

## الشباب وممارسة الشعائر الدينية في عصر الميديا الجديدة

## دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المدية

Young People and Practicing Religious Rituals in the  
Age of New Media - A study field on a sample students  
of Medea University

مصطفى سحاري\*

قسم الإعلام والاتصال - جامعة المدية - الجزائر

[sehari.mustapha@univ-medea.dz](mailto:sehari.mustapha@univ-medea.dz)

تاريخ الاستلام: 2020/06/06 تاريخ القبول للنشر: 2021/05/29 تاريخ النشر: 2022/01/01

## ملخص

تهدف الدراسة إلى البحث في أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة الشعائر الدينية لدى الشباب الجامعي، عبر اختبار فرضيتين أساسيتين بناء على نظرية الحضور الاجتماعي. وبعد إجراء الدراسة الميدانية على طلبة جامعة المدية وتحليل النتائج؛ تبين أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الطلبة لا يؤثر بالسلب على الطالب الجامعي من ناحية ممارسة الشعائر الدينية. بل بالعكس، فقد أكد هؤلاء فرضية

\* المؤلف المراسل.

الأثر الإيجابي لهذه المواقع.

وعلى هذا الأساس أكدت نتائج الدراسة العديد من الإيجابيات مثل انخراط الطالب في المشروعات الخيرية الهادفة، ومساعدة المحتاجين، وتعزيز العلاقة بالآباء والأقارب، إضافة إلى التمسك بالواجبات الدينية، وتأكيد الحضور الاجتماعي للطالب في الفضاء الافتراضي مناقشة وتفاعلا مع الآخرين.

**الكلمات المفتاحية:** الميديا الجديدة، مواقع التواصل الاجتماعي، الشعائر الدينية، الشباب الجامعي، الحضور الاجتماعي.

### Abstract:

This study aims to investigate the effect of using social media on practicing religious rituals on youth of university of Medea, by testing two basic hypotheses based on the theory of social presence in the virtual space. After conducting the study field on a sample of the student of Medea University and analysing the results. The study indications that the use of social media from the viewpoint of these students does not negatively affect the university student in terms of practicing religious rituals. In contrast, they affirmed the hypothesis of the positive effects of these sites on the university student.

On this basis, the results of the study confirm several positives effects, such as the students of the university involvement in charitable projects aimed to help the needy people, respecting the other, strengthening the relationship with parents, and relatives. In addition adhering to religious duties and confirming the student's social presence in the virtual space, discussing and interacting with others.

**Keywords:** New Media, social media, religious rituals, Youth University, Social Presence.

## مقدمة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي، وبخاصة في العشر سنوات الأخيرة جزءاً لا يتجزأ من حياة الكثير من الأفراد والجماعات، ويظهر هذا جلياً من خلال انتشارها السريع في المجتمعات، ثم إن استخدامها والإقبال عليها لا يقتصر على فئة عمرية أو فكرية معينة، أو جنس أو مجتمع بعينه، بل إن الأمر متاح للجميع بغض النظر عن المستويات الفكرية والمشارب العقائدية، كما أنّ هذه الوسائل وبحكم جاذبيتها لا تقف عند حد معين، فهي دائماً في تجدد مستمر وتأقلم مع المتغيرات الراهنة، الأمر الذي زاد من إقبال الأفراد عليها والتعلق بها.

وبالرغم من تأخر الجزائر نسبياً - حتى عن بعض الدول العربية - في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، التي بدأ الانتشار والاستخدام الفعلي لها في أوساط المجتمع الجزائري أواخر العشرية الأولى من الألفية الثالثة، لكنها في الخمس السنوات الأخيرة عرفت أرقاما قياسية في عدد مستخدمي هذه المواقع، إذ وصل عدد مستخدمي الفايسبوك مثلا إلى 19 مليون مستخدم إلى غاية 31 ديسمبر 2019<sup>(1)</sup>.

ومع هذا التطور الكبير في عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، خاصة لدى فئة الشباب، فرضت عدة تساؤلات نفسها بقوة من قبيل: هل يمكن لهذه الوسائل أن تكون مصدرا لاكتساب الثقافة والمعرفة وتطوير الذات وتحسين العلاقات الاجتماعية؟ أم أن آثارها السلبية ستكون السمة الغالبة؟ وهل ستعزل هذه الوسائل الأفراد عن أسرهم ومجتمعاتهم وحتى عن دينهم، وبالتالي غياب الحضور الاجتماعي لديهم؟ أم أنها

ستكون عاملا مهما في تعزيز علاقة الأفراد بدينهم والتمسك بمختلف الشعائر التي يقوم عليها الدين الإسلامي؟

بناء على التساؤلات السابقة، فإنَّ الدراسة تستهدف معرفة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة الشعائر الدينية لدى الشباب الجامعي، وهذا من خلال القيام بدراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المدينة لاستجلاء طبيعة الأثر الذي تتركه هذه الوسائل على الطالب الجامعي، سواء كان هذا الأثر سلبيا أو إيجابيا، باختبار فرضيتين أساسيتين في إطار نظرية الحضور الاجتماعي، الفرضية الأولى ذات اتجاه إيجابي، أما الثانية فهي ذات اتجاه سلبي.

## I. الإطار المنهجي للدراسة:

### الإشكالية:

ينتج عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للشباب في المجتمعات الإسلامية عامة والشباب الجامعي على وجه الخصوص أثار إيجابية وأخرى سلبية، فالآثار الإيجابية تتمثل في اكتساب الطلاب لخبرات معرفية وعلمية وتحقيق التواصل العلمي والمعرفي، الثقافي والاجتماعي، من خلال تبادل الخبرات والمحادثة والنقاش حول الكثير من القضايا ذات الصلة بالحياة العلمية، والاجتماعية، والسياسية، والدينية، ولكن بالمقابل، فإنَّ لهذه المواقع الكثير من السلبيات على الطالب الجامعي، وأكثر هذه السلبيات شيوعا، ظاهرة العزلة الاجتماعية، والاعتراب، والارتباط بالمجتمع الافتراضي والابتعاد عن الواقع الحقيقي؛ مما يفقد الطالب القدرة على تأدية دوره ومسؤولياته الاجتماعية والدينية، سواء

الشباب وممارسة الشعائر الدينية في عصر الميديا الجديدة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المدينة

