهرس الموضوعات.....