د. مصطفى سحاري

كانت هذه الواجبات والشعائر الدينية تمسه كفرد فيما يتعلق بأمر دينه، أو تقع عليه تجاه مجتمعه. وعليه جاءت هذه الدراسة لمعرفة ما إذا كان لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثرٌ في ممارسة الشعائر الدينية عند الشباب الجامعي، سواء كان هذا الأثر إيجابياً أو سلبياً. وعلى هذا الأساس فالسؤال المحوري الذي تنبني عليه الإشكالية هو:

**هل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثر في ممارسة الشعائر الدينية لدى الشباب الجامعي بالمدينة؟**

**فرضيات الدراسة:** أراد الباحث في هذه الدراسة اختبار الفرضيتين التاليتين.

1. يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالإيجاب على الشباب الجامعي بالمدينة فيما يتعلق بممارسة الشعائر الدينية.
2. يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالسلب على الشباب الجامعي بالمدينة فيما يتعلق بممارسة الشعائر الدينية.

**أهمية الدراسة:** بالرغم من وجود الكثير من الدراسات التي تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي اجتماعياً، ونفسياً، وسياسياً وثقافياً...، إلا أن هذه الدراسة تختلف عن الدراسات الأخرى في كونها تركز على عنصر أساسي في حياة الفرد المسلم، هذا العنصر هو سر وجود الإنسان المسلم على هذه الأرض والمتمثل في عمارة الأرض وعبادة الله، وبعبارة أخرى ممارسة الشعائر الدينية، سواء كانت هذه الشعائر فرائضاً وواجبات أو سنناً حثَّ عليها الرسول صلى الله عليه وسلم، خاصة في ظل انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل غير مسبوق، وعليه، فإنَّ هذه الدراسة تتجلى أهميتها من خلال ما يلي:

✓ تتناول الدراسة قضية دينية هامة، وهي ممارسة الشعائر الدينية.

✓ تتناول الدراسة ظاهرة أصبحت السمة البارزة لمجتمعات

العصر الحالي، وهي ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل بين الأفراد والجماعات، وفي عديد مجالات الحياة الأخرى.

✓ الدراسة الميدانية تمس فئة هامة في المجتمع الجزائري، وهي فئة

الشباب الجامعي التي هي عماد وأساس نهضة الأمم وبقائها، وهي الفئة الحاملة للدور الأكبر في الإنتاج والتطور.

الخلفية النظرية للدراسة: تركز هذه الدراسة على نظرية الحضور الاجتماعي<sup>(2)</sup>، إذ

تقوم هذه النظرية على فكرة التفاعل الاجتماعي بين الأفراد أثناء التواصل ودرجة الحضور الاجتماعي لهؤلاء الأفراد الذي يعتمد على التواصل المباشر مع الآخر، حيث تقاس درجة الحضور هنا بدرجة وعي الشخص بالتفاعل الافتراضي غير الثابت وغير الواقعي<sup>(3)</sup> خلف شاشة الهاتف الذكي أو الكمبيوتر أو الألواح الإلكترونية.

فالحضور الاجتماعي هو قدرة المشاركين في التواصل عبر الإنترنت على تقديم

أنفسهم اجتماعيا وعاطفيا كأشخاص حقيقيين وصادقين في آرائهم وانفعالاتهم عبر الوسيلة الاتصالية المستخدمة على غرار مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

تتأكد أهمية هذه النظرية في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وتزايد عدد

مستخدميها في العالم، حيث تدرس تأثير هذه المواقع على التفاعل الاجتماعي في ظل قلة

الحضور الاجتماعي لدى المستخدمين في العالم الحقيقي، وتركز على ثلاث عناصر أساسية هي: المدخلات التي تهتم بالدوافع، والعمليات التفاعلية التي تركز على دخول الأفراد في عمليات تواصل اجتماعية تفاعلية، بينما تشمل المخرجات التفاعل والحوار<sup>(4)</sup>.

وعليه، فإن دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة الشعائر الدينية لدى الشباب الجامعي بالمدينة، تستفيد من نظرية الحضور الاجتماعي في تحديد مستوى التأثير ونوع هذا التأثير، ثم تفسير النتائج.

**نوع الدراسة ومنهج البحث:** تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي هدفها الحصول على الحقائق المتعلقة بالجوانب النظرية والميدانية للموضوع المدروس، والتعريف على الظاهرة بطريقة مفصلة ودقيقة، إذ تقوم البحوث الوصفية عادة على تحليل الحقائق تحليلاً دقيقاً، كما تتميز بكونها تدرس الوقت الحاضر، وهذا ما ينطبق على دراسة موضوع الشباب وممارسة الشعائر الدينية في عصر الميديا الجديدة.

يعرف "هويتني Whitney" البحوث الوصفية بأنها تلك "البحوث التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف، أو مجموعة من الأشخاص، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع"<sup>(5)</sup>. والوصف أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة زمنية معينة من أجل الحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية، وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.

ووفقاً لمتطلبات الموضوع اختار الباحث المنهج المسحي، إذ يعتبر المسح من المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية التي تعنى بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها

طبقاً لأهداف الدراسة، فهو عبارة عن عملية تحليلية لجملة من القضايا الحيوية، إذ فضله يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسته، والتعرف على الجوانب التي هي بحاجة إلى تفسير وتقييم شامل<sup>(6)</sup>.

يُعرّف المنهج المسحي على أنه "جهد عملي منظم للحصول على البيانات والمعلومات وأوصاف الظاهرة، أو مجموعة الظواهر موضوع البحث خلال فترة زمنية كافية للدراسة، مستندا على الطرق الكمية والإحصائية في عرض النتائج"<sup>(7)</sup> كما أنه التجميع المنظم للمعلومات من المستقصى منهم بهدف الفهم والتنبؤ بسلوك المجتمع محل الدراسة<sup>(8)</sup>.

يرى "محمد عبد الحميد": "أنَّ المسح أحد المناهج المستعملة في الدراسات الوصفية"<sup>(9)</sup>، بل يعتبره أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، ذلك أنه يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها، وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات التي تحدّد نوع البيانات، وطرق الحصول عليها<sup>(10)</sup>.

**مجتمع البحث وعينة الدراسة:** يتمثل مجتمع البحث في جميع المفردات التي يدرسها الباحث سواء كانت جمهوراً أو موادّ إعلامية، وعلى هذا الأساس لابد من التعرف على ما يحتويه مجتمع البحث من مفردات، إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفاً دقيقاً؛ لأنه أساس نجاح اختيار العينة فيما بعد<sup>(11)</sup>، ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في الطلبة الجامعيين لجامعة المدية.

وبما أنه من الصعوبة القيام بمسح كامل لمجتمع البحث، نظراً لعدم توفر الوقت الذي يعد جوهرياً في الدراسات الإعلامية، نظراً للتغيرات السريعة والمتسارعة التي يعرفها هذا الحقل على مدار الساعة، فإن الباحث استخدم أسلوب العينة لإجراء مسح على الشباب الجامعي، وهذا باختبار عدد أصغر من مفردات مجتمع البحث، شريطة تمثيلية مفردات العينة لمجتمع البحث، من أجل تحقيق أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانات المتوفرة.

ولتحقيق هذا الغرض قام الباحث باختيار عينة قصدية قوامها 150 مفردة من الشباب الذين يزاولون دراستهم الجامعية بجامعة المدية، ومن تزيد أعمارهم عن 18 سنة وتقل عن 35 سنة، وبعد توزيع الاستمارة على المبحوثين خلال شهر أكتوبر 2019، تم استرجاع 135 استمارة من بين 150، وبعد تفحص جميع الاستمارات تمّ الغاء 19 استمارة لم تستوف الشروط العلمية المتعلقة بالاستمارة الاستبائية. وعليه، فإنّ عدد الاستمارات المتبقية هو 116 استمارة.

### الجدول 1: توزيع أفراد العينة حسب السن، والجنس، والحالة العائلية

النسبة	التكرار	السن
22.4%	26	18 إلى 21
43.9%	51	22 إلى 25
33.7%	39	25 إلى 35
100%	111 6	المجموع

النسبة	الذكور	الجنس
38.8%	45	ذكر
61.2%	71	أنثى
100%	116	المجموع
النسبة	الذكور	الحالة المالية
8.6%	10	متزوج
1.7%	02	مطلق
89.7%	104	أعزب
100%	116	المجموع

**أدوات جمع البيانات:** استخدم الباحث الاستبيان وبصفة أساسية من أجل جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة الميدانية، إذ يعتبر الاستبيان من أهم الأدوات التي تستخدم في جمع البيانات، سواء أكانت هذه البيانات مباشرة من العيّنة المختارة، أو من جميع مفردات مجتمع البحث، ويعتمد الاستبيان على أسئلة محدّدة ودقيقة تعدّ مسبقاً بهدف التعرف على حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل المؤثرة التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معيّنة<sup>(12)</sup>.

يعرّفه "موريس أنجرس Maurice Angers" بأنه: تقنية مباشرة لطرح الأسئلة، وبنفس الطريقة على الأفراد وبطريقة موجّهة بهدف القيام بمعالجة كميّة، واستخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد انطلاقا من الأجوبة المتحصّل عليها<sup>(13)</sup>.

أما بالنسبة لظروف إعداد الاستبيان، فقد تطلب من الباحث قرابة ثلاثة أشهر بدءا بإعداد أسئلة الاستبيان، وتحكيم أسئلة الاستمارة، وإجراء الاختبار الأوّلي عليها على عينة من عشرة أفراد، ثم تعديل الاستبيان وفق إجابات العينة التي أجري عليها الاختبار، وأخيرا توزيع الاستبيان على المبحوثين المتمثلين في طلبة جامعة المدية.

**مفاهيم الدراسة:** احتوت الدراسة على مفهومين أساسيين هما:

**مواقع التواصل الاجتماعي:** تعدد التعريفات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، وتتنوع بتعدد وتنوع التسميات المطلقة عليها، ولكنها تشترك جميعها في كون هذه المواقع تمنح للمشارك فيها إمكانية التواصل، وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات مع غيره في المسائل ذات الاهتمام المشترك. ولعل من بين أبرز التعريفات نجد:

تعريف لينهارت ومادن Madden & Lenhart اللذين يعرفان مواقع التواصل الاجتماعي بأنّها: "مساحات افتراضية في شبكة الإنترنت يستطيع بواسطتها المستخدمون إنشاء صفحات شخصية، واستخدام الأدوات المتنوّعة للتفاعل، والتواصل مع من يعرفونهم من ذوي الاهتمامات المشتركة، وطرح الموضوعات والأفكار ومناقشتها"<sup>(14)</sup>.

كما تعرف مواقع التواصل الاجتماعي أيضا على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت التي تتيح للمستخدم فيها إنشاء صفحته الخاصة وربطها من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات<sup>(15)</sup>. ومن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي نجد فايسبوك Facebook، وتويتر Twitter، وانستغرام Instagram، ويوتيوب Youtube، وسنابشات Snapchat وغيرها.

أما المقصود بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة، فهي تلك المواقع التي يستخدمها طلبة جامعة المدينة في التواصل والدراسة وتبادل المعارف فيما بينهم، أو التي يحصلون من خلالها على مختلف المعارف التي تهمهم في دراستهم الجامعية، وقد حددناها في دراستنا هذه بأربعة مواقع رئيسية هي: فايسبوك، وتويتر، وانستغرام ويوتيوب.

**الشباب الجامعي:** اختلفت الآراء حول تحديد مرحلة الشباب، حيث يذهب فريق إلى أن مرحلة الشباب تبدأ من سن 18 إلى 35 سنة، ويرى فريق آخر أنها تمتد إلى غاية 45 سنة، كما يرى فريق ثالث أن هذه المرحلة تنتهي عند سن الثلاثين، وفي دراستنا هذه اخترنا المرحلة العمرية من سن 18 سنة إلى غاية 35 سنة. وعليه نقصد بالشباب الفئة التي تمتد مرحلتها العمرية من سن 18 سنة إلى غاية 35 سنة. أما الشباب الجامعي في دراستنا هذه، المقصود به مجموع الطلبة الذين يزاولون دراستهم الجامعية، والذين تتراوح أعمارهم بين الثماني عشرة سنة والخمس والثلاثين سنة.

## II. الإطار التطبيقي للدراسة:

الشباب وممارسة الشعائر الدينية في عصر الميديا الجديدة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المدينة

د. مصطفى سحاري

1. عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: يتطرق هذا المحور إلى عادة استخدام الطالب الجامعي بجامعة المدية لمواقع التواصل الاجتماعي، وأهم المواقع المستخدمة.

الجدول 2: أهم مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة

النسبة	التكرار	أهم المواقع
70.7%	82	فايسبوك
05.2%	06	تويتر
11.2%	13	انستغرام
12.9%	15	يوتيوب
100%	116	المجموع

تُظهر الإحصاءات في الجدول أعلاه أن فايسبوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى عينة الدراسة وبنسبة 70.7٪، وهذا ما تؤكد الإحصاءات الرسمية، حيث بلغ عدد مستخدمي فايسبوك في الجزائر 19 مليون مستخدم إلى غاية ديسمبر 2019، واحتل يوتيوب المرتبة الثانية بنسبة 12.9٪، ثم انستغرام في المرتبة الثالثة بنسبة 11.2٪. أما موقع تويتر فحل في المرتبة الرابعة بنسبة 05.2٪.

ويعود الإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر وعلى وجه الخصوص فايسبوك إلى الخصائص الاتصالية والإعلامية المتجددة والمتطورة في هذا الموقع، فضلا عن السهولة الكبيرة في استخدامه، وهذا ما يجعل مختلف الفئات العمرية تختاره من بين العديد من المواقع الاجتماعية التي بدورها تسعى لتطوير خدماتها الاتصالية، إلا أنه يبقى لكل موقع خاصيته التي تميزه عن الآخر، حيث يشهد موقع انستغرام مثلا في السنوات الأخيرة رواجاً كبيراً عند عامة المستخدمين بعدما كان استخدامه ينحصر في فئة النجوم من الفنانين والرياضيين والإعلاميين، لكن مع ميزة الخصوصية في نشر الصور والفيديوهات التي يوفرها هذا الموقع، أصبح ثاني أكبر موقع استخداماً في العالم.

### الجدول 3: الإضافات على مواقع التواصل الاجتماعي أسبوعياً

النسبة	التكرار	عدد الاضافات
43.1%	50	مرة واحدة على الأقل في الاسبوع
36.2%	42	من 2 إلى 4 مرات في الأسبوع
20.7%	24	أكثر من 05 مرات
100%	116	المجموع

الشباب وممارسة الشعائر الدينية في عصر الميديا الجديدة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المدية

د. مصطفى سحاري

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن 43.1٪ من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يقومون بإضافات مرة واحدة على الأقل أسبوعيا، ويقوم 36.2٪ من المستخدمين بإضافات على حساباتهم من مرتين إلى أربع مرات أسبوعيا، في حين 20.7٪ منهم يقومون بإضافات أكثر من خمس مرات في الأسبوع. وبالعودة إلى نفس الإحصاءات، فإن الإضافات تعد واحدة من أهم الأعمال الروتينية التي يقوم بها مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن مع تفاوت في عدد الإضافات حسب طبيعة المستخدمين أنفسهم.

#### الجدول 4: طبيعة الكتابات في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	نوع الكتابات
15.5٪	18	كلها شخصية

37.1%	43	ليست شخصية على الإطلاق
47.4%	55	هناك قليل من الأشياء الشخصية
100%	116	المجموع

تؤكد الاحصاءات في الجدول أعلاه أن 15.5% من أفراد العينة أكدوا أن كتاباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي كلها شخصية، ويرى 37.1% منهم أن كتاباتهم ليست شخصية على الإطلاق، مدركين أن هذه المواقع من أهم خصائصها اقتحام شخصيات المستخدمين، في حين يرى 47.4% منهم أن كتاباتهم فيها قليل من الكتابات الشخصية.

وعليه، فإن ثقة عينة الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي نسبية وليست مطلقة حول ما يدور أو ما تبثه هذه المواقع، فمضمونهم على هذه المواقع متعدد ويحتوي على القليل من الأشياء الشخصية، ولا ننسى في هذا الصدد أن ميزة اقتحام الخصوصية التي تمتاز بها بعض مواقع التواصل الاجتماعي على غرار فايسبوك جعلت الكثير من مستخدميها يتعدون عن إدراج مضامين تخص حياتهم الخاصة، فيما لا يبالي آخرون من إدراج صورهم أو أخبار تخصهم متجاهلين اقتحام شخصياتهم من قبل مواقع التواصل الاجتماعي.

## 2. الآثار الإيجابية والسلبية من وجهة نظر المبحوثين

## الجدول 5: علاقة الطالب الجامعي بالوالدين

النسبة	التكرار	تأثرت علاقتي مع والدي بسبب استخدامي المتكرر لمواقع التواصل الاجتماعي
23.3%	27	موافق
6.9%	08	محايد
69.8%	81	معارض
100%	100	المجموع

من خلال الإحصاءات المدرجة في الجدول أعلاه يتبين أن أغلبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة والمقدرة بـ 69.8% تعارض فكرة أن مواقع

التواصل الاجتماعي تأثر على العلاقة مع الآباء بسبب الاستخدام المتكرر لها، ويبرر هؤلاء رأيهم بكون علاقة الأبناء بالآباء لا تتأثر بمواقع التواصل الاجتماعي فقط، وإنما هناك عوامل أخرى تلعب دورا كبيرا في هذه العلاقة، على غرار الفروقات العمرية والأعراف والتقاليد، واختلاف الأجيال وغيرها، بينما يرى 23.3٪ منهم أن الاستخدام المتكرر لمواقع التواصل الاجتماعي والذي وصل حد الإدمان عليها، أثر فعلا على العلاقة بالأولياء، وكثيرا ما تكون هذه المواقع سببا في دخولهم في مشاحنات لسانية ومشادات كلامية، خاصة مع الآباء بالنسبة للذكور والأمهات بالنسبة للإناث. في حين لم يبد 6.9٪ من المبحوثين رأيهم في هذه القضية واضعين إجاباتهم في خانة المحايد.

وتبين هذه النسب أن علاقة أغلبية المستخدمين بأوليائهم لم تتأثر باستخدامهم المتكرر لموقع التواصل الاجتماعي، وهذا شيء إيجابي بالنظر إلى الوقت المستغرق في استخدام الموقع خاصة من طرف فئة الشباب، واندماجهم في علاقات افتراضية تأخذ من المستخدم الكثير من الوقت دون أن يشعر. وعلى الرغم من هذا، لم تتأثر علاقة المستخدمين بأبائهم، وهي أهم علاقة إنسانية على أساسها وجبت طاعة الآباء واحترامهم والإحسان إليهم لقوله تعالى: "وَقَصَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا" (16). ولكن قد يخفي هذا قضية أخطر تتعلق بانسحاب الأولياء من مراقبة أبنائهم، ومتابعة ما يتداول والعلاقات عبر هذه الفضاءات هروبا من المشاكل إذا تم التطرق لمثل هذه المواضيع.

## الجدول 6: علاقة الطالب الجامعي بالأقرباء

الشباب وممارسة الشعائر الدينية في عصر الميديا الجديدة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المدية

د. مصطفى سحاري

النسبة	التكرار	من خلال استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت علاقتي سطحية مع أقاربي
20.7%	24	موافق
12.1%	14	محايد
67.2%	78	معارض
100%	116	المجموع

تبين الإحصاءات في الجدول أعلاه أن الأغلبية المطلقة من المبحوثين والمقدرة بـ 67.2% تعارض فكرة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على العلاقة بالأقرباء وجعلها علاقة سطحية لا أكثر، بل على العكس من ذلك تماماً، فحسبهم أن علاقاتهم بالأقرباء تطورت؛ لأنَّ هذا الفضاء الافتراضي سمح لهم بالدردشة والتواصل مع الأقرباء ولو افتراضياً، وأسّر العديد منهم على تواصلهم المستمر مع بعض الأقرباء، ولكن نادراً ما يحدث اللقاء في الواقع الحقيقي. بينما وافق 20.7% من المبحوثين على أن العلاقة مع الأقرباء صارت سطحية أكثر بسبب مواقع التواصل الاجتماعي، ولا تقتصر إلا على النهائي في المناسبات والأعياد برسائل جد مقتضبة لا أكثر، أما التواصل المباشر مع الأقرباء في الواقع الحقيقي فقد زال من قاموسهم، مؤكدين على أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

كان سببا في أن تصبح علاقاتهم أكثر سطحية حتى مع أقرب الأقرباء. في حين لم يبد 12.1٪ من المبحوثين أي رأي في هذه المسألة.

#### الجدول 7: أثر الاستخدام في تأدية الفرائض الدينية

النسبة	التكرار	أثر استخدامي المتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي على أداء الفرائض الدينية
22.4٪	26	موافق
18.1٪	21	محايد
59.5٪	69	غير موافق
100٪	116	المجموع

تبين الإحصاءات المدرجة في الجدول أعلاه أن الغالبية المطلقة من المبحوثين والمقدرة بـ 59.5٪ غير موافقة على أن استخدامها المتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي أثر على أدائهم للفرائض الدينية بمختلف أنواعها، وحسب هذه الفئة، فإن الفرائض الدينية كالصلاة والصيام وغيرهما من أعظم الأمور في الدين الإسلامي، فلا ينبغي التهاون معها أو الإفراط فيها مهما كانت الظروف، وحسب نفس المبحوثين، فإن مواقع التواصل الاجتماعي ما هي إلا وسائط لتقريب الأفراد من بعضهم البعض، وليست وسائل لإبعاد الخلق عن

الشباب وممارسة الشعائر الدينية في عصر الميديا الجديدة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المدينة

د. مصطفى سحاري

خالقهم من خلال تركهم للفرائض والواجبات الدينية. في حين وافق 22.4% من أفراد العينة على أن استخدامهم المتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي قد أثر على أدائهم للفرائض الدينية، وحسب هؤلاء، فإن إفراطهم في استخدام هذه المواقع الذي بلغ حد الإدمان أنسأهم وأجبتهم الدينية خاصة إذا تعلق الأمر بالصلاة. وبين هذا وذاك وضع 18.1% من الباحثين إجابتهم في خانة المحايد.

وبالعودة إلى نفس الإحصاءات السابقة، يتأكد أن غالبية أفراد العينة لها من الوعي الكافي للتمييز بين ما هو واجب ديني واجب على الأفراد التقيد والالتزام به مهما كانت الظروف، وبين ما هو ابتكار إنساني وظيفته الأساسية هي تقريب الأفراد من بعضهم، وتسهل حياتهم اليومية، وليس إبعاد الخلق عن خالقهم من خلال الاشتغال بهذه المواقع وإهمال الواجبات الدينية.

#### الجدول 8: أثر الاستخدام في تأدية الصلوات

النسبة	التكرار	تأخرت عن تأدية صلواتي بسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي
18.9%	22	موافق
07.8%	09	محايد
73.3%	85	غير موافق

المجموع	116	100%
---------	-----	------

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن 73.3٪ من الباحثين لم يوافقوا على أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على تأدية الصلوات، إما بتأخيرها أو جمعها مرة واحدة في المساء، بل على العكس من ذلك يؤكد هؤلاء أنه وفي كثير من الأحيان يتم استخدام هذه المواقع بين الأعضاء للتذكير بالصلوات الخمس. ويرى 18.9٪ منهم أنه كثيراً ما أنساهم الاستخدام المتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي أداء صلواتهم سواء كان ذلك بسبب الدردشة مع الأصدقاء، أو الانغماس في قراءة المنشورات عبر مختلف الصفحات، وبالتالي فإن هؤلاء يعترفون بأن هذه المواقع أخذت أوقاتهم إلى حد أنهم لا يستطيعون تخصيص دقائق معدودات للصلاة التي هي صلة بين العبد وخالقه، في حين أن 7.8٪ من الباحثين لم يبدوا أي رأي في الموضوع.

ومنه نستطيع القول إنه رغم الاستخدام المتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي من فئة الشباب الجامعي، إلا أن هذا لم يؤثر عليهم من ناحية أداء الصلوات، وهذا قد يكون راجعاً إلى وعي الشباب عينة الدراسة بمسألة تأدية الصلاة وإقامتها التي جعلها الخالق كتاباً موقوتاً مصداقاً لقوله تعالى: "...فَإِذَا أَطْمَأْنَنْتُمْ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ إِنَّ الصَّلَاةَ كَانَتْ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَوْقُوتًا"<sup>(17)</sup>، وفي المقابل فإن العديد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لا يتبهبهون حتى لسماع صوت الأذان؛ نظراً لانشغالهم بهذه المواقع، وحتى وإن سمع الأذان أو نبههم بوقت الصلاة يؤجل عمداً الصلاة عن وقتها أو لا يصلّيها أصلاً.

## الجدول 9: ترديد الأذان مع المؤذن

النسبة	التكرار	لا أردد الأذان مع المؤذن أثناء استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي
33.6%	39	موافق
20.7%	24	محايد
45.7%	53	غير موافق
100%	116	المجموع

تبين الإحصاءات المدرجة في الجدول أعلاه أن 45.7% من الباحثين لم يوافقوا على العبارة في الجدول أعلاه، ويؤكدون أنه لا علاقة لمواقع التواصل الاجتماعي بترديد الأذان مع المؤذن من عدمه، فالشباب الذي أَلْف ترديد الأذان مع المؤذن لا يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي ولا جميع مغريات تكنولوجيا الإعلام والاتصال أن تلهيه عن تأدية هذه الشعيرة التي أَلْفها وتربى عليها، بل صارت مثل هذه الشعائر جزءاً من حياته اليومية.

وفي المقابل يرى 33.6% من الباحثين أن مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة عند الدردشة مع الأصدقاء أو الانغماس في قراءة بعض المواضيع على صفحاتهم المفضلة دائماً ما تشغلهم عن ترديد الأذان مع المؤذن، بل ذهب آخرون إلى أنهم لا يشعرون بالمؤذن عند الأذان أصلاً بالرغم من قربهم من المساجد أو تواجدهم أمام شاشات التلفزيون، وهو

ما يؤكد درجة تعلقهم بهذه المواقع، الأمر الذي جعلها تؤثر حتى في عقلهم الباطني. بينما وضعت فئة لا بأس بها من الباحثين والمقدرة بـ 20.7٪ إجاباتها في خانة المحايد، ولم تبد رأياً لا بالموافقة أو عدم الموافقة على العبارة في الجدول أعلاه.

### الجدول 10: رد السلام أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	بسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لا أرد السلام على من يسلم علي.
10.3٪	12	موافق
07.8٪	09	محايد
81.9٪	95	غير موافق
100٪	116	المجموع

السلام هي أمان المسلم لأخيه المسلم لقوله صلى الله عليه وسلم "أفشوا السلام بينكم" وقوله "ألق السلام على من تعرف وعلى من لا تعرف"، بل إن رد السلام فرض على المسلم لقوله تعالى: "وَإِذَا حُيِّتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا"<sup>(18)</sup>. وعلى ضوء هذه النصوص والإحصاءات المبينة في الجدول أعلاه يتبين أن

الشباب وممارسة الشعائر الدينية في عصر الميديا الجديدة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المدية

د. مصطفى سحاري

المبحوثين عينة الدراسة ملتزمون برد السلام على من يسلم عليهم تمام الالتزام، حيث لم يوافق 81.9% منهم على عبارة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جعلهم لا يردون السلام على من يسلم عليهم بحجة عدم الانتباه أو الانشغال بهذه المواقع، ويؤكد هؤلاء على أن رد السلام واجب ديني على المسلم أكدت عليه النصوص القرآنية وأحاديث الرسول صلى الله عليه وسلم قولاً وفعلاً وتقريراً.

هذا لا يمنع من أن هناك فئة أخرى من المبحوثين قدرت بـ 10.3% أكدت أن انشغالهم بمواقع التواصل الاجتماعي جعلهم عرضة لتأنيب الآخرين بسبب عدم ردهم السلام على من يسلم عليهم، ويؤكد هؤلاء أن هذا التأنيب عادة ما يكون من أقربائهم كالأباء والأمهات وحتى من زملاء الدراسة، الأمر الذي يشعرهم في كثير من الأحيان بالحرج، خاصة إذا كان هذا التأنيب من الآباء أو الأخوة الأكبر سناً منهم. في حين أن نسبة قليلة من المبحوثين تقدر بـ 7.8% وضعت إجاباتها في خانة المحايد.

#### الجدول 11: التحفيز على مساعدة المحتاجين

النسبة	التكرار	استخدامي المتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي حفزني على مساعدة المحتاجين من الناس
46.6%	54	موافق
17.2%	20	محايد

غير موافق	42	36.2%
المجموع	116	100%

تعد مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي من أهم الوسائل التي تساعد في حث الناس على فعل الخير ومساعدة المحتاجين؛ لذا نجد المؤسسات الخيرية في العالم أجمع والجزائر خصوصا تركز في جانبها الدعائي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أحسن استخدام، وهذا من خلال استغلال كافة الخدمات التي تتيحها لحث الناس على العمل التطوعي.

وبالنظر إلى الإحصاءات المدرجة في الجدول أعلاه يتبين أن 46.6% من الباحثين أجابوا بموافق على أن مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها حفزتهم على مد يد العون إلى المحتاجين، كما أن هذه المواقع غيرت أفكارهم في كيفية مساعدة الآخرين، فالكثير منهم كان يعتقد أن المساعدة تقتضي منح الأموال فقط، لكن انخراطهم في المجموعات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أظهر لهم الكثير من أبواب الخير التي كانوا يجهلونها والتي كان بإمكانهم المساهمة فيها بالرغم من ارتباطهم بالدراسة الجامعية، على غرار انشاء النوادي الجامعية ذات النشاطات المختلفة والمساهمة في القوافل التي تحث أصحاب الأموال على المساهمة في فعل الخير.

وبالمقابل يرى 36.2% من الباحثين أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تحفزهم على مساعدة المحتاجين من الناس، وبرر البعض من هؤلاء خيارهم بكونهم أصلا

مستعدين لمساعدة المحتاجين دون الحاجة إلى هذه المواقع، مؤكدين على أن الدور الوحيد لهذه المواقع هو التبليغ عن الأماكن والأشخاص الذين هم في حاجة إلى المساعدات على غرار المرضى الذين يحتاجون دعماً مالياً من أجل إجراء العمليات الجراحية في الخارج وشراء الأدوية غالية الثمن أو غير المتوفرة في الصيدليات بالجزائر وغيرها من أنواع المساعدات، كما برر آخرون رأيهم بكون وسائل إعلام أخرى على غرار التلفزيون والإذاعة تقوم بهذا الدور، وكثيراً ما كانت هذه الوسائل حافزاً لهم على تقديم يد العون خاصة الإذاعة المحلية بالمدينة التي أطلقت مبادرة خيرية تشمل جميع نشاطات تقديم المساعدة تحت شعار "البداية لنا والاستمرارية لكم".

#### الجدول 12: المساعدة على تطبيق بعض السنن النبوية

النسبة	التكرار	ساعدني استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي على تطبيق بعض السنن النبوية
43.1%	50	موافق
16.4%	19	محايد
40.5%	47	غير موافق
100%	116	المجموع

تبين الإحصاءات في الجدول أعلاه أن 43.1% من المبحوثين وافقوا على أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدهم على التعرف على العديد من السنن النبوية التي كانوا يجهلونها، ثم إن التذكير الدائم بها من قبل الأصدقاء عزز لديهم الرغبة في تطبيقها على غرار صيام التطوع والتبكير للصلوات والحفاظ على الوضوء، واستخدام السواك عند الصلاة والوضوء وغيرها من السنن، بينما رأى 40.5% منهم أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تساعدهم على تطبيق بعض السنن النبوية، وقد يرجع سبب إجابة هؤلاء بالرفض إلى طبيعة الأصدقاء عبر الفضاء الإلكتروني من جهة وطبيعة المجموعات المنخرطين فيها من جهة أخرى، فهم لا يجدون من يذكرهم بهذه السنن، في حين وضع 16.4% منهم إجاباتهم في خانة المحايد.

وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فيسبوك تحمل الكثير والكثير من التطبيقات الدينية التي تسعى إلى نشر التوعية الدينية وتعاليم الدين الحنيف لمستخدمي هذه المواقع في مختلف الدول الإسلامية، خاصة وأن هذه التطبيقات من السهل الوصول إليها مقارنة بوسائل الإعلام والاتصال الأخرى، وبما أن السنة النبوية تعتبر من بين أهم الشعائر الدينية، فإن الكثير من رواد مواقع التواصل الاجتماعي يعملون على نشر سنة نبينا صلى الله عليه وسلم، الأمر الذي ساعد الكثيرين من مستخدمي هذه المواقع على معرفة سيرة المصطفى والافتداء بمنهجه الديني وسيرته العطرة.

### الجدول 13: التشجيع على حضور الجنائز

الشباب وممارسة الشعائر الدينية في عصر الميديا الجديدة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المدية

د. مصطفى سحاري

النسبة	التكرار	شجعتني إعلانات الوفاة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على حضور تشييع الجناز مع جماعة المسلمين
48.3%	56	موافق
17.2%	20	محايد
34.5%	40	غير موافق
100%	116	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن 48.3% من المبحوثين وافقوا على أن إعلانات الوفاة عبر مواقع التواصل الاجتماعي شجعتهم على حضور تشييع الجناز مع جماعة المسلمين، ويؤكد هؤلاء على أن العديد من الصفحات الناشطة على فايسبوك تنشر إعلانات الوفاة والتي تتضمن اسم ولقب المتوفي ومكان وتوقيت الدفن، الأمر الذي يمكنهم من حضور الجناز والقيام بواجب التعزية لهؤلاء، وهذا ما نلاحظه واقعا معيشا، حيث أوضحت الجناز في مختلف ربوع ولاية المدية تعرف حضور المئات من المشيعين بغض النظر عن هوية المتوفي ومكانته الاجتماعية، بينما يرى 34.5% من المبحوثين عكس ذلك تماما، ويؤكد هؤلاء أن حضورهم لتشييع الجناز مرتبط بطبيعة المتوفي إن كان من معارفهم أم لا. في حين وضع 17.2% منهم إجاباتهم في خانة المحايد، وقد تدل هذه النسبة على الذين لا يحضرون تشييع الجناز أصلا سواء كان من معارفهم أم لم يكن، وهذه حقيقة لا بد أن لا ننكرها، إذ إن هناك

شريحة لا بأس بها من الشباب تأبى حضور تشييع الجنائز، ولهذه الشريحة أسبابها التي قد تكون منطقية في بعض الأحيان، كأن يكون الشاب تاركا للصلاة.

وعلى العموم، فإن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في حضور المشيعين إلى الجنائز نظرا لسرعة نقل الخبر مقارنة بالسابق وعدم تكلفتها.

### III. نتائج الدراسة الميدانية: بعد إجراء الدراسة الميدانية وتحليل

بيانات الاستمارة الاستبائية خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج نجملها فيما يلي:

- يبقى فايسبوك الموقع الاجتماعي رقم واحد في الجزائر بالنسبة للشباب الجامعي من حيث عدد المستخدمين له، وهذا راجع لعدة أسباب لعل أهمها سهولة استخدام هذا الموقع ومرونة شروط إنشاء الصفحات الشخصية عليه، إضافة إلى الخدمات المتنوعة التي يقدمها لمستخدميه، وهذا ما تؤكد الإحصاءات الرسمية، حيث يتربع هذا الموقع على الريادة في الجزائر من حيث عدد المستخدمين الذي فاق 19 مليون مستخدم نهاية عام 2019.

- تؤكد الدراسة على أن الطالب الجامعي في جامعة المدية ناشط جدا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتفاعل مع الآخرين، وهذا من خلال الإضافات اليومية التي يجربها، هذه الإضافات تعد واحدة من بين الأعمال الروتينية التي يقوم بها الشباب الجامعي، حيث تتنوع هذه الإضافات في كونها شخصية أو غير شخصية أو مزيج ما بين الاثنين، وهو ما يؤكد صحة نظرية الحضور الاجتماعي على المستوى الافتراضي، ثم إنَّ المتحكم في عدد هذه

الشباب وممارسة الشعائر الدينية في عصر الميديا الجديدة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المدية

د. مصطفى سحاري

الإضافات هو عامل الوقت المستغرق في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، والذي ما فتئ يزداد يوما بعد يوم في الوسط الطلابي بالرغم من الالتزامات الدراسية للطلاب الجامعي.

• تؤكد الدراسة على أن غالبية الطلبة الباحثين لم يؤثر استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي سلبيا على علاقتهم بأوليائهم ولا مع إخوتهم ولا مع أقربائهم، وهذا أمر إيجابي يؤكد وعي الطلبة بحقوق هذه الفئة عليهم، والتي تتجلى في العمل بتوجيهاتهم، وتقبل نصائحهم وطاعتهم ووجوب زيارتهم، وهي الواجبات التي حث عليها الدين الإسلامي خاصة في التعامل مع الوالدين والأقربين.

• تبين الدراسة أن الواجبات الدينية للطلاب الجامعي لم تتأثر بشكل كبير بفعل استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي، فهذه المواقع لم تؤثر على الطالب من ناحية ممارسته للشعائر الدينية كتأدية الصلوات الخمس في أوقاتها خاصة في أوقات الفراغ وغياب الالتزامات الدراسية في الجامعة، لكن هذا لا يمنع من وجود بعض التهاون واللامبالاة في بعض الشعائر، خاصة ما تعلق برد السلام وترديد الأذان مع المؤذن، وعليه أكدت الدراسة الميدانية عدم صحة فرضية التأثير السلبى لمواقع التواصل الاجتماعي على الطالب من جهة ممارسته للشعائر الدينية وهي غير ذات دلالة.

• تؤكد الدراسة من وجهة نظر الباحثين أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ساعدهم على الانخراط في الجمعيات الخيرية المحلية والمساهمة في

العمل التطوعي والدعاية له عبر صفحاتهم الشخصية، كما حفزت بعض الصفحات المعروفة بنشاطها في مجال العمل الخيري الطلبة على مساعدة المحتاجين، كلٌ بحسب إمكاناته وطاقته، وبالتالي فإن حضور الطلبة في الفضاء الافتراضي وتفاعلهم الإيجابي مكنهم من الانخراط في العمل الخيري وساهم في حضورهم الاجتماعي، وهو ما يثبت فاعلية نظرية الحضور الاجتماعي في مواقع التواصل الاجتماعي.

• بينت الدراسة أيضا أن مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة الصفحات المعروفة بالعمل الدعوي وانخراط الطلبة فيها واحتكاكهم بالأعضاء الناشطين في المجال الدعوي افتراضيا، مكنهم من التعرف على بعض السنن النبوية المنسية أو غير المعروفة، وحفزهم على محاولة التقيد بها على غرار صيام التطوع، خاصة صيام الستة أيام من شوال، وعرفات، ويومي التاسع والعاشر من عاشوراء واستخدام السواك قبل الوضوء وقبل الصلاة وغيرها من السنن. كما حفزت إعلانات الوفاة عبر بعض الصفحات الناشطة، ودعوات الأصدقاء الأعضاء على حضور الجنائز، وتشجيعها مع جماعة المسلمين عندما تكون الفرصة سانحة في ذلك. وهذا الأمر يؤكد صحة نظرية الحضور الاجتماعي خاصة في عنصرها الثاني الذي تركز عليه، والمتعلق بالعمليات التفاعلية من خلال دخول الأفراد في عمليات تواصل اجتماعية تفاعلية.

**الخاتمة:** على الرغم من التأثيرات السلبية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد والمجتمعات نفسيا، واجتماعيا، وسياسيا، وثقافيا، والتي أكدتها الكثير من الدراسات في هذا الميدان، إلا أنها في الوقت نفسه لا تخلو من الكثير من الآثار الإيجابية إذا استخدمت هذه المواقع أحسن استخدام، واستغلت أفضل استغلال في المشروعات الهادفة اجتماعيا، وسياسيا، وثقافيا، ودينيا.

فهذه المواقع إضافة إلى أنها قد تكون مصدرا لتبادل المعارف والخبرات وتسهيل عملية التواصل الاجتماعي بين الأفراد والتفاعل فيما بينهم، فضلا عن تعزيز الحضور الاجتماعي للأعضاء في الفضاء الافتراضي من خلال المناقشة والدردشة وتبادل الأفكار والآراء حول القضايا التي تعود بالفائدة على المستخدمين، فهي أيضا تؤثر بالإيجاب على الشاب المستخدم لها في ممارسة الشعائر الدينية، وتحفزه على المساهمة في الأعمال التطوعية والتضامن والتكافل الاجتماعي التي حث عليها ديننا الحنيف. وهذا ما أكدته هذه الدراسة الميدانية التي أجريت على طلبة جامعة المدية، والتي أثبتت فرضية التأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة الشعائر الدينية.

هذه الإيجابيات لا تمنع من ضرورة بذل المزيد من الجهود على المستوى التوعوي؛ من أجل توعية و تثقيف الشباب الجامعي بأهمية الاستغلال الجيد لمواقع التواصل الاجتماعي في المشروعات الهادفة، كالمساهمة في العمل التطوعي ومساعدة المحتاجين، والتعريف بأمور الدين وغيرها. ومن الضروري أيضا الحث على استغلال هذه المواقع في عملية التواصل الإيجابي والفعال بين الشباب وإخراج التفاعل الاجتماعي من العالم الافتراضي إلى العالم الحقيقي.

## هوامش الدراسة:

1. <https://www.internetworldstats.com/africa>.  
consulted on 26/02/2020.htm#dz
2. John, williams Ederyn & christie Short  
Bruce : social psychology of telecommunications, Wiley,  
london, 1976 ? P 47.
3. كلير الحلو وآخرون: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على  
الحالة النفسية للطالب الجامعي، المجلة الدولية التربوية والنفسية، عمان،  
المجلد 03، العدد 02، 2018، ص 239.
4. المرجع نفسه، ص 239.
5. منال هلال مزاهرة: بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط1،  
دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 106.
6. أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام  
والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 172.
7. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، عالم  
الكتب، القاهرة، 1976، ص 127.

8. Donald Tull & Hawkins Dell : **Marketing Research: Measurement and method**, 6éd, Macmillan publishing company, New York , 1993 ? P 138.
9. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 15.
10. عبد الحميد، محمد: دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص 122.
11. عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 147.
12. سمير محمد حسي: بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب القاهرة، 1990، ص 207.
13. موريس أنجرس: منهجية البحوث في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة، الجزائر، 2004، ص 204.
14. Lenhart Amanda & Madden Mary : **Teens, Privacy and Online Social Networks**, 2007, On <http://www.pewinternet.org>, consulted on 22/06/2019

15. بن عبود، نسرين: تأثير مواقع الاتصال الاجتماعي على الاتصال الأسري، دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة عين البيضاء بأم البواقي، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، أم البواقي، الجزائر، 2017، ص 25.

16. سورة الإسراء، الآية 23.

17. سورة النساء، الآية 103.

18. سورة النساء، الآية 86.